

Introducción a las problemáticas asociadas a los consumos digitales y las apuestas en línea

Sedronar

Secretaría de Políticas Integrales
sobre Drogas de la Nación Argentina



**Ministerio
de Salud**
República Argentina

Introducción a las problemáticas asociadas a los consumos digitales y las apuestas en línea

¿Cómo enunciamos la problemática? ¿Cuál es el enfoque?

Nos encontramos frente al desarrollo de un fenómeno, como signo de época, vinculado a los consumos digitales que, por su gran expansión, está generando una mirada social que indaga y requiere orientaciones para comprenderlo.

Dentro de este escenario, se identifica el desarrollo de una problemática que involucra la participación de niños, niñas y adolescentes en apuestas en entornos digitales -o apuestas en línea- y juegos electrónicos (que incluyen dinámicas de monetización). Por su velocidad, extensión, penetración y por los riesgos asociados a su exposición y práctica esta problemática reclama una mirada intersectorial, multidimensional e integral sobre sus condiciones de emergencia, que elabore orientaciones para abordarla y diseñe estrategias de cuidados.

Para analizar este emergente, proponemos continuar con el modelo de abordaje integral de los consumos problemáticos y, desde ese enfoque, pensar la especificidad en torno a las apuestas en línea. Para esto, es necesario situar las nuevas prácticas de consumos originadas en los procesos de digitalización de la vida cotidiana (es decir, de la vincularidad, socialización, trabajo, ocio, entretenimiento, recreación, divertimento, formación, etc.), como objeto de intervención de una política de cuidado integral de la salud. Es en este marco que planteamos un modelo de abordaje que contemple acciones preventivas y terapéuticas, que promuevan la restitución, el resguardo y la inclusión en derechos. Frecuentemente, observamos que se señala especialmente a niños, niñas y adolescentes como protagonistas de la población en riesgo, y a las apuestas en línea -sean deportivas o de casino- como el caso más urgente y preocupante.

En respuesta a esta percepción, pensamos el fenómeno en su relación inescindible del contexto socio-político y nos proponemos analizar las representaciones sociales que comienzan a formarse en torno a las interacciones entre niños, jóvenes y tecnologías digitales, tomadas como epicentro de este fenómeno.

Los entornos digitales, y las dinámicas de consumo propias de esos entornos, ponen a la persona en un entramado en el que convergen el juego, la digitalización de la vida cotidiana, la monetización del ocio, la industria del entretenimiento, la mediación algorítmica, la hiperestimulación, la hiperconectividad, el extractivismo de datos, la difusión de valores asociados al éxito veloz y a la competitividad por las ganancias modificando no solo dinámicas de consumo, sino también generando nuevos tipos de vínculos y rasgos problemáticos para la salud y el bienestar de las personas y las comunidades. El modelo de abordaje propuesto pone en el centro del análisis a las trayectorias vitales de las personas que usan tecnologías digitales, concibiéndolas dentro de una trama socio-comunitaria situada y atravesada por una multiplicidad de dimensiones de vida que se cruzan e interactúan. Tal complejidad requiere lecturas y aproximaciones multidimensionales que desestimen reduccionismos, ya que estos tienden a la individualización o privatización del padecimiento como problema meramente “personal”.

Este posicionamiento procura recuperar, restituir y promover el derecho a jugar que tienen los niños, niñas y adolescentes en primer lugar, y la población adulta en general, como parte de un ejercicio lúdico que otorgue vitalidad a los procesos de construcción subjetiva, comunitaria, cultural y de ciudadanía. Para ello, **resulta inexorable problematizar la indistinción naturalizada entre juego, apuesta y consumo** que notamos entre los diversos enunciados, pronunciamientos y perspectivas que pretenden intervenir sobre la temática.

Desde un enfoque integral, y en el marco histórico de la expansión acelerada de la cultura digital, nos importa pensar cuándo y cómo el juego deja de ser un juego, para pasar a ser un problema de consumo,

y de qué manera inciden los entornos digitales en la producción de este fenómeno, de este pasaje, de esta transformación, abriendo preguntas para intentar acercarnos a esta problemática desde enfoques que diversifiquen los puntos de vista sobre el tema.

Algunas de estas preguntas para ampliar el análisis podrían ser: ¿por qué los niños y adolescentes “juegan” a *ganar plata*? ¿Qué nos cuenta este emergente acerca de cómo están percibiendo el mundo, sus condiciones y horizontes de vida? ¿Cuál es el relato sobre el presente de nuestra cultura, este malestar que duele en el jugar? ¿“*Jugar a ganar plata*”, “*jugar por plata*”? Que un juego sea *jugable* solo si hay plata de por medio, ¿es jugar? ¿Podemos llamar a eso un *acto de juego* o una *escena lúdica*?

