

Treball de Fi de Grau

Títol

Mi primera tragaperras

Autoria

Víctor Ruiz Navarro

Professorat tutor

Guillem Marca Frances

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

1 de juny de 2022	X
29 de juliol de 2022	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	La meva primera escurabutxaques			
Castellà:	Mi primera tragaperras			
Anglès:	My first slotmachine			
Autoria:	Víctor Ruiz Navarro			
Professorat tutor:	Guillem Marca Frances			
Curs:	2021/22	Grau:	Comunicació Audiovisual	
	4t		Periodisme	x
			Publicitat i Relacions Públiques	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Jocs gratuïts, adicció, ludopatia, menors, caixa botí, microtransacció
Castellà:	Juegos gratuitos, adicción, ludopatía, menores, caja botín, microtransacción
Anglès:	Free to play, gambling, pay to win, loot box, adictions, microtransactions

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Milers de nens juguen a videojocs en dispositius mòbils. Una gran quantitat d'aquests jocs són gratuïts, però amaguen una manera de guanyar diners que res té a veure amb l'ètica. Les mecàniques de jocs d'atzar introduïdes en aquests jocs suposen un perill pel desenvolupament mental d'un menor.
Castellà:	Miles de niños juegan a videojuegos en dispositivos móviles. Una gran cantidad de estos juegos son gratuitos, pero esconden una manera de ganar dinero que nada tiene que ver con la ética. Las mecánicas de juegos de azar introducidas en estos juegos suponen un riesgo para el desarrollo mental de un menor.
Anglès:	Thousands of children play video games on mobile devices. A large number of these games are free, but they hide a way to earn money that has nothing to do with ethics. The gambling mechanics introduced in these games pose a risk to the mental development of the minor.

--	--



Mi primera **TRAGAPERRAS**

Autor: Víctor Ruiz Navarro
Tutor: Guillem Marca Frances
Universidad Autónoma de Barcelona
Fac. de las Ciencias de la Comunicación
Grado en Periodismo
2022

Índice

Introducción	2
- Temática del documental	3
- Palabras clave / Keywords	4
Investigación	8
- Legislación	8
- Calificación	9
- Artículos sobre el tema	10
Producción del documental	11
- Enfoque	11
- Recopilación de datos	12
- Título	12
- Entrevistas	13
- Guion	14
- Minutado	15
- Rodaje	25
- Elección del formato vertical	25
- Edición	26
- Recursos de imagen y sonido	26
- Elección estética y recursos	28
Anexo	33
- Material adicional	33
- Historia descartada	44
Webgrafía	46

Introducción

Presentación del tema y justificación del documental

Los videojuegos están en su mayor momento de popularidad hasta el momento. La cantidad de juegos en el mercado es abrumador. Incluso para la gente que no quiere gastar dinero en videojuegos, hay opciones viables. Existe una gran cantidad de juegos de móvil que para jugarlos solo es necesario descargarlos, ya que son juegos gratuitos.

Actualmente, no puede parecer peligroso el hecho de que un niño juegue un rato a un juego de móvil. Además, si la descarga es gratuita y no implica que los padres tengan que realizar una compra, los niños con acceso a cualquier *store* de móviles pueden descargar todos estos tipos de juego. Entonces, ¿dónde está el problema?

Este tipo de juegos logran beneficios mediante pagos integrados, pero no son obligatorios. Los pagos en estos juegos ofrecen ventajas, contenido, o te ahorran tiempo. El propio juego está diseñado para dar muchas recompensas al principio, crear una progresión rápida y constante que va enganchando al jugador, hasta que en los niveles más avanzados, se hace notoria la falta de recursos para avanzar. Conforme se va progresando, las “ofertas” de la tienda se van convirtiendo en una opción cada vez más atractiva para conseguir el próximo objetivo. ¿Crean estos juegos la necesidad de invertir dinero? ¿Pueden meter en la cabeza de los menores que gastar dinero en “apuestas” virtuales es divertido?

Hace un tiempo, hubo cierto debate sobre la mesa, pero parece ser que ha sido enterrado.

Haciendo una búsqueda, se puede observar que se han escrito algunos artículos al respecto, pero no existe ningún documental, al menos en castellano, sobre qué efecto crea en los niños que juegan a este tipo de juegos *free to play* o *freemium*. De esta manera, surgió la idea de realizar un documental exponiendo el tema con carácter reflexivo y mostrando una problemática.

Como consumidor de videojuegos, también me descargue alguno de estos juegos en mi *smartphone*. Actualmente juego a dos de ellos, siendo estos “Dragon Ball Z Dokkan Battle” y “Mario Kart Tour”. En el primero tengo una cuenta con 2080 días de *login*, y en el segundo llevo jugando poco más de un año.

Como consumidor de estos juegos, he conocido de primera mano cómo, poco a poco, la idea de invertir dinero se va estabilizando como opción normalizada. Esto me llevó a pensar cómo puede afectar esto a un menor, que no sabe cuánto cuesta ganar dinero.

Durante mi infancia, también jugaba videojuegos. Como no podría ser de otra manera, lo hacía a través de una videoconsola o con un PC. Este tipo de funcionamiento no existía, ya que el contenido del juego se desbloqueaba jugando y no hacía falta invertir una cantidad ingente de horas. El plantearme que un menor vea como normal desbloquear contenido mediante pagos o que la alternativa sea invertir cientos de horas para un solo objetivo, fue uno más de los motivos que me llevó a decidirme por la temática de este documental.

Temática del documental

El tema escogido para este documental es mostrar los problemas relacionados con el consumo de este tipo de juegos, ya que están desarrollados para crear adicción y la necesidad de acabar pagando para conseguir objetivos dentro del juego.

Cuando este tipo de juegos cae en las manos de un niño o una niña, en ese momento vulnerable de aprendizaje y desarrollo, no necesariamente tiene que ser perjudicial, pero, se plantean algunas preguntas:

- ¿Crean adicción?
- ¿Por qué un menor puede tener acceso tan fácil a mecánicas de gambling?
- ¿Estos juegos pueden crear la idea de que invertir en estos juegos es satisfactorio?

- Cuando estos niños tengan su propio dinero, ¿tendrán normalizado el gasto de dinero en estos juegos?
- ¿Es posible que algunos niños se vean con la necesidad de meter dinero de sus padres sin su permiso?

Pero sobre todo y como pregunta principal del documental:

- **¿Por qué estos juegos no tienen PEGI 18?**

Existen juegos gratuitos para otros sistemas, como videoconsolas o PCs, pero en esta ocasión la atención se centra en los terminales móviles, ya que actualmente es una de las plataformas más utilizadas para jugar. *Estadísticas sobre la población que jugó videojuegos en España en 2021, por grupo de edad y dispositivo.* <https://es.statista.com/estadisticas/879172/dispositivos-usados-por-la-poblacion-para-jugar-a-videojuegos-por-edad-espana/>

Palabras clave / Keywords

Para un mayor entendimiento del documental y de todo el texto, aquí se ofrece un glosario de terminología utilizada dentro del mundo de los videojuegos y el desarrollo de estos. En cuanto a temática *gamer* se hace mucha referencia a términos del inglés.

1. **Free to play (F2P):** gratis. No se requiere pago para jugar. El modelo de negocio está en las microtransacciones.
2. **Freemium:** gratuito, pero con algún paquete premium. Servicio de pago no obligatorio que ofrece elementos estéticos y en menor medida ventajas.
3. **Pay to Speed:** pagar para conseguir algo sin invertir tiempo. Ejemplo: si juegas 100 horas te dan una espada o pagar 4.99 por tenerla ya.
4. **Pay to Win:** juegos enfocados en el competitivo y que, al pagar, consigues ventajas. La gente que paga siempre tiene ventaja, así que si quieres ganar, tienes que pagar. El pago puede dar bonificadores temporales u objetos que solo se pueden conseguir pagando.

5. **Loot box:** caja botín. Es un objeto que contiene otros objetos como potenciadores, armas, skins, personajes... se consiguen, de manera muy limitada, jugando o comprándolas.
6. **Surprise mechanics:** término que quiso popularizar la empresa Electronic Arts como sinónimo de *loot boxes*, ya que estas adquirieron mala fama.
7. **Microtransacciones:** pagos integrados en el juego. Se les dice micro porque en un principio eran compras de unos pocos euros, aunque ahora hay opciones de compras de alrededor de 100 €.
8. **Gambling:** son los juegos relacionados con las apuestas y el azar. Se invierte un dinero y se gana de manera aleatoria. No cuenta la habilidad.
9. **RGN (Random Number Generator):** es un proceso de generación aleatoria de números. Con esto se determinan muchos aspectos del juego. En cuanto a las mecánicas de *gambling*, el RGN determina si te sale un personaje, objeto o cualquier otra recompensa.
10. **PVE: player versus environment.** Se utiliza para juegos que no se centran en el juego online. Es el jugador contra la máquina o el “entorno” del juego.
11. **PVP: player versus player.** Es el modo competitivo de un juego on line. Los jugadores juegan para ganar al adversario, que es otra persona desde otra parte del mundo.
12. **Pop up:** una ventana emergente. Sale sin que nosotros le demos clic a nada. Suele ser intrusivo y con mensajes para incentivar realizar compras en el juego.
13. **Elementos cosméticos o Skins:** son adornos estéticos. La característica de una “skin” es que no ofrece modificador en los niveles del personaje u objeto, sino que solo afecta a la apariencia. Sirven para personalizar físicamente a nuestro avatar y sus objetos.
14. **Potenciador temporal:** son ventajas que duran un tiempo limitado. Por ejemplo: ganar el doble de oro, conseguir el doble de experiencia, etc. Pueden conseguirse jugando (farmeando) o pagando (*pay to speed*)
15. **Walle/ballena:** es como se denomina a las personas que meten mucho dinero en el juego. Así consiguen tener equipos muy competitivos y suelen

ser los jugadores que están en los primeros puestos de las listas de juegos con un fuerte factor pay to win.

