

RESUMEN DE TESIS

Maestría en Gestión de Diseño

Nicolás Kadry

El diseño de experiencia de usuario en los casinos digitales. Análisis de las estrategias de fidelización de Bet365, Stake y 1xBet (2020-2025)

Año y mes de ingreso: 2024, Marzo

Licenciado en Diseño de Imagen y Sonido egresado de la Universidad de Palermo (UP) y Especialista en Diseño de Experiencia de Usuario e Interfaz (UX/UI) por Digital House. Desarrolla su actividad profesional e investigación en el ámbito del diseño interactivo, plataformas digitales y nuevos medios, focalizando su campo de estudio y especialización en la usabilidad, la captología aplicada y la arquitectura de la información en entornos complejos de entretenimiento digital.

Introducción

El presente estudio propone indagar en cómo el diseño de interfaces y la experiencia de usuario (UX) inciden en los procesos de retención, pertenencia simbólica y continuidad emocional en los casinos digitales, mediante el análisis de las plataformas Bet365, Stake y 1xBet en el contexto argentino durante el período 2020-2025.

Al respecto, la transición del juego de azar tradicional hacia el entorno virtual se radicalizó fuertemente con la digitalización de los sistemas de apuestas y la posterior regulación de las licencias online en diversas provincias del país a partir de 2018 y 2019. Aunque en paralelo a esta situación regulatoria, la masificación de los teléfonos inteligentes y la conectividad permanente produjeron múltiples discusiones en donde la mediación de las interfaces móviles en las rutinas cotidianas ocupó un lugar destacado (Scolari, 2008).

Luego, hacia principios de la década de 2020, la pandemia de COVID-19 imprimió un gran empuje al mercado de las apuestas en línea. Así, el confinamiento y la virtualización forzada aceleraron drásticamente la migración de usuarios hacia estas plataformas, dando mayor

profundidad y sofisticación a las estrategias corporativas orientadas a capturar y retener la atención de los consumidores (Dow Schüll, 2012).

En aquel momento, el diseño interactivo enfocado en el juego radicalizó su postura y aprovechando las líneas abiertas por las ciencias del comportamiento, se animó a profundizarlas. De esta manera, ya no sólo se centró en la usabilidad pragmática o la facilidad para realizar una transacción, sino que incorporó la captología y las arquitecturas de elección persuasivas, produciendo interrogantes éticos más profundos en torno a la autonomía del usuario (Fogg, 2003).

A partir de aquí se abrieron distintas líneas reflexivas que dieron lugar a pensar el concepto de experiencia digital como un bucle psicofisiológico orientado a inducir estados de flujo o "zona" de inmersión total. En cuanto a la esfera del diseño interactivo, la discusión sobre el enganche (*engagement*) obtuvo gran preeminencia con la llegada de la década de 2020. Tal es así que dicha convergencia entre el ocio digital y las finanzas eclosionó en gran parte del mundo occidental a partir de la masificación de mecánicas de los videojuegos (gamificación) y la integración de billeteras virtuales de acreditación inmediata (Nielsen, 1993; Stickdorn et al., 2018).

Sin embargo, a pesar de la notoriedad obtenida tanto en el mercado internacional como en el argentino, no parece haber una idea clara acerca de las lógicas de interacción y persuasión que estas estrategias de diseño representan.

Dado que se observan propuestas de interfaz muy distintas entre sí, un tipo de arquitectura interactiva que a menudo oscila entre la transparencia funcional y las lógicas opacas de retención, y una gran cacofonía metodológica para evaluar el comportamiento emocional del jugador. Por todo esto, para el ámbito del diseño resulta fundamental analizar en profundidad esta problemática. Dado que se intenta definir dicho campo con mayor precisión y así dejar de repetir nociones poco claras que no ayudan a generar un marco ético disciplinar sino todo lo contrario.

En cuanto a la selección de los casos de estudio, se definió como algo importante

que las mismas plataformas cuenten con una alta preeminencia en el mercado argentino y operen bajo marcos de fidelización diferenciados. Además, que diseñen interfaces orientadas al consumo cotidiano y dispongan de la suficiente densidad de usuarios activos como para permitir pruebas empíricas fiables (*eye-tracking* y test de usabilidad). Así, luego de una búsqueda exhaustiva, las firmas elegidas fueron Bet365, Stake y 1xBet.

Por su parte, Bet365 inició su consolidación global bajo un paradigma basado en el minimalismo funcional y la reducción drástica de la fricción cognitiva, donde en numerosas pantallas se posiciona como una opción de confianza institucional para el jugador tradicional. “A la vez, establecen que su influencia principal es la optimización heurística de la interfaz con su impronta de flujos directos y limpios” (Kadry, 2026).

Aunque se registra una fuerte tensión entre estas nociones rectoras. Dado que si el juego responsable se entiende como un proceso consciente e informado y el diseño heurístico de la plataforma evoca la automatización de decisiones y la eliminación de puntos de detención, entonces habría que ver cómo dialogan ambos paradigmas o si hay allí un conflicto ético inconcluso (Kadry, 2026).

Asimismo, se encuentra el caso de Stake, plataforma fuertemente orientada a la gamificación y el ecosistema social interactivo, cuyo diseño se apoya en que el usuario “siempre participe de una experiencia comunitaria compartida a través de chats en vivo, torneos y streaming” (Kadry, 2026). Pero su oferta está mayormente conformada por un sistema de recompensas intermitentes con una presencia casi invisible del riesgo financiero debido al uso de criptomonedas y saldos virtuales. Todo lo cual a su vez exhibe un modelo de fidelización basado en el estatus VIP y barras de progreso en tiempo real que, lejos de invitar a una pausa, produce el sentido inverso al camuflar la pérdida económica detrás de dinámicas lúdicas.