Siguiendo con estas indagaciones, una de las primeras dificultades de esta temática es cómo y desde dónde enunciarla. Nos situamos desde una mirada crítica que considera que el problema no es el *juego* ni la acción de *jugar*, sino la confusión vigente entre *jugar* y apostar, entre *jugar* y consumir. Por ejemplo, al ver a una persona desplegando una escena lúdica, es decir, alguien que está jugando, ¿diríamos que está enferma, padece o sufre? Creemos necesario invertir el planteo y considerar que lo que nos provoca padecimiento, lo que nos hace sufrir, lo que nos lastima, lo que nos duele es *no tener dónde ni con quiénes jugar*, estar forzados a vivir, cada vez más, una vida *sin territorios lúdicos*, *sin derecho a jugar*. No se trata de que *no podamos parar de jugar*, sino de la situación contraria: cada vez jugamos menos y apostamos más, consumimos más.

Por ello, apresurar conclusiones que establezcan que la “*ludopatía*” es un “problema **del juego**”, una “adicción **al juego**” o una “patología **del juego**” significaría perpetuar y abonar a un equívoco que nos pone en riesgo de resignar y entregar la potencia vital y el sentido político del *jugar*, a las lógicas de monetización, consumo y mercantilización de cada acción de la vida cotidiana.

Para abordar los consumos digitales problemáticos es necesario

que tengamos en cuenta los saberes y las herramientas que hemos construido hasta hoy en relación a la prevención, el tratamiento y el acompañamiento de los consumos. Y registrar qué novedades trae esta modalidad actual, para acompañarlos de una manera integral.

Se entiende por consumos problemáticos aquellos consumos que **—mediando o sin mediar sustancia alguna—** afectan negativamente, en forma crónica, la salud física o psíquica del sujeto, y/o las relaciones sociales. Los consumos problemáticos pueden manifestarse como adicciones o abusos al alcohol, tabaco, drogas psicotrópicas —legales o ilegales— o producidos por ciertas **conductas compulsivas de los sujetos hacia el juego, las nuevas tecnologías**, la alimentación, las compras o cualquier otro consumo que sea diagnosticado compulsivo por un profesional de la salud. (Plan IACOP, Ley Nacional N° 26.934/14)

Por lo tanto, su abordaje requiere una mirada compleja y relacional, *puntualizando en el contexto* en el que se dan los nuevos consumos, lo cual implica poner en diálogo nuevamente la tríada: contexto, persona y sustancia, a la luz de los consumos digitales.

Hacemos referencia a las formas de usar las tecnologías en las que la interacción de los elementos **—persona, tecnologías, contexto—** puede devenir o no en un problema, de acuerdo al tipo de vínculo que las personas establezcan con estas y de acuerdo, también, al contexto en el que se da esa relación, pudiendo afectar la salud de forma esporádica o transitoria. En consecuencia, pensamos lo problemático siempre desde un encuadre situacional, temporal y modificable.

Nuevas tecnologías: entre lo real y lo virtual

Como mencionamos anteriormente, las tecnologías mediatizan cada vez más nuestras relaciones con el mundo: estudiar, trabajar, vender, comprar, curar, jugar, amar, entre tantas otras cosas, pueden llevarse a cabo a través de ellas. Por lo tanto, la frontera entre lo virtual y lo real cada vez se disuelve más, la vida y las tecnologías arman nuevas composiciones, producen nuevas realidades.

Una de las características del mundo virtual es la disolución o flexibilización de los límites: el tiempo y el espacio parecen infinitos. En la virtualidad parecería que todo es posible, a diferencia del mundo material donde el tiempo, el espacio y el cuerpo ponen un límite a lo infinito. Estos límites son necesarios para organizar la vida, lo posible y mantenernos saludables. Entre otras cosas, nos obligan a descansar para recuperar energías. Las máquinas, en cambio, nos invitan a nunca parar, a vivir en la inmediatez, a disponer de *apps* para resolver múltiples tareas (compras, juegos, bancos, restaurantes, etc.) en cualquier tiempo y lugar. Este contrapunto entre dos cuerpos diferentes (el tecnológico y el humano) afecta los hábitos y la salud. La ficción que introducen, por ejemplo, los juegos virtuales donde “*todo es posible*” se vuelve muy seductora en un contexto de limitaciones y carencias, en el que la precarización de las vidas y la falta de cierta noción de futuro pueden producir un desinterés por el mundo real y encontrar un refugio en el virtual. Por eso, se vuelve necesario comprender qué lógicas se hacen presentes entre lo virtual y lo real.