16. Login: es el ingreso al juego. Iniciar sesión.

17. Temporada: las temporadas son el tiempo que determina un cierto evento en el juego. Se suele utilizar para delimitar los “pases de batalla” y se otorgan premios exclusivos para cada temporada, como logros, *skins* o trofeos.

18. Pase de batalla: es una manera de conseguir recompensas por mantener a los jugadores en activo. Mediante un sistema de niveles, se va avanzando por una lista de recompensas, siendo desbloqueada una recompensa al alcanzar un nuevo nivel. Estos pases tienen dos partes, la gratuita, que ofrece recompensas poco valiosas cada 5 niveles, o el pase premium, que cuesta dinero y ofrece mejores recompensas con cada nivel alcanzado. Existen algunos juegos que si completas el pase en su totalidad te permite acceder al pase de la siguiente temporada de manera gratuita, como recompensa por dedicarle una gran cantidad de horas al juego, aunque no es lo habitual.

19. Bufo: del inglés *buff*. Se refiere a la mejora momentánea de las estadísticas de un personaje. Se ha castellanizado el término *buff*. Cuando un jugador consigue un “bufo” en sus estadísticas de combate, quiere decir que durante unos segundos es más poderoso.

20. Debufo: del inglés *debuff*. Lo contrario a un bufo. Si con un bufo se suben las estadísticas, con un debufo se bajan. Sirven para hacer temporalmente al rival más débil.

21. Skills: Habilidades. Son unas acciones especiales que tienen los personajes de los videojuegos. Como por ejemplo realizar un doble salto o teletransportarse a otro punto del mapa.

22. Farmeo: Del inglés *farm*. Se refiere a tareas repetitivas para acumular recursos, dinero, o subir de nivel personajes u objetos.

23. Gacha: en Japón, son muy populares las máquinas en las cuales introduces una moneda y está te proporciona una cápsula con una figura o juguete dentro. Existen miles de colecciones de estos juguetes y figuras, tienen un componente coleccionista y las cápsulas salen de manera aleatoria. A estas

máquinas se les llama *gacha*. En los videojuegos de móvil, es adaptar esta mecánica para conseguir personajes nuevos.

24. *Summon / Invocación*: los juegos de fantasía lo utilizan para que el jugador consiga personajes nuevos. Se suele utilizar una moneda virtual para realizar estas invocaciones. Se gastan estas “piedras” para lograr conseguir personajes útiles para avanzar en el juego. La obtención de personajes está sujeta a un porcentaje. Los personajes más útiles tienen porcentajes muy bajos.

25. *Banner*: se les llama *banner* a aquellos lugares donde puedes invocar a personajes nuevos. Un banner consiste en destacar un número limitado de personajes, a los cuales se les sube un poco el porcentaje de obtención. También se suele presentar a un personaje nuevo, junto a las unidades destacadas.

26. *Barra de estamina*. Es una manera de limitar el tiempo de juego. Aquí se menciona una barra de estamina pero, dependiendo del juego, puede ser energía, vidas, intentos, tickets, etc. Cuando se acaban tienes dos opciones:

- Esperar a que se vuelva a llenar, normalmente varias horas.
- Pagar para que se llene de manera automática.

27. *Rarezas*: es una manera de clasificar a los personajes o los objetos del juego. A mayor rareza, mayor dificultad de obtención y más útil resulta para el avance del juego. Se detalla cómo funciona el sistema de rarezas en el anexo.

28. *Gameplay*: un video enseñando el juego. Es un “cómo se juega”. Con este video se busca enseñar como es el juego y cuáles son los pasos a seguir para su avance.

29. *Cuenta*: todos los juegos móviles F2P están asociados a una cuenta, normalmente vinculada a un mail. Esta cuenta indica el progreso del juego mediante niveles y sirve para poder exportar tu partida a otros dispositivos, ya que los smartphones tienen una vida útil de media de unos 3 a 5 años.

30. *User Friendly*: son aquellos juegos que son justos con sus jugadores. Ofrecen muchos recursos de manera gratuita y da recompensas justas.

Investigación

Se ha recopilado y leído una buena cantidad de artículos sobre este tema para conocer casos polémicos, juegos con estas mecánicas, empresas que desarrollan estos juegos, campañas de marketing y todo lo necesario para hacer una primera radiografía sobre la situación actual.

A su vez, se ha contactado con la Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados y con la Dra. Susana Jiménez Murcia, especialista en Psicología Clínica y coordinadora de la Unidad Juego Patológico y Adicciones Comportamentales del Hospital de Bellvitge.

1. Legislación

En diciembre de 2020, Alberto Garzón, Ministro de Consumo, mencionó que “tenemos que explorar cuál es la realidad en este momento” haciendo referencias a los juegos con loot boxes y mecánicas de gambling en general. A continuación un tuit del Ministerio de Consumo con fecha del 28 de febrero de 2020:



Se abrió una consulta electrónica, donde se tomaría en cuenta todas las sugerencias enviadas. Esta consulta se cerró el 31 de marzo de 2021.

El 30 de agosto de 2021 entró en vigor el Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones de las actividades de juego, que prohíbe la publicidad de juegos de azar y apuestas, siendo esta ley la que tenía que regular, en cierta manera, este tipo de juegos de móvil en España. No se sabe cuál es la situación actual respecto a los juegos F2P en España.

2. Calificación

Los juegos en España están bajo el marco del sistema regulador por edades PEGI (Pan European Game Information), un sistema creado por la Federación de Software Interactivo de Europa (ISFE). En este sistema se distinguen dos etiquetas, unas de color blanco y negro que indican que tipo de contenido tiene el juego, y otras de colores que indican el mínimo de edad recomendado para jugar al juego.



Este sistema PEGI solo considera “apuesta” a aquellos videojuegos que son exactamente iguales a las máquinas tragaperras o que simulan casinos. Dejando las loot boxes fuera de este tipo de juegos de azar y consiguiendo juegos plagados con estas mecánicas clasificaciones PEGI muy bajas.

Todo este sistema funciona a modo de recomendación. No se basa en ninguna ley o normativa de ningún tipo.

3. Artículos sobre el tema

Con la intención de recopilar información para el desarrollo del documental, se ha investigado sobre qué tipo de contenido ha desarrollado la prensa de habla hispana sobre el tema.

Por parte de la prensa, existen artículos describiendo los casos más escandalosos de menores que gastan miles de euros en un juego sin el consentimiento de sus padres. Los artículos escritos más enfocados en el tema adicción y psicología, son escritos en su mayoría por expertos, tales como la Dra. Susana Jiménez Murcia, perteneciendo a organizaciones que investigan y tratan este tipo de adicciones.

En cuanto a contenido audiovisual, no se ha encontrado ninguna pieza que trate el tema escogido de producción nacional.

Todos los links sobre artículos consultados están debidamente ordenados en el apartado "bibliografía".

El proceso de producción del documental se ha realizado con las herramientas que ya se disponían de antemano, tales como un PC, programas de edición o un teléfono móvil.

Enfoque

Una vez el tema estaba escogido, se necesitaba encontrar un enfoque. Se planteó una serie de posibilidades, como por ejemplo, comparar una casa de apuestas con este tipo de juegos.

Al empezar con esta idea, me dirigí a una casa de apuestas de Sabadell. En ella hablé con una chica que se encargaba de atender a los clientes y, a su vez, servir en la barra. Me contestó algunas preguntas, pero no me dejó grabar. Me dijo que hablara con la encargada, pero esta solo iba al local unas horas por la mañana y me era imposible salir del trabajo para acudir a hablar con ella. Así quedó descartada esta opción.

También se barajó la opción de centrarme en un solo juego. Las dos opciones barajadas fueron “Coin Master” y “Raid: Shadow Legends”. El primero se encuentra, desde hace bastante tiempo, en los primeros lugares de beneficios en las *stores* de las *apps* móviles. Además, la mecánica principal es una máquina tragaperras. Por otra parte, el juego está recomendado para ser jugado para un *target* de 12 o más años. La segunda opción era interesante, pero investigando un poco vi que me podía desviar del tema principal. Así que también se descartó. Hay más información sobre este juego en el apartado “Anexo”.

Esta opción también fue descartada en favor de mostrar más variedad en el documental. Centrarse en un solo juego se puede interpretar como que solo ese juego presenta las problemáticas de los juegos F2P.

Otro de los enfoques posibles era el de indagar en los procesos psicológicos aplicados mediante los equipos de especialistas contratados por las empresas de desarrollo de estos videojuegos. Quedó descartado por su complejidad. Requiere más

investigación y, en mi caso, no tener una limitación de tiempo. Y no solo de tiempo de producción, sino de tiempo necesario para explicar todo lo necesario dentro del documental.

En relación con este apartado, la duración del documental, mediante una tutoría se fijó que debía ser de entre 10 y 15 minutos, pero a ser posible, no acercarme a los 15.

Otras opciones descartadas fueron las de realizar encuestas a padres y niños para saber cuánto saben unos y otros sobre este tipo de juegos y sus mecánicas, así como cuánto saben sobre los problemas que se han ido desarrollando a causa de estas mecánicas. Este tema se trató en las entrevistas realizadas a la Dra. Susana Jiménez Murcia y al asesor Daniel Loren Ariño.