Finalmente, la firma 1xBet en su interfaz despliega un modelo basado en la hiperestimulación rítmica y la densidad visual saturada, haciendo un uso agresivo

de contadores de urgencia y banners promocionales dinámicos. Pero, ese indumento visual rectilíneo, plano y abrumador, en donde priman las alertas sonoras constantes y las ventanas emergentes, ¿se puede considerar como una falla de usabilidad? ¿Dónde estaría allí el respeto por la carga cognitiva del usuario? Sumando a esto, las tres marcas emplean interfaces optimizadas para sostener la inminencia de la acción como atributos relacionados con los ciclos de recompensa que esgrimen, induciendo al jugador a estados de inmersión profunda que anulan la reflexión pausada.

Conclusiones

Esta tesis propuso analizar las estrategias de diseño de interfaz y la experiencia de usuario (UX) que emplean las firmas Bet365, Stake y 1xBet a fin de construir sus propuestas de fidelización y retención y posicionarse como entornos interactivos de continuidad emocional en Argentina durante el periodo 2020-2025.

Para comprender este proceso se desarrollaron tres objetivos específicos. El primero de ellos consistió en analizar la evolución del jugador digital y la configuración de la interfaz interactiva en tanto estructura sociotécnica hegemónica y compararla con los distintos cuestionamientos que produjeron al respecto ciertos diseñadores y teóricos de la experiencia de usuario, tanto de la usabilidad pragmática como del diseño de comportamiento, desde finales del siglo XX a la actualidad, teniendo en cuenta la historia de las plataformas de entretenimiento digital y las mediaciones mediáticas internacionales.

A fin de abordarlo se utilizaron fuentes secundarias tales como libros, artículos académicos, escritos de tesis, informes de consumo digital, regulaciones estatales de licencias online y análisis estadísticos de mercado. Todo lo cual se examinó a partir de una revisión crítica y sistemática del material a fin de lograr una comprensión profunda de la información histórica, técnica y sociocultural.

Para este análisis se tomó como marco teórico el pensamiento de B. J. Fogg (2003) y Natasha Dow Schüll (2012) quienes a

partir de lineamientos de la psicología conductista y la captología aplicadas al software comparan el lugar de la toma de decisiones consciente con la automatización del comportamiento humano para señalar que la arquitectura persuasiva es el andamiaje conceptual que sostiene los sistemas de enganche (*engagement*) de la era digital contemporánea. Entonces, a partir de aquí se observaron las diferencias metodológicas entre el diseño centrado en el usuario genuino y las lógicas operacionales de retención optimizadas por los algoritmos algorítmicos desde la consolidación del mercado móvil a partir de 2018 y 2019 con la legalización provincial del juego online en Argentina, momento en que la estructura persuasiva de las interfaces quedó fuertemente dividida y sofisticada.

Luego, desde este punto de partida, se hizo un breve repaso por las distintas grietas que se fueron produciendo desde el siglo XX al XXI en dicho paradigma hegemónico a partir del trabajo de distintos diseñadores de interacción y teóricos de las heurísticas de usabilidad teniendo en cuenta la historia global del diseño web e interactivo.

Por consiguiente, realizar esta reconstrucción permitió delimitar la estructura de la captología en torno a las tipologías y flujos interactivos permitidos para el usuario y el tipo de carga cognitiva que así se generaba. A partir de lo cual, luego se pudieron establecer los distintos corrimientos generados por cada caso analizado. De este modo, esa información junto a los datos obtenidos en la búsqueda de antecedentes, dio lugar para afirmar que el paradigma del minimalismo funcional implica la reducción al mínimo de los puntos de detención para que las transacciones y apuestas se prolonguen de forma transparente y lineal.

En cambio, el modelo de la gamificación social remite a una uniformidad de dinámicas lúdicas basadas en el estatus VIP, chats en vivo y barras de progreso que enmascaran el riesgo financiero bajo lógicas propias de los videojuegos. Por eso, dicho estilo —que muchas veces se entiende bajo la idea de neutralidad o entretenimiento inocuo— posee implicancias similares al funcionalismo modernista mercantil. Dado que tanto uno

como otro esconden su filiación persuasiva bajo nociones de imparcialidad interactiva y supuesta libertad de elección del jugador.

Siguiendo este análisis, se observó que hay determinadas funciones y pantallas como la configuración de límites de depósito, los *disclaimers* de juego responsable o los términos y condiciones de retiro —socialmente entendidos como mecanismos de protección— que no admiten tan fácilmente ese trabajo de simplificación por parte de las marcas. Por lo tanto, el diseño de usabilidad directa y amigable de las interfaces principales sólo refiere a un número reducido de tipologías operativas como el flujo de ingreso de saldo, el botón persistente de acción (*Call to Action*) y el inicio automático de partidas de juego.

También se advirtió que el consenso existente en torno a los principios heurísticos tradicionales de usabilidad y la eficiencia operativa no aparece respecto de la articulación ética de la experiencia emocional de juego, en torno a la que prima una fuerte confusión y opacidad que esta tesis se propuso aclarar de manera analítica. Más tarde se abordó el fenómeno de los casinos digitales en Argentina a partir de los quiebres normativos y tecnológicos que se produjeron hacia la última década, cuando desde distintos ámbitos culturales la interacción a través de pantallas móviles empezó a ser interpretada como elemento expresivo y productor de hábitos y sentidos cotidianos.