Sociedad de consumo, economías de plataformas

Cuando hablamos de consumos problemáticos, los ubicamos como emergentes de la sociedad de consumo que produce un tipo de subjetividad consumista. En la actualidad, hay que tener en cuenta sus nuevas caras: las economías de plataformas y las lógicas y dinámicas del mercado financiero. Las plataformas invierten en el perfeccionamiento del diseño de aplicaciones para que sean cada vez más

seductoras y las personas pasen más tiempo en ellas, más tiempo en lo virtual. Ese tiempo de permanencia produce “datos” sobre comportamientos, preferencias, tendencias, gustos y deseos, que luego se traducen en información sobre perfiles de consumo, que se venden como una mercancía más. Las personas ofrecen, muchas veces sin saberlo, información que se traduce en ganancias para las empresas. Aquí se da una nueva relación, donde las personas que podríamos definir como consumidores, se vuelven “consumidos”. Para poder extraer la mayor cantidad de datos posible para delinear perfiles de consumidores más precisos y eficaces, las *apps* necesitan retener a las personas en las interacciones durante el mayor tiempo posible. La misión de la mayoría de las *apps* que coexisten en el ecosistema digital consiste en competir por la atención de las personas, adueñarse de su tiempo y elevar la producción de afectos asociados a una mayor interacción con lo que las *apps* proponen. Los videojuegos, que incluyen mecanismos de monetización y de recompensas aleatorias, los casinos virtuales y las apuestas digitales son parte de los productos que las economías de plataformas diseñan e implementan para aumentar sus ganancias.

Por eso, es necesario conocer cómo funcionan las *apps*, qué códigos maneja el mundo virtual, ya que allí suceden prácticas que aún no están reguladas, sorteando acuerdos de cuidados que sí se han logrado en el mundo analógico o “real”. Así como dijimos que los límites entre lo virtual y lo real no son tan claros, dentro de lo virtual los límites que funcionan en “lo real” parecerían no tener los mismos efectos. Si pensamos en los casinos y las casas de apuestas que han existido históricamente, la novedad es que ahora funcionan en el territorio digital. Un espacio que carece prácticamente de regulaciones, que sí existen en el mundo analógico. Por ejemplo, hay un acuerdo general y legal de que los menores de 18 años no pueden entrar al casino. Ese acuerdo se diluye en el terreno digital, ya sea porque los usuarios falsifican sus datos o porque las *apps* ilegales no los solicitan. Al mismo tiempo, estas *apps* de apuesta en línea dirigen publicidad directamente a los jóvenes, *esos a los que socialmente se ha decidido proteger de dichas prácticas*. En los últimos años se ha logrado que las bebidas alcohólicas dejen de ser *sponsor* de eventos deportivos, como parte

de las estrategias de prevención de dicho consumo. Sin embargo, hoy los casinos en línea aparecen como patrocinadores de equipos de fútbol, incluso de la selección argentina, al mismo tiempo que múltiples *influencers* con fuerte implantación en el mundo de adolescentes y jóvenes invitan a apostar y ganar plata rápida a través del juego en línea.

Es necesario aplicar políticas y estrategias de prevención que se han desarrollado, por ejemplo, con respecto al consumo de bebidas alcohólicas y tabaco, a esta nueva modalidad de consumo digital. Es decir, políticas que tengan en cuenta lo epocal, que sean integrales y que incluyan estrategias de prevención ambiental acordes a este nuevo escenario.



Consumos digitales, nuevas identidades y aspiraciones

Otra dimensión para tener en cuenta es un aspecto de la dinámica actual del sistema financiero, cuyo fin es hacer dinero con dinero, aumentar ganancias sorteando las limitaciones, regulaciones, leyes, normas y controles que los Estados generan para cuidar a sus ciudadanos. En la actualidad, diferentes plataformas nos invitan a todos a volvernos pequeños especuladores, donde **el dinero se vuelve un fin y no un medio**. Es en este marco epocal que los consumos digitales comienzan a ocupar un lugar cada vez más protagonista en nuestras vidas: ganar dinero rápido, volverse millonario, ser bróker, *criptobro*, *influencer*, ser un ídolo de la apuestas en línea es el horizonte aspiracional en el que se inscriben los consumos digitales. La premisa es cómo ganar plata rápido y fácil para tener la vida que se ve en las pantallas con las que se convive.

Monetización de la vida

Diferentes *apps* invitan a sus usuarios a monetizar su vida, por ejemplo, un video con muchas reproducciones podría ser una fuente de ingreso. El juego que se caracteriza por diversión, entretenimiento y pasatiempo, ahora podría “generar ganancias”. Mirar un partido de fútbol por la pasión que moviliza alentar a un equipo se ha vuelto un espacio de apuestas donde la retribución económica por acertar alguna jugada o un resultado secuestra la pasión y el deseo de ver ganar a su propio club. Una vida monetizada es una vida atada al mercado, y a la posible ganancia que nunca es tal como la que se promete. Esto también se pone en evidencia en los consumo digitales: la pérdida de la posibilidad de disfrutar de las experiencias vitales que enriquecen la existencia y la subjetividad con afectos que nada tienen que ver con las ganancias económicas. Se reduce el mundo afectivo, simbólico, creativo e intelectual, se empobrecen la subjetividad y la existencia compartida, produciendo personas vulnerables que padecen de ansiedad, angustia y frustración de manera arrasadora.