Recopilación de datos

Mediante búsqueda de artículos y publicaciones sobre el tema, se ha ido recopilando datos relevantes para el desarrollo del documental. Por otro lado, el conocimiento de estos juegos ya era extenso, ya que actualmente juego a dos de ellos, mencionados en el punto “Introducción”. También voy probando las novedades o los juegos más descargados, para ver si existe algún cambio relevante o alguna nueva mecánica.

Los artículos consultados se encuentran en el apartado “bibliografía”.

Título

El título “Mi primera tragaperras” surgió tras jugar al juego F2P de móviles Coin Master. En este juego, se hace girar una máquina tragaperras para conseguir recursos, dinero y poder atacar a otros jugadores.

El juego de palabras está basado en la colección de libros infantiles “Mi primer...”. En estos libros infantiles, introducen un concepto, objeto o acción a los infantes que están en pleno desarrollo.

La característica de estos libros me pareció adecuada, ya que en efecto, es posible que un niño que se descargue de manera gratuita un juego como Coin Master, esté ante su primera máquina tragamonedas. Además se logra un contraste que puede chocar, ya que el concepto “Mi primer...” se asocia a los infantes, y una máquina tragaperras, se asocia a la adultez y con ciertas connotaciones negativas.

Entrevistas

Para la creación de este documental se realizaron dos entrevistas:

La primera, a la Dra. Susana Jiménez Murcia. Esta entrevista tiene una duración de 30 minutos, se realizó vía videoconferencia mediante Microsoft Teams y se autorizó a aparecer en el documental mediante el registro del consentimiento en el vídeo.

La segunda, al asesor en la fundación FEJAR (Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados), Daniel Loren Ariño, jugador profesional retirado y experto en videojuegos. Esta entrevista tiene una duración de 140 minutos y se realizó vía videoconferencia a través de Google Meets. El consentimiento de aparición en el documental se registró de manera verbal, bajo registro en vídeo.

Ambos participantes fueron informados de la naturaleza del trabajo: un Trabajo de Fin de Grado, para la Universidad Autònoma de Barcelona, y que no se subiría a ninguna plataforma para su difusión. Si se subiera a una plataforma como Youtube, sería de manera privada, ya que el objetivo es que sea visionado por el tutor del trabajo, Guillem Marca Francès, y la revisora del trabajo, Maite Llopis.

Se ha tenido la intención de realizar dos entrevistas más, pero no han sido posibles.

La primera de estas entrevistas descartadas era a una responsable de un salón de apuestas de Sabadell, pero debido a incompatibilidad horaria y negativa de realizarse mediante videollamada, quedó fuera del documental.

La segunda se iba a realizar a algún experto en psicología de la Facultad de psicología de la UAB, pero tras un intercambio de mails, nadie resultó interesado en participar. De esta manera, esta opción también quedó descartada.

Por suerte, la Dra. Susana Jiménez Murcia suple esta necesidad de contar con una persona experta. Además, siendo una eminencia del tema, se tiene en alto valor su participación en este documental.

Guion

Una vez se tenía el material de los expertos, se procedió a elaborar un guion.

El guion se ha ido modificando conforme se descartaron opciones. El guion final utilizado es el siguiente:

Introducción

1. Plantear preguntas tipo “¿Dejarías a un niño en una casa apuestas?”.
2. Prohibición locales +18.
3. ¿Y si el juego de azar se ha colado en las casas, de una forma insospechada?
4. Imágenes Coin Master. Mostrar la tragaperras girando, como da monedas y como se queda sin tiradas apareciendo un *pop up*.
5. Título “Mi primera tragaperras”

Cuerpo

Aumento de jugadores en dispositivo móvil. Mostrar estadísticas de jugadores menores adolescentes.

1. Relacionar el juego de azar y las apuestas con los juegos móviles. Explicar qué es un *free to play*, sus limitaciones y mencionar las microtransacciones.
2. Ejemplos de microtransacciones.
3. Explicación sobre cómo el contenido se desbloquea mediante azar. Un personaje no se cambia por monedas, se intenta sacar con una mecánica de azar.
4. Ejemplo Dokkan Battle.
5. “Ya se va viendo la mecánica de juego de azar, no?”

6. Intentarlo no significa conseguirlo (posibilidad de pagar pero no conseguir el personaje).
7. Otro ejemplo: *loot boxes*.
8. Apuesta moneda virtual con valor de moneda real.
9. Declaraciones Susana.
10. Clasificación juegos (PEGI)
11. Declaraciones Daniel.
12. ¿Cómo pueden estos juegos tener calificación PEGI 12?
13. Declaración Susana 2.
14. PEGI solo es una recomendación.
15. Declaración Daniel 2.

Final

16. Mensaje final.
17. Agradecimientos.

El tema da para mucho más, pero se eligió este hilo simplificado para dar a entender cuál es el símil con las apuestas y posteriormente dar paso a las declaraciones de los expertos. La ampliación de contenidos se ha incluido en el apartado de “Anexo”.

Minutado

Se ha realizado un minutado del documental. Las hojas del minutado están adjuntas a continuación:

Tiempo	Imagen	Voz	Música
00:00 - 00:05	Niños jugando en círculo	“Dejarías a tu hijo pasar la tarde en una casa de apuestas?”	Mr. Tinkertrain - Ozzy Osbourne
00:05 - 00:10	Niños en recreativos / happy parc	“ ¿O tal vez en un casino?”	Mr. Tinkertrain - Ozzy Osbourne

00:10 - 00:14	Ruleta de casino	“Estos locales están, obligados por ley, a no dejar entrar a menores de 18 años”	Mr. Tinkertrain - Ozzy Osbourne
00:14 - 00:22	Máquinas tragaperras	“Pero ¿qué pasa si el juego de azar se ha colado en las casas..?”	Mr. Tinkertrain - Ozzy Osbourne
00:22 - 00:25	Fondo negro	“...de una forma insospechada?”	Mr. Tinkertrain - Ozzy Osbourne
00:25 - 00:29	Imagenes Coin Master 1		Angst - Rammstein
00:29 - 00:30	Fondo negro		
00:30 - 00:33	Imagenes Coin Master 2		Angst - Rammstein
00:33 - 00:34	Fondo negro		
00:34 - 00:44	Casino		Angst - Rammstein
00:44 - 00:54	Juego móvil y manos 1	“Según Statista, durante 2021 el 62% de los niños de entre 11 y 14 jugaron a videojuegos en dispositivos móviles.”	Volver a empezar
00:54 - 00:58	Juego móvil y manos 2	“No cabe duda de que el smartphone ha sido toda una revolución en cuanto a entretenimiento...”	Volver a empezar
00:58 - 01:06	Juego móvil y manos 3	“... pero algunas empresas han aprovechado este auge del juego móvil para beneficiarse.”	Volver a empezar
01:06 - 01:24	Gameplay Mario Kart Tour	“La relación con las apuestas viene al	Volver a empezar

		<p>tipo de monetización aplicada a los llamados juegos Free to Play.</p> <p>Estos juegos son de descarga gratuita y pueden ser jugados sin invertir dinero.</p> <p>Pero presentan unas limitaciones que incentivan a pagar mediante microtransacciones”</p>	
01:24 - 01:32	Gameplay Mario Kart Tour + Ejemplos de microtransacciones	<p>“¿Se te ha acabado el tiempo de juego? Paga y sigue jugando</p> <p>¿Quieres realizar tareas más rápido? Paga y consigue potenciadores”</p>	Volver a empezar
01:32 - 01:37	Banner Legendario Dokkan	“¿Quieres este nuevo personaje? Invierte tus piedras para intentar sacarlo y si no te sale...”	Volver a empezar
01:37 - 01:40	Tienda Dokkan	compra más piedras.”	Volver a empezar
01:40 - 01:45	Banner Legendario Dokkan	“Pero ¿cómo que intenta sacarlo ¿No puedo desbloquear un nuevo personaje sin más?”	Volver a empezar
01:45 - 01:57	Ratios aparición SSR	“Pues no, en muchos de estos juegos, los personajes tienen un	Volver a empezar

		pequeño porcentaje de que te toquen. Para ejemplificar esto, vamos a ver cómo funcionan estos porcentajes en el juego de móviles Dragon Ball Z Dokkan Battle”.	
01:57 - 02:11	Destacados del Banner	“En esté ejemplo, el personaje más reciente es este. Es de la rareza más elevada, llamada Legendary Rare o LR. Esto significa que es muy exclusivo. Bien, pues quiero conseguirlo.”	Volver a empezar
02:11 - 02:15	Ratios SSR	“Veamos, tienes un 10% de que te salga un personaje SSR...”	Volver a empezar
02:15 - 02:19	Destacados banner	“...que es la base de la rareza de todo personaje utilizable”	Volver a empezar
02:19 - 02:26	Ratios SSR	“Dentro de ese 10%, tienes 5% de que sea destacado y otro 5% que no lo sea.”	Volver a empezar
02:26 - 02:33	Destacados Banner x3 velocidad	“Los personajes destacados, son estos 10”	Volver a empezar
02:33 - 02:52	Banner Legendario Dokkan	“Resumiendo, cada vez que tiras tienes un 0.5% de que te salga el personaje nuevo, que es el que	Volver a empezar

		buscas. Las gemas que se utilizan en este juego para invocar a estos personajes, son limitadas, ya que las dan por pasar pantallas o cumplir misiones.”	
02:52 - 02:55	Limited time	“Osea, que tienes una capacidad limitada para tirar a estos banners.”	Volver a empezar
02:55 - 03:00	Tienda + lluvia de dinero	“Así se crea una necesidad de comprar estas gemas y tirar por este personaje nuevo que quieres.”	Volver a empezar
03:00 - 03:05	Tienda Dokkan	“En la tienda, las gemas tienen este valor”	Volver a empezar
03:05 - 03:13	Banner Legendario Dokkan	“Y para realizar una tira única cuesta 5 piedras. Por el contrario, puedes realizar una multi-invocación...”	Volver a empezar
03:13 - 03:18	Montaje 10 personajes	“...para sacar 10 personajes a la vez, garantizando que el décimo personaje sea SSR.”	Volver a empezar
03:18 - 03:24	Calculadora	“Vamos a hacer el cálculo de cuánto equivale en moneda real las 50 gemas	