Una nueva mirada acerca de la mediación técnica del indumento interactivo que —aunque con altibajos regulatorios— siguió desarrollándose a lo largo de los años. Lo que funcionó como antesala para que, en articulación con la expansión del ecosistema de las tecnofinanzas (*fintech*) y la virtualización acelerada por la pandemia de COVID-19, surgiera una masa crítica de usuarios y diseñadores de interfaces que reflexionaron acerca del impacto cognitivo y emocional de estas plataformas digitales sobre el comportamiento como no se había hecho antes en el campo del diseño local.

Ese inicio dio lugar al diseño UX de conversión masiva como modo de producción corporativo en el que se inscriben las tres plataformas estudiadas. Un modo de operar que ha generado un cambio radical en la forma de entender el

vínculo humano-computadora, dando lugar a prácticas de diseño corporativo menos atadas a la transparencia informativa porque la retención del tiempo de atención del usuario es lo más importante en la economía de plataformas.

El segundo objetivo específico fue identificar los diversos tipos de indumentaria interactiva y patrones persuasivos contranormativos (*Dark Patterns*) esgrimidos por las interfaces que, a partir de la masificación de los teléfonos inteligentes en Argentina, tensionaron y condicionaron las normas de usabilidad y la autonomía cognitiva a fin de automatizar la toma de decisiones y el gasto del jugador.

Para lo cual se utilizaron las mismas técnicas de recolección y análisis de datos que en el objetivo anterior pero situando el foco en observar los diversos tipos de mecánicas interactivas y arquitecturas de elección que manipulaban la experiencia emocional del usuario. Aunque antes de este análisis, se examinó la llegada de la teoría del diseño de comportamiento (*Behavior Design*) al país, ya que implicó el acercamiento desde el entorno profesional y académico argentino a una teoría consolidada que procuraba vastas herramientas conceptuales para pensar las dinámicas de enganche con mayor solidez técnica.

En este sentido, es interesante observar que la perspectiva teórica de la inmersión interactiva concebía la experiencia desde la idea de transformación, traslación, torcimientos y devenires psicológicos en donde constantemente existe la noción de movimiento y pasaje hacia el estado de flujo o "zona", lo que implica un estado mental que no está fijo, estable, ni cerrado sino en constante construcción rítmica mediante bucles de recompensa intermitente.

Desde esta mirada, el crecimiento del mercado de aplicaciones en la década de 2020 junto a las estrategias publicitarias de micro-influencers y streamers conformó un circuito desde donde se produjeron múltiples replanteos a la cuestión del entretenimiento en línea en donde las prácticas de diseño UX adquirirían un lugar sustancial. Una escena compleja que también funcionó como antesala de las

discusiones contemporáneas sobre la ética del diseño interactivo en Argentina.

Más adelante, se analizó la gamificación de las apuestas y la integración comunitaria, en tanto esferas surgidas desde la lógica lúdica digital y que fueron adquiriendo cada vez más notoriedad y adhesión, instalando el tema de la ciberludopatía juvenil en la agenda pública de debate. Sin embargo, mientras que las discusiones legislativas y de salud pública adquirieron cada vez más protagonismo por un lado, las zonas grises del diseño de interfaz de estos casinos aún no dejan de funcionar como guarida y lugar de refugio interactivo para la captura sistemática del tiempo de los usuarios. Una tensión institucional que es un signo claro de ciertos resquemores y demoras regulatorias que aún subsisten en torno a la fiscalización del software persuasivo.

Lo que lleva a preguntarse por la manera en que se abordan desde el diseño interactivo ciertos temas éticos y sociales complejos. Es decir, si realmente se trabaja con ellos desde las agencias de diseño para abrir espacios de transparencia y correr límites éticos por incómodo que sea para los objetivos comerciales de conversión, o si prima el gusto por sumarse formalmente a tópicos de responsabilidad social pero sin ahondar demasiado en las líneas de código ni en la arquitectura de la información, dejando pasar la oportunidad de producir cambios éticos relevantes en la disciplina de la experiencia de usuario.

El tercer y último objetivo específico consistió en examinar los recursos de diseño de interfaz, así como los cuerpos e identidades de jugadores empleados por las firmas Bet365, Stake y 1xBet a través de la matriz de análisis ("Fichado Visual") y las pruebas empíricas directas que se utilizaron para registrar la interacción del usuario. De ahí que el foco estuvo puesto en las tipologías de flujos que propone cada una, los recursos visuales y colorimetrías, la paleta sonora, la presencia de contadores de tiempo y las siluetas de navegación a fin de examinar en qué medida elaboran una propuesta interactiva agresiva y se alejan de lo considerado técnicamente como un diseño heurísticamente saludable y centrado en el bienestar del humano.

En cuanto al cuerpo del jugador y su carga mental, se buscó analizar la estructura

general de atención empleada por cada marca a través de pruebas de navegación con usuarios que incluyeron tecnologías de seguimiento ocular (*eye-tracking*), grabación de sesiones y la medición cuantitativa mediante escalas SUS (*System Usability Scale*) y NPS (*Net Promoter Score*), con el objetivo de observar en qué medida existe diversidad de respuestas y expresiones conductuales diferenciadas según el diseño interactivo. Así, el análisis cruzado del material permitió evidenciar contradicciones notables entre la manera en que cada una de las plataformas se promociona bajo la bandera del juego responsable y las lógicas reales del producto interactivo esgrimido.