Territorio Digital

En la actualidad, los territorios digitales se transformaron en espacios en donde las personas pasan gran parte de sus horas, participan y toman posición sobre cuestiones de interés público. Allí construyen identidad, socializan con otros, intercambian opiniones. Sin embargo, no todas las actividades que se realizan en este espacio tienen las mismas características e implicancias. **Por eso, es clave poder leer la heterogeneidad de estos usos en función de la relación que las personas tienen con la tecnología y de qué manera afecta su salud.**

Se puede decir que los entornos digitales son un espacio más donde las personas ejercen ciudadanía o ven vulnerados sus derechos en prácticas como el ciberacoso, la violencia digital, el *grooming*, el abuso de las apuestas en línea, etc. Por lo tanto, además de promover un acceso universal a las tecnologías, es indispensable la **enseñanza y el ejercicio de la ciudadanía digital**, así como la incorporación de habilidades críticas para poder identificar, enfrentar y responder a las nuevas problemáticas que genera el uso de lo digital.

Desde una mirada integral podemos afirmar que las tecnologías no son **ni buenas ni malas** en sí mismas. Sin embargo, los entornos digitales, como venimos analizando, son territorios donde se disputan intereses y conflictos, se establecen determinados principios y valores y se jerarquizan algunos modos de ser por sobre otros. Para corrernos de perspectivas apocalípticas o de aquellas que contemplan una integración acrítica de la tecnología a nuestras vidas, es que ponemos el foco en las relaciones que las personas tenemos con la tecnología desde una mirada consciente.

Si bien el uso de las tecnologías produce inevitablemente transformaciones culturales y nuevos procesos de subjetivación, podemos pensar también en un ejercicio de fuerzas en pugna que desarrollan las personas, sus discursos y los sentidos que disputan para generar resistencias, concesiones y negociaciones con su uso. Por otro lado, se vuelve necesario rastrear la dimensión política de esta problemática, es decir, transformar en algo común, lo que usualmente se describe

desde problemáticas individuales. Cuando los consumos se transforman en un problema, trascienden el ámbito personal convirtiéndose en una problemática social, por eso es que deben ser tratados como un tema de salud. Un ejemplo sobre la tendencia a patologizar algunas prácticas arraigadas en una época, es el uso del término “ludopatía”. Podemos decir que responsabiliza a la persona, excluyendo la posibilidad de una mirada social y contextual.

Es decir que, para abordar el problema de los consumos digitales, es necesario entenderlos como un **malestar general de esta época**, que nos exige construir nuevos marcos regulatorios y nuevas estrategias de prevención y abordaje en estos nuevos entornos, para así poder cuidar a las personas que los habitan. En este sentido, debemos tener como ejes la corresponsabilidad y la intersectorialidad, fomentando la colaboración entre el sector de la salud y otros ámbitos sociales. Desde este encuadre, se pueden implementar estrategias efectivas para la identificación temprana de problemas y ofrecer intervenciones adecuadas, promoviendo así un trabajo más participativo y centrado en las necesidades de la comunidad.

En conjunto, estos enfoques son esenciales para desarrollar un sistema preventivo que no solo trate los síntomas del consumo problemático, sino que también aborde sus causas subyacentes y promueva la inclusión social, garantizando el bienestar integral de las personas.

Bibliografía

Di Palma, C. (2021). "Derecho al juego digital: usos y apropiaciones de consumos culturales interactivos de las infancias actuales". *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (130). Disponible en: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi130.4894>

Morduchowicz, R. (2020). *La Ciudadanía digital como política pública en educación en América Latina*. UNESCO. Recuperado el 2024 de noviembre de 5, de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376935>

Passeron, E. (4 de abril de 2023). *Chat GPT: ni apocalípticos ni integrados, es lo relacional*. Faro digital. Recuperado el 2024 de noviembre de 5, de <https://farodigital.org/chatgpt-ni-apocalipticos-ni-integrados-es-lo-relacional/>

Este material fue elaborado por el equipo interdisciplinario de profesionales de la áreas de prevención y tratamiento de la SEDRONAR.

Integrantes: Oriana Nahir Dalmazzo, Gonzalo Sanguinetti, Guadalupe Baliño, Luciana Miravalles, Julieta Duarte, Karina Schepis, Mariano Lania, Ana Biagi y Cintia Porto.

Noviembre 2024

Sedronar

Secretaría de Políticas Integrales
de Salud Cienega de la Nación Argentina



**Ministerio
de Salud**
República Argentina