		que vale hacer una multi-invocación.”	
03:24 - 03:36	Tienda sin ofertas Dokkan	<p>“Este es el precio de los packs sin descuento.</p> <p>Ese es el precio de una gema: 99 céntimos.</p> <p>“Ahora multiplicamos 0.99 x 50 y sale a 49,5 un multi invocación. ”</p>	Una mirada al exterior
03:36 - 03:45	Banner legendario	“Es verdad que el juego de gemas por completar pantallas y misiones, pero son limitadas”	Una mirada al exterior
03:45 - 03:48	Máquinas tragaperras	“Ya se va viendo la mecánica de apuesta, ¿no?”	Una mirada al exterior
03:48 - 03:52	Banner legendario	“Yo puedo invertir mis gemas en intentar sacar el personaje y no salir.”	Una mirada al exterior
03:52 - 04:01	Tienda dokkan + lluvia de billetes	“También puedo seguir comprando gemas gastando dinero real, seguir tirando y seguir sin salir, ya que solo tengo un 0.5 % de probabilidades de que salga.”	Una mirada al exterior
04:01 - 04:03	fondo negro		Una mirada al exterior
04:03 - 04:08	Fondo negro + símbolo del dolar	“Este, es un sistema de monetización,	Una mirada al exterior

	(\$)	pero existen muchos otros, como por ejemplo, las loot boxes”	
04:08 - 04:28	fondo negro + simbolo dolar + caja	<p>“En este caso, se recibe un recipiente que contiene objetos, personajes o imágenes, o cualquier otra cosa, para el juego. La mecánica es la misma: las cajas son muy limitadas y se consiguen al cumplir objetivos.</p> <p>Al abrirlas, tienes un pequeño porcentaje de que salga lo que buscas</p> <p>Y si te quedas sin cajas gratuitas, siempre puedes comprar más”</p>	Una mirada al exterior
04:28 - 4:34	Ruleta casino lado opuesto.	“En definitiva: estás apostando una moneda virtual, con valor real, para conseguir un personaje”.	Una mirada al exterior
4:34 - 04:37	Monigote encogiéndose de hombros	“¿Y esto? ¿puede desarrollar adicción?”	
04:37 - 05:04	Declaraciones Susana	-Texto de las declaraciones-	
05:04 - 05:10	Ranuras de máquina tragaperras	sigue la voz en off de susana	

05:10 - 05:16	Gameplay Coin Master	más voz en off de susana	
05:16 - 06:05	Declaraciones susana + recursos para ocultar fallos del video	declaraciones hasta fin 1	
06:05 - 06:13	Monigote confuso	Y si esto es así, ¿qué clasificación tienen estos juegos? estarán catalogados como juegos para mayores de 18 años, no..?	
06:13 - 06:16	Fondo negro + X roja	"Pues no es el caso, la calificación media..."	Pages Turn
06:16 - 06:33	Página store Coin Master	"...de estos juegos suelen ser de PEGI 12. Esto significa que no se recomienda que lo jueguen menores de 12 años. Aquí podemos ver la página de la store de android del juego Coin Master. Coin Master casi siempre está en los primeros puestos de recaudación de dinero en España."	Pages Turn
06:33 - 06:42	Gameplay Coin Master	"Este juego imita una máquina tragaperras cómo mecánica principal."	Pages Turn

		Pero no es ninguna casualidad que este juego sea de los que más dinero recaudan en España.”	
06:42 - 07:43	Declaraciones Daniel	Explicación Daniel	
07:43 - 07:54	Comillas + Gobierno de España + monstruo oculto	“Dentro de esta ‘normalidad’ ¿Qué hace el gobierno de España para que esto no ocurra? ¿Cómo puede tener este tipo de juegos PEGI 12?”	
07:54 - 09:37	Declaraciones Susana 2 + recursos para ocultar fallos	Declaraciones sobre adiciones y reconocimiento de enfermedad reciente	
09:37 - 09:41	Iconos PEGI + balanza justicia	“Se debe tener claro que la clasificación PEGI no se sustenta en ninguna ley.”	
09:41 - 10:29	Declaraciones Daniel + recursos web iconos PEGI	Sobre las recomendaciones PEGI y sus símbolos	
10:29 - 10:39	Imagen niño jugando en una escalera + titulares de menores gastando dinero sin supervisión	“Y esta es la labor de este documental, avisar sobre los peligros de los micropagos, las loot boxes y los sistemas de obtención de personajes y objetos mediante mecánicas de azar.”	

10:39 - 10:58		<p>“De ninguna manera quiero criminalizar los videojuegos. Son un medio de entretenimiento y cultura que pueden proporcionar muchos beneficios de agilidad mental y creatividad.</p> <p>Lo que una sociedad actual no se puede permitir, es que haya empresas con un hambre insaciable de beneficios se lleven por el camino la cordura; de los menores.”</p>	
10:58 - 12:22	Créditos + agradecimientos + gameplay Rust de fondo		Folsom Prison Blues - True Enemy

Rodaje

En cuanto al rodaje de escenas, solo se rodó una, siendo la última en la que aparezco haciendo la locución de la última frase y finalizar mirando a cámara.

Se grabó en mi propio cuarto, delante del ordenador y con la intención de mostrar cómo se ha realizado la locución de la voz en off que acompaña el documental. También para poder ver la apariencia de quien ha estado locutando. En principio, no tenía intención de aparecer en el documental, dando todo el protagonismo a los dos entrevistados y al tema. Pero la idea de finalizar mirando a cámara dio lugar a esta escena.

El vídeo se registró mediante un *smartphone* Xiaomi Redmi Note 8 a resolución 1080 x 1920 9:16. Se realizaron 2 tomas, ya que la primera salió demasiado clara en ciertos

puntos y la imagen quedó quemada. Se reguló la iluminación mediante la luz natural de la ventana y un aro led de iluminación y se volvió a grabar.

Se utilizó un trípode con aro led de iluminación con 3 tonos, de frío a caliente, adaptado para teléfonos móviles.

El sonido se grabó a su vez en el micro que aparece en la imagen, un Blue Snowball iCE USB. Posteriormente en la edición del video, se sincronizó el sonido del micro profesional con la imagen del vídeo.

Elección del formato vertical

En una de las tutorías, Guillem me comentó que podía ser interesante grabar todo el documental de manera vertical. Es decir, en formato 9:16. En un primer momento, me pareció algo arriesgado, ya que solo se vería de una forma óptima en un smartphone. Pero tras analizar la posibilidad, me pareció muy lógico y adecuado debido a la temática del documental. Por otra parte, nunca había realizado un video editado en este formato, y así también me ha servido de aprendizaje.

Por último, este formato permite realizar extractos del documental para colgar en redes sociales como TikTok o Youtube, ya que permiten la reproducción en esta resolución. Los extractos se pueden colgar en caso de que se decida mover por redes sociales, aunque hasta la fecha de realizar este texto, no se tiene intención.

Edición

Para realizar la edición del documental, se ha utilizado el *software* Wondershare Filmora. Cuento con una licencia de por vida para 1 equipo, ya que lo compré de promoción cuando el programa recién salió y no era popular.

El programa se actualiza constantemente y permite editar todo tipo de vídeos por capas, añadir efectos visuales, transiciones, sonidos y todo lo necesario para realizar un trabajo profesional.

Un problema que surgió durante la edición del video es que las letras más pequeñas resultaban ilegibles. Esto se soluciona mediante un reescalado de imágenes, consiguiendo algo más de resolución y nitidez.

El proceso de edición ha sido el más largo de todos.

Recursos de imagen y sonido

Todos los recursos insertados a lo largo del documental han sido de elaboración propia, extraídos de bancos gratuitos de imágenes y videos, o utilizados con el permiso de sus autores.

Las imágenes de vídeo se han cogido tanto del banco de imágenes propio del programa Wondershare Filmora, así como del sitio web pexels.com, un banco de imágenes y videos gratuitos.

Algunos vídeos son de elaboración propia. Los *gameplays* de los juegos F2P mostrados en pantalla han sido grabados mediante la aplicación de Android “Captura de pantalla”. Los juegos eran ejecutados en tiempo real y se registraban todas las acciones que se realizaban. Estos juegos son:

- Coin Master
- Dragon Ball Z Dokkan Battle
- Mario Kart Tour

De esta misma manera se registró la página del juego Coin Master en la *store* de Android.

Por último, el *gameplay* de fondo durante la parte de agradecimientos corresponde al juego de PC Rust. Está grabado por mí con el programa OBS (*Open Broadcast Software*) que permite capturar juegos y realizar retransmisiones en vivo. El vídeo que se muestra está extraído de mi canal de Youtube, el cual tengo para realizar pruebas de vídeos y realizar aprendizajes.

El canal de Youtube se llama *VicsVonVicius* y el vídeo “Mi primerita vez en Rust”. Es de los pocos que están públicos, ya que me gustó el resultado.

Para los objetos utilizados como recursos, tales como las “*dragon stones*”, moneda *in-game* del juego Dragon Ball Z Dokkan Battle, los personajes, los titulares, los logos, etc. han sido recortados mediante la herramienta de recorte de Windows.

Por otro lado, los recursos como el hombre confuso con fondo verde y el dibujo de entrecomillar, han sido cogidos de la base gratuita de GIFs que tiene el propio programa de edición, Wondershare Filmora.