En este sentido, la pregunta problema que guio todo el trabajo fue: ¿Qué estrategias de diseño y tipo de flujos interactivos emplean las firmas Bet365, Stake y 1xBet a fin de construir sus propuestas de experiencia de usuario (UX) y posicionarse como plataformas de entretenimiento digital sostenibles y legítimas en Argentina durante el periodo 2020-2025?

Y como hipótesis se sostiene que las firmas Bet365, Stake y 1xBet, a fin de construir sus propuestas de experiencia de usuario y fidelización, utilizan tipologías y patrones heurísticos que se adscriben con claridad a la representación y los sesgos del juego automatizado. Un tipo de indumentaria interactiva que instituye un comportamiento definido por la inmediatez y la pérdida de control reflexivo. A la vez, estas marcas priorizan un diseño de interfaz purista u optimizado, mayormente despojado de frenos de fricción cognitiva y basado en el empleo de líneas de flujo directo.

Una propuesta reglada y contenida que ordena, direcciona y universaliza las conductas y actitudes corporales del jugador ante la pantalla, promoviendo una figuración hegemónica del consumo que se vislumbra en los recorridos visuales hiperenfocados y en los estados de inmersión profunda (*the zone*) que provocan. Todo lo cual se distancia de una experiencia interactiva entendida desde la verdadera autonomía, transparencia y bienestar del usuario. Por lo tanto, ninguna de las tres firmas representa un entorno genuinamente saludable y, de esta manera, su construcción de la experiencia de usuario

en los casinos digitales en Argentina durante 2020-2025 no llega a subvertir el canon comercial del diseño de enganche persuasivo clásico.

Por lo tanto, a pesar del interés declarado por diseñar plataformas reguladas que disputen la ilegalidad o la informalidad del azar clandestino. Incluso a pesar de sus discursos institucionales sobre protección al jugador y de las interfaces aparentemente limpias, Bet365, Stake y 1xBet no sólo no logran salvaguardar la carga cognitiva y el bienestar psicológico de los usuarios. Incluso, perpetúan lógicas de patrones oscuros dado que se advirtió que en las tres firmas el diseño del flujo monetario y de apuesta continua se instituye por sobre la claridad y legibilidad de las advertencias éticas, ocultando o minimizando a estas últimas. De esta manera, a través de mecanismos de interfaz completamente naturalizados, instalan una estructura digital en donde prima el descrédito por el pensamiento reflexivo y pausado del sujeto jugador.

A partir de esta afirmación es importante recordar que en numerosos momentos de esta tesis se señaló que la confusión y opacidad advertida en torno a la evaluación metodológica del diseño UX en casinos en línea no es azarosa. Por el contrario, aquí se sostiene que esa poca claridad procedimental y terminológica conspira para que no emerjan los múltiples sesgos y manipulaciones de comportamiento que allí se esconden en las interfaces comerciales.

Probablemente esto sucede a partir de concepciones tradicionales acerca del desarrollo de software que aún entienden al diseño interactivo como una práctica puramente técnica y cosmética, en donde la reflexión está únicamente abocada a las cuestiones de programación constructiva o conversión de métricas de negocio, pero sin profundizar en las consecuencias éticas y conductuales que conlleva ese mismo quehacer proyectual. Además de que se centran en la figura del diseñador técnico u optimizador como único actor en el proceso creativo del producto interactivo.

En cambio, en esta tesis el marco teórico relativo al diseño estuvo guiado por las reflexiones críticas de Verónica Devalle (2007) que aboga por integrar las esferas del pensar y el hacer a fin de reflexionar en

la propia práctica proyectual como manera de desnaturalizar las ideas y herramientas internalizadas. Asimismo, el pensamiento de Andrea Saltzman (2017) también enmarcó metodológicamente este trabajo ya que su concepto de diseño abierto plantea entender la disciplina interactiva desde una perspectiva holística que integra otras miradas teóricas, dimensiones humanas y actores sociales en la búsqueda de otros horizontes éticos más allá de la mera eficiencia comercial de conversión.

Esta otra postura respecto del diseño interactivo puede dar claves para el desarrollo de un diseño de interfaces verdaderamente responsable y transparente, y así tratar de desarmar los mecanismos de persuasión algorítmica anquilosados en la industria tecnológica. De ahí que este tipo de abordaje de la experiencia de usuario implique una toma de posición profundamente política y social en el campo disciplinar. Por consiguiente, luego de todo el análisis suscitado, se puede decir que la arquitectura UX en la moda de los casinos digitales de la Argentina no implica un entorno interactivo que discute o protege las barreras de la autonomía humana, sino otro que las disimula mediante la estética de la amigabilidad interactiva.

Por lo tanto, que las plataformas estudiadas continúen utilizando etiquetas de diseño centrado en el usuario junto a un discurso institucional subversivo en cuanto al cuidado del apostador no hace más que confundir la percepción social del fenómeno. De esta manera, aún queda por elaborar producciones teóricas y guías de interfaz que sí generen virajes notables en torno a la ética en la informática y el diseño interactivo, y ayuden a construir representaciones y entornos de software que verdaderamente remuevan las estructuras extractivas anquilosadas en la economía de la atención.

Luego de este extenso trabajo, se infiere que la presente tesis, desde distintos aspectos, genera una importante contribución al campo del diseño. Por un lado, por la elección de los casos de estudio conformados por tres grandes plataformas de casino que operan de forma masiva en el tejido sociocultural y digital argentino, pero cuyas interfaces y estrategias estéticas de interacción no habían sido analizadas

críticamente con rigurosidad empírica y metodológica ni desde la crítica de medios vernácula ni desde la academia proyectual local.

Al contrario, el examen de numerosas auditorías heurísticas y testimonios demuestra que dicha condición hiperestimulante o persuasiva a menudo es aceptada socialmente como una característica técnica estándar del entretenimiento contemporáneo sin demasiada objeción, lo que evidencia que aún falta ahondar profundamente en el tema a fin de no reproducir nociones poco precisas sobre la usabilidad corporativa. Algo que esta tesis logró revertir mediante la triangulación metodológica y empírica de sus resultados de campo.

Finalmente, a fin de abordar cabalmente el objetivo aquí propuesto, se elaboró una concepción original de la interfaz interactiva a partir del concepto de dispositivo en términos de Oscar Traversa (2011). Con esto se señaló la dimensión semántica y el anclaje del vestido interactivo del software que tiene su articulación directa en las prácticas sociales como dimensión sustancial de la cultura contemporánea. Dado que el sentido del uso de una prenda interactiva o aplicación digital depende tanto de su estructura formal y diseño de interacción como del uso y las dinámicas emocionales que de ella se hagan en la cotidianidad del usuario.

Por último, y a modo de cierre final, es importante destacar que para producir cambios paradigmáticos —como la construcción de un diseño interactivo responsable y transparente— es estrictamente necesario revisar ciertos valores, métricas e ideologías de conversión comercial que funcionan como supuestos incuestionables dentro de la industria de la experiencia de usuario.

En el caso concreto de las interfaces digitales de juego, se demanda empezar la labor proyectual planteando una manera fundamentalmente distinta acerca del tratamiento del cuerpo, de la atención mental, del tiempo del usuario y del flujo de la toma de decisiones. Dado que no analizar profundamente esas nociones éticas y sostener ideas convencionales de usabilidad ligadas únicamente a la rentabilidad comercial, hace que el resultado final del

diseño también lo sea y siga reproduciendo lógicas alienantes. De ahí que a partir de todo lo señalado, se sostiene que este estudio contribuye de manera significativa al campo del diseño estratégico, la usabilidad crítica y los estudios de comportamiento digital, dado que proporciona una nueva comprensión de cómo el indumento interactivo de la pantalla puede colaborar en el desarrollo de interfaces y representaciones tecnológicas que instituyan otros mundos e interacciones posibles, centradas genuinamente en el bienestar humano.

Recorte temático

En cuanto al recorte temporal, lo primero que se tuvo en cuenta es el momento en que el ecosistema de las apuestas en línea y las interfaces persuasivas obtuvieron una preeminencia absoluta a nivel global y local, generando una categoría sistémica a seguir dentro de la economía de la atención contemporánea. Al respecto, eso sucedió con la consolidación regulatoria y la posterior implementación efectiva de las licencias gubernamentales de juego online en el territorio argentino hacia fines de 2018 y 2019, un hito legislativo que reconfiguró por completo el mercado del entretenimiento virtual y sentó las bases para la posterior competencia estética y técnica de las plataformas.

No obstante, a esto se sumó la necesidad de que las tres marcas elegidas estén perfectamente delineadas en cuanto a sus nombres comerciales, estructuras corporativas y propuestas interactivas de conversión. En este sentido, la inserción y la evolución institucional de estas multinacionales en el plano nacional ofrecieron múltiples dificultades y variaciones, ya que atravesaron por varios cambios estructurales y alianzas comerciales obligadas para ajustarse al cambiante marco impositivo y fiscal del país. Tal es así que, por ejemplo, Bet365 debió asociarse bajo una figura de unión transitoria de empresas con la firma local Pasteko para cumplimentar las exigencias gubernamentales en la provincia de Buenos Aires, obteniendo formalmente su

habilitación técnica definitiva recién hacia los albores de la nueva década.

Más tarde, la fisonomía de estas plataformas se transformó radicalmente con el advenimiento de la pandemia de COVID-19 y la acelerada digitalización de los métodos de pago, escenario en el que firmas como Stake —pionera global en el procesamiento de apuestas mediante criptomonedas fundada en 2017— reorientaron agresivamente su arquitectura de diseño para capturar el flujo de divisas fiduciarias locales mediante la integración de pasarelas de pago directo, consolidando aplicaciones móviles específicas a partir de 2020 cuando el jugador digital se radicó definitivamente en las pantallas móviles de uso cotidiano (Scolari, 2008). De ahí que el período de estudio delimitado sea el lapso de tiempo comprendido entre los años 2020 y 2025, un intervalo temporal que además se considera lo suficientemente amplio y denso como para realizar un examen crítico en profundidad de las trayectorias interactiva, conductual y semiótica de dichos entornos.

Pregunta Problema

La pregunta problema de la investigación a responder a lo largo de la presente investigación es: ¿Qué estrategias de diseño y tipo de flujos interactivos emplean las firmas Bet365, Stake y 1xBet a fin de construir sus propuestas de experiencia de usuario (UX) de fidelización y posicionarse como plataformas de entretenimiento digital sostenibles y legítimas en Argentina durante el periodo 2020-2025?