En cuanto al apartado sonoro, los efectos de sonidos han sido extraídos de la base de sonidos gratuitos del programa de edición, Wondershare Filmora. También se han cogido las tres canciones que suenan durante la locución de voz en off siendo estos los títulos por orden de aparición:

- Volver a Empezar
- Una Mirada al Exterior
- Pages Turn

La primera canción, la que abre el documental, corresponde al artista Ozzy Osbourne, llamada Mr. Tinkertrain.

Los fragmentos sonoros y la canción del título del documental, corresponden al grupo musical Rammstein y su título es Angst.

Por último, la canción de la parte de “agradecimientos” corresponde al grupo True Enemy, llamada Folsom Prison Blues. Javier Mora Sandoval, bajista de este grupo, es un amigo de la infancia. Se consultó con el grupo la posibilidad de incluir la canción en el documental y se consintió. Esto queda reflejado debidamente en el apartado del documental “agradecimientos”.

Se han elegido canciones con derechos de autor (Angst y Mr. Tinkertrain) bajo consulta del tutor, Guillem Marca Francès, y se autorizó debido a que no hay intención de distribución del documental por ninguna red social, medio o cualquier otro método. Por lo tanto, se han utilizado las piezas musicales dentro del “Reconocimiento no comercial”. Esta licencia permite la utilización de música bajo licencia, citando a los

autores o a los propietarios de los derechos y comprometiéndose a no hacer un uso comercial del vídeo resultante.

Si en el futuro se decidiera hacer algo con el documental, el apartado sonoro de estas dos partes sería cambiado por otro, así como quitar el trozo final de agradecimientos y el logo de la UAB.

Elección de estética y recursos

El documental se ha desarrollado con un tono serio, enfocado en ser dinámico y entretenido y con pequeños destellos muy sutiles de humor.

Se decidió, mediante tutoría, que el documental debía durar entre 10 y 15 minutos, siendo más adecuado acercarse a los 10 que a los 15. Con esto en mente, se ha tenido que adaptar qué debía salir y qué no, dotando a lo que se explica con un sentido y dejando que toda la información ofrecida se entienda. Se ha buscado no sobrecargar al espectador de información y simplificar los conceptos lo máximo posible. Otros conceptos no se han introducido por no complicar de más la comprensión.

Para la primera parte, la introducción, se ha utilizado música relacionada con la infancia. El principio de la canción de Mr. Tinkertrain contiene una caja musical acompañada por voces de niños y niñas que juegan. Esto ha servido para mostrar imágenes de menores y hablar de este primer apartado.

Seguido, tenemos las primeras imágenes de un juego de móvil: Coin Master. En estas imágenes se muestra cómo el juego se basa en una máquina tragaperras cómo mecánica principal. Se utilizaron los efectos de sonido de Angst, porque tenían un impacto muy fuerte. De esta manera se conseguía enseñar un juego con una estética claramente no adulta, que puede ser jugado por cualquier menor. En cuanto a la parte del título, se introducen los primeros acordes de la canción Angst. Cómo ya se ha comentado, se consigue un contraste en cuanto a las palabras “Mi primera...” y tragaperras. La música furiosa y pesada de Rammstein, consigue dar un efecto algo perturbador a la vez que se muestra el título. En principio se muestra la palabra

“TRAGAPERRAS”, cada letra de un color, haciendo alusión de nuevo a la inocencia y la etapa infantil. Esto desaparece para dar lugar al título completo, mientras se muestran este tipo de máquinas de fondo, con un filtro de aberración cromática.

En cuanto a los filtros, al principio se utilizan este tipo de aberración cromática y efectos de imagen difuminada por estática, para dar un toque algo más oscuro a la temática. Como es un tema polémico, este tipo de recursos dejan ver que lo que se va a visualizar no es un juego de niños. Después de la introducción, no se vuelve a utilizar este tipo de filtros.

Respecto a las transiciones, se juega con ellas, ya que rotan como una ruleta de casino o una máquina tragamonedas. Pero no siempre se utiliza este recurso, en otras ocasiones, simplemente se utiliza una transición que la imagen nueva reemplaza a la anterior de izquierda a derecha.

En el apartado de las entrevistas surgió una dificultad. La entrevista realizada a la Dra. Susana Jiménez Murcia se registró mal. Durante ciertos momentos la imagen se queda congelada o se ralentiza mientras el audio sigue funcionando. Para solucionar este contratiempo, se ha optado por superponer imágenes de titulares y otros recursos. Además esto dota de cierta variedad al apartado visual, ya que la voz en off sigue funcionando de manera correcta, pero visualmente se observa mayor variedad. Con la entrevista a Daniel Loren Ariño, no hubo problema, pero se recurrió a la misma manera de superponer otra imagen por encima para dar más variedad al apartado visual.

El fragmento de la explicación de cómo funcionan los juegos y los porcentajes de aparición, se ha intentado hacer de la manera más amena posible, ya que puede ser el apartado más lento y difícil de digerir. Se optó por una explicación sencilla que resumiera que existe un muy bajo porcentaje de obtener lo que se busca, así como dejar claro que ahí reside toda la problemática de estas mecánicas, que son las que más se asemejan al juego de azar. También se estableció una comparativa con dinero

real, dejando ver los elevados precios que tienen las monedas o *loot boxes* en estos juegos.

Para las imágenes estáticas se ha trabajado la edición y se les ha dotado de movilidad. Hay escenas en las que se han añadido hasta 12 capas sobre una imagen para no mostrar una imagen sin movimiento. Se ha dedicado mucho tiempo a este tipo de trabajo, ya que se tenía que cuadrar frame a frame la continuidad de los objetos en pantalla. Por poner un ejemplo, cuando se habla de una multi invocación y se explica que el décimo personaje será de una rareza SSR garantizada, se cogió una “bola del dragón” para poner de fondo, iconos de personas y se fueron sumando una a una hasta llegar al número 10, que es el personaje de la serie de Dragon Ball Super, Son Goku. Para enfatizar que la rareza SSR está por encima de otras sin importancia, se le aplicó un aura y un sonido potenciador, así como añadir una pequeña sacudida a la pantalla y lanzando a los otros personajes sin importancia fuera de la pantalla.

La parte que finaliza el documental, la frase grabada en mi habitación, está hecha con la intención de dar a conocer esa voz que ha estado narrando el documental desde el principio. Por último, se mira a cámara para tratar de involucrar al espectador, ya que con esa última frase se lanza un mensaje claro.

El último tramo, el de los agradecimientos, es más un ejercicio de despedida. Es el fragmento con más carga humorística, alejándose un poco de la seriedad del asunto anteriormente tratado. Como se trata de un proyecto, se ha decidido incluir los agradecimientos al final del documental, en lugar de ponerlo en la primera página del trabajo escrito, siendo este documento de menor importancia, en mi opinión. También se puede quitar fácilmente esa parte final, en caso de que se decida colgar en redes sociales.

No se ha hecho un recuento de las horas dedicadas a la edición del documental, pero la edición ha sido el apartado al que más tiempo se le ha dedicado.

Este proyecto ha sido ideado como contenido para redes sociales, basándose en gran medida, en TikTok. También se puede compartir en otras redes sociales, ya que también incluyen la visualización en vertical desde dispositivos móviles.

No se ha tenido en mente grandes medios.

Se ha realizado un ejercicio de creatividad sin barreras. Igualmente, tampoco se ha abusado de utilizar todo tipo de recursos sin criterio, siendo las dos únicas obras con *copyright* las canciones Mr. Tinkertrain y Angst. En cuanto a la canción Folsom Prison Blues de True Enemy, si se cuenta con autorización para su utilización. Por otro lado los dos otros temas que acompañan la locución, son del banco de canciones gratuitas del programa de edición.

Otro de los objetivos ha sido mostrar la facilidad que se tiene actualmente a la hora de desarrollar un documental sin presupuesto. La única inversión realizada ha sido de 12 € para comprar un soporte para el móvil con un aro led para la iluminación. En cuanto a las canciones con *copyright*, son fácilmente sustituibles, pero se optó por ellas por su potencia e impacto con el contraste de las imágenes.

Anexo

Material adicional, resúmenes e información que no ha entrado en el documental

Dado que la duración del documental es de poco más de 10 minutos, no se ha incluido todo el material desarrollado. En este anexo se muestran textos de soporte que complementan la pieza audiovisual.

Algunos puntos son ideas descartadas o poco desarrolladas, otras son ideas que dieron lugar a otras ideas. Se han incluido en el anexo estos puntos porque han sido parte del proceso creativo.

¿Qué es un juego free to play?

Los juegos free to play (F2P) o gratuitos, son videojuegos que permiten al usuario disfrutar del juego sin pagar por él. Estos juegos se han vuelto muy populares, ya que se pueden descargar sin previo pago y suelen estar disponibles en plataformas tan

accesibles como los smartphones. De esta manera siempre se puede probar el juego y comprobar si es un producto lo suficientemente entretenido y divertido, sin necesidad de realizar una compra por el juego.

Cómo obtiene un juego F2P beneficios

El objetivo del desarrollo de un videojuego es generar ingresos. La manera tradicional de obtener ingresos es comprar el juego, de igual manera que compras una película, un libro, un cómic, etc.

El modelo de los juegos F2P se basa en otro sistema. Se pueden comprar elementos *in-game* de diferentes características. Desde *skins*, hasta potenciadores o pases de temporada. De esta manera, se sustituye el pago único de un producto, por una constante fuente de ingresos a lo largo de la vida del videojuego.

Tipos de compras *in-game*

Existen diferentes tipos de compras dentro del juego que marcarán hasta qué punto un juego es *Pay to win* (P2W). Un juego P2W es aquél que a base de gastar dinero en el juego, se puede lograr avanzar más rápido o ser más poderoso.

El nivel de P2W de un juego se determina a través de lo que perjudican estas compras integradas al componente competitivo en línea del videojuego.

Podemos diferenciar, a grandes rasgos, entre 2 tipos de compras integradas:

- Estéticas
- Que ofrecen ventajas

Las compras de *skins* o elementos cosméticos, son una manera de no afectar al elemento competitivo de las partidas en línea. Con estas apariencias se dota al personaje de cierta personalización, pero el conseguir la victoria en una partida competitiva en línea depende de las habilidades del jugador. Las *skins* son, apariencias que modifican la forma física base del personaje o los objetos, afectando solo a cómo se ven.

Dentro de este tipo de compras se puede observar una variación: los pases de batalla. Son una serie de objetivos a completar dentro de una temporada. El pase de batalla se divide en niveles, los cuales al completarlos suelen dar objetos cosméticos para modificar la apariencia física del personaje o los objetos que este porta.

Por otra parte, las compras que ofrecen ventajas, son aquellas que potencian ciertos atributos a los personajes del juego, siendo así más fácil ganar en la modalidad en línea. Los jugadores que más dinero invierten en estos juegos son indestructibles a los ojos de los jugadores que no invierten su dinero en el juego.

Las compras que ofrecen ventajas pueden ser de diferentes tipos:

- Potenciadores
- Moneda *in game*
- Objetos con *stats*

Los potenciadores ofrecen opciones de velocidad en cuanto a la realización de tareas. Un potenciador de experiencia permite subir de nivel más rápido. Un potenciador de x3 al recolectar oro, permite conseguir recursos más rápido. De esta manera, los jugadores que pagan por estos potenciadores consiguen hacer en unas horas el trabajo de varios días.

Todos los juegos F2P tienen moneda propia. Suelen ser gemas, piedras preciosas, cristales mágicos, etc. Estos objetos de pago pueden utilizarse para una gran variedad de cosas, ya que son el objeto máspreciado del juego. Con este tipo de moneda *in-game* se puede desbloquear de inmediato tareas que cuestan tiempo, comprar personajes, comprar objetos, realizar invocaciones, mejorar personajes y objetos, revivir al jugador, rellenar la barra de estamina, ampliar el espacio del inventario y todo lo que se les ocurra a los desarrolladores. La variedad es tan grande porque así se crea una necesidad de tener esta moneda, ya que de manera gratuita, este recurso se consigue de una manera muy limitada.

Por último, los objetos con *stats* son objetos que mejoran las estadísticas de tu personaje. Para comprar estos objetos se puede utilizar moneda *in-game* o realizar una compra directa con dinero real. Estos objetos ofrecen ventajas de manera inmediata y suelen tener *stats* bastante más altos que los objetos que se obtienen de manera gratuita. Teniendo estos objetos se consigue una gran ventaja sobre las personas que no pagan por estos objetos, desequilibrando la balanza a favor del que sí paga.

Qué mecánicas de *gambling* implican estos juegos

La mayoría de juegos F2P tienen un componente de azar para la obtención de objetos y personajes. Mediante *loot boxes* o *summons*, los jugadores pueden invertir la moneda *in-game* en conseguir nuevos personajes o maneras de mejorarlos, ya sea con objetos o similares.

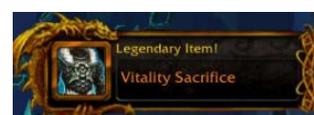
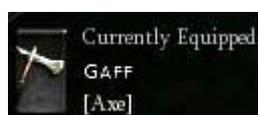
Las *loot boxes* son unos objetos que te dan de manera limitada jugando. Al abrir estas cajas (o sobres), se reciben recompensas. Estas recompensas pueden ser potenciadores, personajes, objetos, *skins*, etc. Abrir una *lootbox* implica participar en un juego de azar, ya que en cada *lootbox* contiene una enorme cantidad de objetos en su interior, pero estos se determinan por porcentajes o RNG.

Los objetos y personajes de un juego F2P suelen estar clasificados en rarezas. Cada juego puede tener la suya propia, pero suele haber un consenso no escrito sobre la rareza de estos objetos o personajes. Estos son los más utilizados:

Común - Poco común - Raro - Épico - Legendario

Los colores de cada palabra suelen representar, a simple vista cual es la rareza del objeto o personaje.

Aquí unos ejemplos de distintos videojuegos:



Común	Raro	Legendario
Diablo	Minecraft Dungeons	World of Warcraft
	Poco común	
	Go Kart Racing	
		Épico
		Heroes of the Storm

Otro código muy utilizado de rarezas es el aplicado en los juegos de cartas o juegos *gacha* japoneses, y suele ser el siguiente:

N (normal) - R (Rare) - SR (Super Rare) - SSR (Super Super Rare) - UR (Ultra Rare)

Para esta manera de clasificar las rarezas, en ocasiones se utiliza el código de colores, pero en otras ocasiones no. También existe una categoría por encima de UR, llamada LR (Legendary Rare), pero pocos juegos la utilizan. He aquí unos ejemplos de distintos *gachas* japoneses:



R

SSR

Ultra Impact

SR

One Punch Man

N

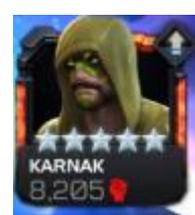
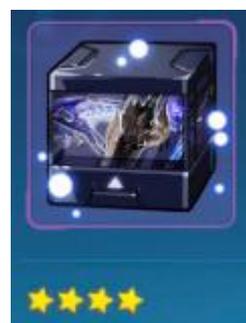
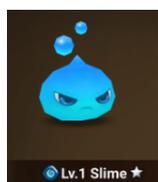
7DS Grand Cross

Dokkan Battle

UR

Revived Witch

Por último, destacar los sistemas por estrellas, dónde 1 estrella sería el nivel más bajo y 7 estrellas el más alto.



1*	2*	3*	4*	5*
Summonres Wars	Saint Seiya	Fire Emblem	Honkai Impact	Marvel Strike Force



6*
One Piece
Treasure Cruise



7*
Dragon Ball Legends

Estas son las 3 maneras más comunes de establecer las rarezas de los objetos y los personajes del juego.

Con este tipo de clasificación se establece un cierto prestigio como jugador. En muchas ocasiones, maximizar un personaje o un objeto de la rareza más alta es una tarea que requiere de bastante tiempo. Ver un equipo compuesto por personajes de la rareza más alta, maximizados y con objetos de la rareza menos frecuente de encontrar, es un indicador de que ese jugador lleva mucho tiempo invertido en el juego, o que ese jugador gasta grandes cantidades de dinero.

Free to play, Pay to win y Freemium

En los juegos F2P existe un grado invisible de P2W. Los juegos con un alto contenido competitivo y que incentivan la compra de potenciadores y objetos de pago, se ven perjudicados por este grado. Los jugadores que ven un alto grado de P2W en los juegos se encuentran con la barrera de encontrarse jugadores en el modo competitivo con los que son incapaces de competir.

Por otra parte, existen modos llamados Freemium. Este modelo de monetización implica activar un modo “premium” para conseguir objetos, pero suelen ser opciones estéticas. Los casos más claros son los llamados pases de batalla. Un pase de batalla desbloquea elementos que no modifican la jugabilidad. Requiere dedicarle tiempo y mantiene al jugador con ganas constantes de desbloquear la siguiente *skin* y además, suele ofrecer moneda in game para comprar más *skins* en la tienda. De esta manera se ofrece un incentivo, pero no afecta al modo competitivo. Las *skins* solo modifican la apariencia de personajes y objetos, así que las partidas se deciden según el grado de habilidad de los jugadores. Los juegos *freemium* suelen ofrecer un modelo económico no intrusivo en las partidas en línea.

Dos ejemplos claros son los juegos Fortnite y League of Legends. Todo el contenido de pago de estos juegos se basa en skins para los personajes o los objetos que estos portan. A pesar de no ofrecer ventajas, son de los juegos más exitosos y con mayor beneficio.

Definiendo los elementos de pago

A continuación se detallan los elementos de pago que se suele encontrar en juegos F2P.

Elementos cosméticos o *skins*: son elementos visuales “exclusivos” ya que se deben desbloquear con moneda del juego o comprándolos con dinero real. No afecta a la jugabilidad.

Potenciadores: agiliza procesos de *farmedo*. Tareas que duran mucho tiempo se ven reducidas por estos potenciadores. Los más comunes son de multiplicador de recursos, de multiplicador de moneda, de multiplicador de experiencia o de recarga de estamina. Esto sí afecta al *gameplay*, ya que si una persona paga, consigue hacer tareas de días en minutos. Una persona que paga y lleva jugando una semana tendrá mucho más nivel y recursos ante una persona que no paga y lleva el mismo tiempo jugando.

Pases de temporada: se suelen comprar una vez cada inicio de temporada. Las temporadas suelen variar dependiendo del juego. En el juego Mario Kart Tour, el pase de batalla dura 1 mes y cuesta 4.49€. En Fortnite, una temporada dura 10 semanas y el pase de batalla vale 9.99€. Suele ser una de las opciones más económicas dentro de los juegos F2P en relación a la cantidad de contenido y el precio a pagar.

Moneda del juego: cómo ya he mencionado, cada juego tiene su moneda propia. Fortnite tiene los paVos, así como Dragon Ball Z Dokkan Battle tiene Dragon Stones o Mario Kart Tour tiene rubíes. Con esta moneda se pueden realizar muchas acciones y suelen ser muy limitadas. El grado en que se proporcionan estas monedas *in-game* determina cuán P2W es el juego. Si el juego permite conseguir una cantidad de esta moneda bastante razonable de una manera gratuita, se considera que es *user friendly*. Por otro lado, los juegos que ofrecen muy pocos recursos de estos e incentiva constantemente a la compra de ellos, es considerado un alto grado de P2W.