Hipótesis

Los casinos Bet365, Stake y 1xBet, a fin de construir sus propuestas de experiencia de usuario (UX) y consolidar sus estrategias de fidelización, perpetúan el uso de patrones heurísticos e interfaces que se adscriben con claridad a la representación automatizada y el enganche compulsivo del jugador. Un tipo de indumentaria interactiva que produce una figuración persuasiva ya que plantea una conducta completamente desprovista de control reflexivo y sujeta a dinámicas de dependencia emocional. A la

vez, estas marcas priorizan un diseño optimizado, mayormente despojado de frenos de fricción cognitiva y basado en el empleo de flujos directos, mecánicas de gamificación social y un ritmo audiovisual constante de recompensas intermitentes. Una propuesta reglada y contenida que ordena, direcciona y universaliza los cuerpos, tiempos y actitudes del usuario frente al dispositivo móvil, promoviendo una figura convenida de consumo que se vislumbra en los recorridos visuales hiperenfocados y en los estados de inmersión profunda (*the zone*) que provocan sus pantallas. Todo lo cual se distancia radicalmente de una experiencia interactiva entendida desde la verdadera autonomía, la transparencia informativa y el bienestar ético del sujeto apostador. Por lo tanto, ninguna de las tres firmas corporativas representa un entorno digital genuinamente saludable y protector del usuario, y de esta manera su construcción de las dinámicas de fidelización en la Argentina durante el periodo 2020-2025 no llega a subvertir el canon mercantil y extractivo del diseño de comportamiento contemporáneo clásico.

Recorrido Metodológico

A fin de abordar cabalmente los objetivos propuestos, la investigación se estructuró a partir de un diseño metodológico mixto de carácter descriptivo y comparativo, sustentado en una sólida triangulación de técnicas cuantitativas y cualitativas de recolección de datos. En una primera instancia instrumental, se diseñó y aplicó una matriz analítica original denominada "Fichado Visual", complementada con una escala de Likert estructurada para evaluar de manera sistemática los elementos de interfaz orientados a la experiencia del usuario, tales como la jerarquía visual, el *feedback* constante, el simbolismo de las recompensas, las bonificaciones visuales y la transparencia de los términos de juego responsable en cada plataforma. Este andamiaje procedimental permitió delimitar las configuraciones operacionales de cada caso de estudio, contrastando la interfaz funcional de Bet365, el entorno socializado y criptogamificado de Stake, y la urgencia

hiperestimulante esgrimida por 1xBet en su tramo interactivo.

En una segunda instancia empírica, el diseño de los procedimientos contempló la realización de pruebas de navegación libre y tareas específicas con usuarios reales en sesiones individuales de experimentación directa. Estas pruebas incorporaron el uso de herramientas tecnológicas de seguimiento ocular (*eye-tracking*) mediante webcam para mapear las fijaciones visuales y rutas de navegación, combinadas con registros de video y la posterior aplicación de cuestionarios estandarizados de usabilidad y recomendación. El procesamiento de estos datos de campo se canalizó a través de la medición cuantitativa de la escala SUS (*System Usability Scale*) y el índice NPS (*Net Promoter Score*), herramientas que permitieron contrastar empíricamente la eficiencia técnica autopercebida frente a las tensiones y alternancias afectivas —entusiasmo, tensión, confusión y pérdida de control— experimentadas por los usuarios durante la interacción. Finalmente, este entramado de datos tomados fue interpretado a la luz de la teoría de las hipermediaciones de C. Scolari (2008), la captología de B. J. Fogg (2003), la inmersión en la "zona" de N. Dow Schüll (2012) y el concepto de dispositivo semiótico de O. Traversa (2011), logrando integrar de manera holística las esferas del pensar y el hacer proyectual propuestas por V. Devalle (2007) y A. Saltzman (2017) para desnaturalizar las lógicas comerciales e ideológicas internalizadas en el diseño interactivo contemporáneo.

Desarrollo de la investigación

En el primer capítulo se tomó como punto de partida la evolución histórica de las interfaces interactivas y el desarrollo de los casinos digitales. Se analizó la situación del juego online en Argentina durante el período 2020-2025, impulsada fuertemente por la virtualización acelerada y la proliferación de las tecnofinanzas (*fintech*). Luego, se hizo un breve repaso por la configuración del jugador digital y las características demográficas de los usuarios de estas plataformas hegemónicas. Más tarde, se abordó la evolución de la interfaz interactiva como estructura sociotécnica,