Loot boxes o cajas botín: son un recurso que se ha popularizado mucho y de los más empleados. Consisten en un recipiente con premios dentro. La polémica de este tipo de manera de conseguir contenidos en el juego, es que las recompensas se determinan mediante porcentajes. Las recompensas de mayor valor tienen un porcentaje extremadamente pequeño, siendo casi siempre por debajo de un 1%. De aquí que se consideren apuestas o mecánicas de *gambling*, ya que puedes invertir mucho dinero y no conseguir lo que quieres. Son mecánicas totalmente dominadas por el azar.

Las cajas botín suelen darse como recompensa por cumplir ciertos objetivos, pero también se pueden comprar por moneda del juego o dinero real.

Summons o invocaciones: es algo muy similar a las cajas botín. Los juegos que las utilizan ofrecen este tipo de invocaciones a cambio de la moneda del juego. Normalmente se invierte una cantidad fija a cambio de 10 probabilidades de obtener un personaje u objetos que los mejore. Este tipo de *summons* se hace con moneda del juego o, en otras ocasiones, tickets u otros elementos solo disponibles mediante pago con dinero real.

Creación del modelo *Free to Play*

El juego F2P no es un género. Cuando hablamos de F2P, se refiere a un modelo de distribución. Está entre la distribución tradicional (pagas el juego y lo tienes) y el modelo de la suscripción (pagas una cuota mensual por jugar).

Este modelo de distribución se ha creado contando con expertos en psicología para desarrollar las mejores estrategias para mantener al jugador enganchado recibiendo las recompensas necesarias para querer seguir jugando (*Game User Research*).

Los superfans: *walles* o ballenas

En terminología *gamer*, una ballena es aquella persona que invierte enormes cantidades de dinero en el juego para conseguir ventaja sobre los demás jugadores. Hace referencia al tamaño de estos mamíferos, ya que las cuentas de estos usuarios tienen una enorme cantidad de personajes, objetos y recursos.

Este tipo de jugadores son el *target* principal de los juegos F2P, ya que como invierten una cantidad de dinero muy grande, compensa que otros jugadores no invierten nada o muy poco.

Escalada de dificultad de los juegos *Free to Play*

Estos juegos están diseñados para ser muy fáciles al principio, conseguir muchas recompensas y poder avanzar de manera satisfactoria. A lo largo del tiempo, y de manera gradual, se va aumentando la dificultad, la obtención de objetos y recursos, limitando así el avance. De esta manera se crea una necesidad de invertir dinero. Se ha comprobado este funcionamiento personalmente en varios juegos.

Limitadores de tiempo y recurso

Siguiendo con la línea de diseño del juego, es muy común en los juegos de móvil F2P establecer limitaciones en cuanto a tiempo de juego u obtención de recursos. Por poner un ejemplo muy utilizado, estos juegos suelen tener una barra de energía o estamina. Con ella, se pueden jugar pantallas u obtener recursos, pero como tienen un límite, estas barras se vacían y toca esperar a que se llenen. Por el contrario, si no quieres esperar, puedes invertir la moneda del juego en recargar de manera

automática la barra y seguir jugando. Así se crea la necesidad constante de tener esta moneda de pago, para llenar la barra y seguir jugando. Esta es otra de las razones por las cuales la gente que paga avanza más rápido en el juego.

Otra de las limitaciones que se emplean es la de intentos en la arena. La arena suele ser donde los jugadores demuestran su supremacía ante los competidores. Normalmente se limita a 5 combates por día, pero, una vez más, si pagas se recargan los intentos. Una persona que paga por tener más intentos diarios, se puede posicionar de manera más fácil en los puestos más altos, recibiendo mejores recompensas.

Estética de los juegos

La estética de los juegos es algo muy importante, ya que existen juegos F2P que tienen marcados similares con los dibujos animados. De hecho, existe un juego desarrollado por Disney que incluye mecánicas de gambling, el Disney Arena.

Abusos en tiempos de espera o *farmeo*

Otro de los motivos que puede llevar a pagar a un jugador es evitar tiempos de espera. Es muy común en los juegos de gestión o construcción que, conforme se avanza en el juego, se tarda más y más en conseguir una nueva mejora. Por poner un ejemplo, el juego Clash of Clans te permite crear tu propia villa de guerreros e ir aumentando tu fuerza para atacar las villas rivales y conseguir recompensas. Al principio una construcción puede llevar unos minutos, pero cuanto más se avanza los tiempos de espera superan los días y alcanzan las semanas. La manera de no esperar, es invertir la moneda del juego para que la construcción se complete de forma inmediata.

Los jugadores que invierten dinero consiguen avanzar muy rápido y pueden llegar a ser inalcanzables para un jugador que no invierta dinero.

Estrategias para retener a los jugadores

Se han desarrollado muchas maneras de mantener al jugador constantemente jugando. Estas son las más comunes:

Login diario: el juego te da una pequeña recompensa por el simple hecho de entrar a él. Esto se suele hacer de manera diaria, para así asegurarse de que mínimo entras.

Misiones diarias: puede parecer igual que el anterior, pero no lo es. En esta ocasión tienes que interactuar con el juego. Suelen ser misiones muy fáciles, del tipo completa 3 pantallas, entra a un personaje 1 vez o cosas así. No son tareas que requieran mucho tiempo, ya que la mayoría de casos en unos 5-10 minutos tienes estas misiones completadas. Estas misiones se reinician cada 24 horas, así cada día del año tienes unas misiones que hacer.

Misiones semanales o mensuales: este tipo de misiones suelen proporcionar recompensas mayores, pero requieren un mayor tiempo para realizarlas. Se da un tiempo límite, como 7 días o un mes entero, y se dispone de todo ese tiempo para realizarlas. En ocasiones se puede hacer todo el primer día, eso sí, dedicando muchas horas. En otros casos dentro de estas misiones se encuentra la de “entra al juego X días”. En este caso, la propia limitación de tener que entrar cada 24 horas limita la obtención de estas misiones. Si el tiempo pasa y no se consigue completarlas, las recompensas se pierden para siempre.

Cofres gratuitos

Con estas *loot boxes* gratuitas se consigue que el jugador esté constantemente entrando. Son cofres que se consiguen de manera gratuita, pero que para abrirlos se necesita un tiempo. Los cofres de menor valor suelen tardar pocas horas y los de mayor valor suelen tardar hasta 24 horas. Para una óptima obtención de premios, el jugador más implicado calculará cada cuánto tiene que entrar para poner a abrir el siguiente cofre, ya que normalmente solo se pueden abrir un número limitado de cofres a la vez. Así se mantiene al jugador entrando al juego constantemente, para poner nuevos cofres en las ranuras de obertura.

Login acumulativo

A diferencia de la recompensa inmediata del *login* diario, existen recompensas que se reciben al acumular días de actividad. Existen dos maneras de dar estos premios. La primera es por entrar “X” días consecutivos, es decir, sin que te dejes un día sin entrar. Por ejemplificar este caso, un juego te puede dar una recompensa por entrar al juego 30 días seguidos. Si no se hace, la recompensa se pierde.

La segunda se consigue por la cantidad de días que se ha entrado al juego en total, no hace falta que sea de manera consecutiva. Los días de *login* se van acumulando y los premios no se pierden porque siempre puedes volver a descargar el juego y seguir acumulando días totales.

Historia descartada

El caso Ride Shadow Leyends, Plarium y Aristocrat Leisure

Ride Shadow Legends es un juego *free to play* para móviles y PC. Hace un tiempo, se hizo una enorme campaña en Youtube, en la cual conocidos Youtubers promocionan este juego. Hasta aquí nada raro. Investigando un poco, se puede ver que Plarium, desarrolladora del juego, fue comprada en 2017 por Aristocrat Leisure, una multinacional de máquinas de juego, comúnmente llamadas “máquinas tragaperras o tragamonedas”. Esta empresa es la segunda más grande del mundo, teniendo por delante únicamente a International Game Technology.

El juego consiste en “invocar” personajes para poder avanzar a través de diferentes pantallas, en diferentes modos de juego, siendo estos PVE. Por otro lado, el juego tiene un lado competitivo. El PVP del juego se encuentra en la “Arena”. En este lugar los jugadores establecen equipos tanto de ataque como defensa. Cuando tú estableces un equipo defensivo, este, mediante la combinación de los atributos de los personajes del equipo, tiene establecido un número de “poder”. El equipo de ataque también tiene establecido un número que mide el “poder”. El objetivo es derrotar a los equipos defensivos del rival con tu equipo atacante, ganando puntos y subiendo en una clasificación.

Cada ciertos días el juego te mete automáticamente en un torneo. Existen torneos “reducidos” y torneos globales. Los torneos reducidos están compuestos por participantes, a priori al azar, o mediante un poder similar. Los torneos globales están formados por toda la base de jugadores mundial del juego. Cuando más arriba quedes en la clasificación, mejores son las recompensas.

En cuanto a la formación de equipos, los guerreros que los formarán son invocados a través de un portal al romper “cristales de invocación”. Cada cristal tiene un porcentaje de que te aparezca un héroe de mayor o menor poder, siendo la rareza del personaje un indicador del potencial del mismo. En este juego se utiliza la rareza por colores.

Los porcentajes de aparición de los personajes se ven reducidos cuanto mayor sea la rareza del personaje, siendo un 0.5% el porcentaje de conseguir una invocación legendaria.