comparándola con los planteamientos y cuestionamientos críticos de la usabilidad y el diseño de comportamiento (*Behavior Design*) desde fines del siglo XX a la actualidad, lo que generó un cambio radical en la forma de entender el diseño persuasivo. Puesto que dio lugar a la emergencia del diseño de experiencia de usuario (UX) como un campo crítico y un andamiaje proyectual diferencial en el que incluso se inscriben las firmas Bet365, Stake y 1xBet. Finalmente, se indagará en cómo es difundido el fenómeno del entretenimiento virtual en distintos medios de comunicación y campañas publicitarias. El segundo capítulo se centró en Argentina y comienza con un análisis del arribo de la captología y las metodologías del diseño de comportamiento al país, lo que implicó el acercamiento de la intelectualidad proyectual y el análisis técnico a una teoría que procuraba herramientas conceptuales para pensar el tema de las arquitecturas persuasivas con mayor solidez. Igualmente, si en el capítulo uno se indicó que el diseño interactivo clásico se entiende como antesala de la usabilidad técnica, en el segundo se demostró que además los sofisticados mecanismos de gamificación también colaboraron en ese proyecto de retención. Puesto que también integraban la escena interactiva contemporánea y sumaron profundidad a la discusión, dando lugar a la emergencia de un modo de entender el flujo interactivo y el cuerpo del usuario que se corría de las interfaces canónicas y establecía otras maneras de capturar la atención. Más adelante, ya en el siglo actual, la consolidación de las aplicaciones móviles y las plataformas digitales instalaron el tema del juego online en la agenda pública a partir de distintas estrategias de visibilidad en donde el diseño audiovisual obtuvo un lugar sustancial. Entonces, se analizarán esas prácticas y patrones de interfaz no normativos a fin de comprender de qué manera regulan la autonomía cognitiva de los sujetos. En el tercer capítulo, primero se hizo una descripción de las firmas Bet365, Stake y 1xBet para lo cual se utilizaron los datos recopilados mediante la matriz analítica original denominada "Fichado Visual" y los puntajes arrojados por la escala de Likert, evaluando componentes de interfaz como la

jerarquía visual, la colorimetría, las paletas sonoras y la transparencia de los términos de juego responsable en cada plataforma. Luego se articulará el vasto material obtenido de las doce pruebas experimentales directas y tareas específicas realizadas de manera individual con usuarios reales. Finalmente, se realizará el análisis de las propuestas interactiva de las tres marcas. Para eso, se planteó examinar distintos recursos de diseño, indagando en las tipologías de flujos, componentes lúdicos, *affordances* y cargas cognitivas que esgrime cada firma, así como también se examinará la ruta de navegación y las fijaciones visuales de los usuarios mediante herramientas de seguimiento ocular (*eye-tracking*) por webcam. Todo lo cual ayudará a comprender con suficiente certeza el modo en que cada una construye su propuesta de retención y así se instalan como entornos interactivos que moldean alternancias emocionales a partir de la representación de distintas recompensas visuales.

En el cuarto y último capítulo, teniendo en cuenta todo lo dicho hasta el momento y las descripciones elaboradas en el apartado anterior, se realizó un análisis relacional y comparativo de todo el material recabado. El objetivo fue observar la manera en que Bet365, Stake y 1xBet construyen su propuesta de fidelización y se posicionan como entornos interactivos de continuidad emocional y pertenencia simbólica dentro del mercado argentino. En este sentido, se verá qué recursos audiovisuales son los más utilizados, bajo qué patrones de diseño y usabilidad se estructuran y qué señas particulares despliega cada plataforma. A la vez, como a lo largo del trabajo se advirtió que las dos operatorias más utilizadas por las plataformas para inducir estados de flujo continuos son las arquitecturas persuasivas sutiles y los patrones oscuros (*Dark Patterns*) característicos del unisex interactivo, aquí también se examinará ese punto. Es decir, se analizará si eso se replica en las marcas estudiadas y de ser así de qué manera cada una de ellas lo hace. También se retomarán algunos segmentos cuantitativos y cualitativos para contrastar la eficiencia técnica autopercibida a través del procesamiento de la escala SUS (*System Usability Scale*) y el índice NPS (*Net*

Promoter Score). Como cierre final, se hará un repaso por las nociones más importantes esgrimidas en esta tesis articulando los conceptos provenientes de la teoría de las hipermediaciones de C. Scolari, la captología de B. J. Fogg, la inmersión en la "zona" de N. Dow Schüll y el dispositivo semiótico de O. Traversa con el hacer proyectual de Devalle y Saltzman. Dado que se pretende arribar a la validación de la hipótesis y luego concluir el trabajo de manera holística.

Marco teórico

En cuanto a la teoría general, el estudio se encuadra en un pensamiento contemporáneo que aboga por la multidisciplinariedad a sabiendas de la complejidad del mundo actual y la necesidad de articular abordajes disímiles a fin de analizar y comprender los fenómenos presentes. Un tipo de abordaje que a su vez retoma e incorpora los fundamentos de la teoría de la complejidad —a través de las perspectivas de autores como Edgar Morín, Rolando García y Ludwig von Bertalanffy—, proporcionando el andamiaje epistemológico necesario para abordar las interfaces digitales no como meros soportes técnicos aislados, sino como sistemas complejos y dinámicos donde convergen factores tecnológicos, interactivos y culturales.

Y por último, siguiendo el orden de abstracción aquí se delineó un corpus de conceptos que provienen del diseño de experiencia de usuario (UX), la comunicación interactiva, la psicología del comportamiento (captología) y la semiótica. En el primer eje son centrales las reflexiones de Verónica Devalle y Andrea Saltzman, quienes conciben el hacer proyectual y el diseño en tanto práctica analítica e integrada, articulados con los principios heurísticos de usabilidad de Jakob Nielsen para evaluar la confianza y la consistencia funcional de las interfaces. En cuanto a la teoría de la comunicación digital interactiva, esta tesis toma como eje el pensamiento de Carlos Scolari (2008) y el concepto de hipermediaciones para caracterizar las dinámicas de intercambio dentro de los ecosistemas de juego. En esta línea, también se señalan las filiaciones del

diseño persuasivo a partir del modelo de comportamiento (*Behavior Design*) de B. J. Fogg, central para justificar los bucles de recompensa y las lógicas algorítmicas de fidelización. Igualmente se afirma en las nociones de inducción psicológica y pérdida de control que Natasha Dow Schüll define como la inmersión en la "zona", explicando el impacto del exceso audiovisual hiperestimulante en la retención del jugador. Finalmente, aquí se concibe la interfaz interactiva desde el concepto de dispositivo según la perspectiva del semiólogo Oscar Traversa, analizando cómo las pantallas regulan la atención y producen sentidos, afectos y pertenencia simbólica.

Aportes de la investigación

Se infiere que el presente trabajo desde distintos aspectos genera una importante contribución al campo del diseño. Por un lado, por la elección de los casos de estudio conformados por tres plataformas de casino digital (Bet365, Stake y 1xBet) que operan activamente en el mercado argentino, las cuales, a pesar de su masiva expansión y relevancia sociocultural en los hábitos de consumo contemporáneos, no han sido analizadas críticamente desde el diseño interactivo ni desde la academia.

Al contrario, el examen de las pruebas de usuarios y el comportamiento espontáneo demuestra que dicha condición interactiva y sus estímulos son aceptados de manera cotidiana sin demasiada objeción crítica. Lo que evidencia que aún falta ahondar en el tema a fin de no reproducir nociones puramente instrumentales o tecnocráticas del diseño UX que invisibilizan la manipulación cognitiva y van en detrimento de la autonomía del usuario. Algo que esta tesis se propuso revertir a través de un análisis minucioso y profundo (mediante el procesamiento técnico de la escala SUS, el índice NPS y el fichado visual de las interfaces) de las tres marcas que conforman los casos de estudio. Lo que proporciona una deconstrucción detallada acerca de las tres plataformas elegidas y así despeja la vaguedad conceptual que circula en torno a las arquitecturas persuasivas sutiles y las dinámicas de continuidad emocional en el entorno digital.

Asimismo, aquí se propuso una concepción original de la interfaz interactiva a partir de la articulación de los conceptos de dispositivo semiótico desarrollado por O. Traversa con las lógicas de la captología y las hipermediaciones. Con esto se señaló la profunda dimensión ética y política del diseño UX/UI, la cual está relacionada tanto a la configuración visual y sensorial de la pantalla como al uso sostenido y los vínculos de lealtad que se producen a través de ella.

1-Presentaciones previas de la Tesis en proceso

2025 – IV Foro de la Red de Investigadores en Diseño, Universidad de Palermo Ponencia: “La pertenencia simbólica en el juego online: cómo el diseño audiovisual modela el comportamiento del usuario”

2024 – Publicación Artículo “Más allá de la usabilidad: sistemas de recompensa y captología en interfaces de apuestas digitales”. *Cuaderno [Número] [Nombre del Cuaderno]* (pp. XX-XX). *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Universidad de Palermo.

2024 – XV Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, Universidad de Palermo Ponencia: “El diseño UX como dispositivo cultural: tensiones entre la retención del jugador y la ética proyectual”

2024 – Ciclo de Conferencias [Nombre del Ciclo], Facultad de Diseño y Comunicación UP Ponencia: “Gamificación y carga cognitiva: estrategias de inmersión en el ecosistema digital argentino”

2024 – III Foro de la Red de Investigadores en Diseño, Universidad de Palermo Ponencia: “Metodologías de evaluación UX en plataformas de alta incertidumbre: aplicación de pruebas heurísticas y fichado visual”

2023 – Publicación Artículo “Alternancias emocionales en la interacción lúdica. Un análisis comparativo del mercado de casinos digitales” *Cuadernos del Centro de*

Estudios en Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.

2023 – XIV Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, Universidad de Palermo Ponencia: “Hacia una práctica de diseño responsable: el rol del diseñador frente a las plataformas de influencia algorítmica”

3- CV Director

Gabriela Muñoz B.

Docente Tiempo Completo| Departamento de Diseño, Universidad del Norte.
Desde Julio 2022 hasta la actualidad

Docente Catedrática | Departamento de Diseño, Universidad del Norte.
Desde Julio 2021 hasta Junio 2022
Docente del programa de Diseño Gráfico en cursos como:
Taller de Expresión 04 - Diseño Digital y
Taller de Diseño 04 - Diseño Web

Consultora de diseño UI-UX | Teclib Group, Francia.
Desde Marzo 2020 hasta Julio 2022
Diseñadora a cargo de la investigación de usuarios para el desarrollo de guías de experiencia e interfaces de usuario para los diferentes productos digitales de la empresa. Líder de la reestructuración y actualización de la plataforma DMS de código abierto de la empresa.

Programa de formación inicial docente - FIDO | CEDU, Universidad del Norte
2021
Talleres de Investigación de Aula | CEDU, Universidad del Norte
2015

Curso “Introducción al Diseño UI” | Univeridad de Minnesota Online, Coursera.
2018

Diplomado en Formación Pedagógica para Pares Académicos CEDU
Universidad del Norte
2014

Lista de Referencias Bibliográficas

Fogg, B. J. (2002). *Persuasive technology: using computers to change what we think and do*. Morgan Kaufmann.

aplicaciones. Fondo de Cultura Económica. (Trabajo original publicado en 1968).

García, R. (2006). *Sistemas complejos: Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Gedisa.

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann.

Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.

Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa.

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann.

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.

Schüll, N. D. (2012). *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*. Princeton University Press.

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

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

Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Revista Signo & Seña*, (12) 231-248.

von Bertalanffy, L. (1989). *Teoría general de los sistemas: Fundamentos, desarrollo,*