Por otro lado, los personajes pueden ser equipados con armaduras y armas, dotando de más estadísticas a los guerreros. El sistema de mejoras de los equipamientos también está compuesto por una suerte de “juego de azar”. Para mejorar estos objetos se necesitan monedas del juego. Es una moneda que se consigue superando pantallas o quedando en ciertas posiciones del torneo. El caso es que estas mejoras suben su probabilidad de fallar cuanto más subas el nivel del objeto. Otra cuestión es que la probabilidad no está marcada en un porcentaje, si no que está oculta tras una palabra: Alta, media, baja...

Estás gastando monedas sin saber cual es la probabilidad de que la acción tenga éxito. Pero ¿qué pasa si te quedas sin monedas? puedes conseguir más intercambiandolas por gemas rojas, otro de los recursos del juego, aunque estos bastante más escasos. ¿Y qué pasa cuando te quedas sin gemas rojas? que puedes comprar más con dinero real.

En cuanto a la inversión de dinero en el juego, cada vez que entras a él se te presentan varias “ofertas” para conseguir ventajas en el avance del juego. Es uno de los juegos que más “bombardean al jugador” mostrando ofertas pop up. Se puede ver

lo invasivo que es el juego con las compras en el vídeo de “Jujalag” (2020, 21 de julio).
Juego Raid: Shadow Legends por el meme (acaba mal)
<https://www.youtube.com/watch?v=vXu49nw3Bm4&t=600s>

En este vídeo quedó registrado como este abre el juego y este le muestra 5 anuncios de ofertas diferentes: uno de 32.99 euros, otro de 10.99 euros, otro de 43.99 euros, otro de 3.49 euros y otro de 21.99 euros. Total = 124.44 euros.

Plarium y Aristocrat Leisure dan un documental para ella sola, pero esa idea se desmarca de la línea del documental realizado.

Webgrafía

1. Sanmartín, J. (2020, 17 de noviembre). *El gobierno de España regulará las loot boxes para considerarlas “juegos de azar*. Vidaextra.
<https://www.vidaextra.com/industria/gobierno-espana-regulara-loot-boxes-para-considerarlas-como-juegos-azar>
2. Bellver, C. (2022, 8 de enero). *Cajas botín: el salto de los videojuegos a las apuestas*. Ara.cat. https://es.ara.cat/sociedad/cajas-botin-salto-videojuegos-apuestas_1_4234696.html
3. Razablan (2021, 27 de enero). *Capcom, conta los gacha y las loot boxes: “Los juegos deben ser disfrutados por su jugabilidad*. Millenium.gg.
<https://www.millenium.gg/noticias/32295.html>
4. González, S.C. (2021, 10 de marzo). *Las Loot Boxes generarán 20.000 millones de dólares en 2025, según un estudio*. Meristation.
https://as.com/meristation/2021/03/10/noticias/1615367483_569117.html
5. Mepi. (2017, 19 de noviembre). *Los juegos gacha arruinaron mi vida*. Todasgamers <https://todasgamers.com/2017/11/19/los-juegos-gacha-arruinaron-mi-vida/>
6. Zaragoza, A. (2022, 11 de febrero). *Prohiben Lost Ark en algunos países europeos*. Esportmaniacos.

<https://www.esportmaniacos.com/videojuegos/prohiben-lost-ark-paises-europeos/>

7. García, J. (2021, 8 de mayo). “Free to play”, “pay to win”, “pay to fast” y demás jerga gamer: qué significan estos términos (explicado con ejemplos). Xataka. <https://www.xataka.com/videojuegos/free-to-play-pay-to-win-pay-to-fast-demas-jerga-gamer-que-significan-estos-terminos-explicado-ejemplos>
8. *El peligro de los juegos gratuitos. ADICCIÓN y LUDOPATÍA en los juegos «free to play».* (2017, 19 de diciembre). Asociación Gallega de Jugadores Anónimos. <http://agaja.org/peligro-los-juegos-gratuitos-adiccion-ludopatia-los-juegos-free-to-play/>
9. Grau, J. (2016, 29 de diciembre). *¿Por qué los juegos free to play son tan adictivos?* Jaimegrau.com. <https://jaimegrau.es/por-que-los-juegos-free-to-play-son-tan-adictivos/>
10. Gallardo, H. (2021, 28 de Octubre). *Acojer alerta de que los jóvenes cordobeses están cada vez más afectados por la adicción a videojuegos y la ludopatía.* eldiadecordoba.es. https://www.eldiadecordoba.es/cordoba/Acojer-cordobeses-afectados-videojuegos-ludopatia_0_1624038071.html
11. López, A. (2016, 24 de febrero). *Crónica negra de los videojuegos: 10 Casos extremos.* Meristation. https://as.com/meristation/2016/02/24/reportajes/1456308000_153475.html
12. Romero, S. (2018, 22 de octubre). *Así afectan al cerebro los videojuegos.* Muy interesante. <https://www.muyinteresante.es/tecnologia/articulo/asi-afectan-al-cerebro-los-videojuegos-461499861915>
13. Pérez, C. M: (2019, 15 de Octubre). *Un jugador gastó 150.000 dólares en micropagos de un juego de Transformers.* Vandal. <https://vandal.lespanol.com/noticia/1350728054/un-jugador-gasta-150000-dolares-en-un-juego-de-transformers/>
14. *Un niño gasta 7.000 euros en un videojuego y así reaccionan sus padres.* (2017, 11 de Abril). Neox Games. https://neox.atresmedia.com/games/noticias/curioso/nino-gasta-7000-euros-videojuego-asi-reaccionan-sus-padres_2017041158ec80840cf2f2c87564689e.html

15. Contreras, U. (2021, 9 de julio). *Un señor vendió su coche para pagar lo que gastó su hijo en un videojuego*. Level Up.
<https://www.levelup.com/noticias/632333/Un-senor-vendio-su-coche-para-pagar-lo-que-gasto-su-hijo-en-un-videojuego>
16. J.M.S (2020, 14 de julio). *El joven que se gastó los ahorros de sus padres en sobres de videojuegos*. ABC.
https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/abci-joven-gasto-ahorros-padres-sobres-videojuegos-202007120150_noticia.html
17. Winkie, L. (2020, 31 de julio). *Así es como la adicción a las cajas botín y las microtransacciones arruina vidas*. IGN.
<https://es.ign.com/videojuegos/165236/feature/asi-es-como-la-adiccion-a-las-cajas-de-botin-y-las-microtransacciones-arruina-vidas>
18. Ruiz, M. (2020, 29 de mayo). *Adicción y videojuegos: el peligro de las loot boxes para la salud mental de los adolescentes*. Economía de la Salud.
<https://economiadelasalud.com/topics/difusion/adiccion-y-videojuegos-el-peligro-de-las-loot-boxes-para-la-salud-mental-de-los-adolescentes/>
19. Fernández I. (2016, 2 de octubre). *Cuando los juegos “free to play” (gratuitos) se convierten en “pay to win” (pagar para ganar)*. Xataka.
<https://www.xataka.com/videojuegos/cuando-los-juegos-free-to-play-gratuitos-se-convierten-en-pay-to-win-pagar-para-ganar>
20. Sanmartín, J. (2020, 17 de diciembre) *Alberto Garzón, ministro de Consumo de España, sobre las loot boxes: “queremos que los videojuegos sean rentables, pero siempre preservando la salud pública”*. Vida Extra.
<https://www.vidaextra.com/industria/alberto-garzon-ministro-consumo-loot-boxes-queremos-que-videojuegos-sean-rentables-siempre-preservando-salud-publica>
21. EC/Agencias. (2021, 30 de agosto). *Entra en vigor la regulación de la publicidad de apuestas ¿qué cambia con la ley Garzón?* El Confidencial.
https://www.elconfidencial.com/espana/2021-08-30/regulacion-publicidad-apuestas-ley-garzon_3259434/
22. Muela, C. (2020, 17 de diciembre). *“Queremos prohibir que los menores de edad puedan consumir loot boxes”, Alberto Garzón, ministro de Consumo de España*. Xataka. <https://www.xataka.com/xataka/queremos-prohibir-que->

[menores-edad-puedan-consumir-loot-boxes-alberto-garzon-ministro-consumo-espana](#)

23. Mohorte. (2019, 9 de mayo). *Guerra mundial contra las “loot boxes”: cada vez hay más países interesados en regularlas*. Magnet. <https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/guerra-mundial-loot-boxes-cada-vez-hay-paises-interesados-regularlas>
24. *Países Bajos prohíbe las microtransacciones y cajas de botín en los videojuegos*. (2018, 20 de junio). Pro Gamer. <https://rpp.pe/tecnologia/videojuegos/paises-bajos-prohíbe-las-microtransacciones-y-cajas-de-botin-en-los-videojuegos-noticia-1130751>
25. *Bélgica declara ilegales las cajas botín en los juegos*. (2018, 28 de agosto). As Esports. https://esports.as.com/bonus/videojuegos/Belgica-ilegales-cajas-botin_0_1167483245.html
26. Pinedo, E. (2020, 8 de junio). *El Reino Unido prepara una ofensiva contra las ‘loot boxes’*. Hipertextual. <https://hipertextual.com/2020/06/reino-unido-contraloot-boxes>
27. Ferri-Benedetti, F. (2015, 27 de julio). *Los psicólogos que hacen videojuegos: entrevistamos a Psycogaming*. Rasgo Latente. <http://rasgolatente.es/psicologia-videojuegos-psycogaming-entrevista/#:~:text=Empresas%20como%20Valve%2C%20Ubisoft%20y,el%20inter%C3%A9s%20de%20los%20jugadores>.
28. Arroyo, D. (2019, 26 de mayo). *La OMS hace oficial la adicción a los videojuegos como trastorno mental*. Meristation. https://as.com/meristation/2019/05/26/noticias/1558879918_863987.html
29. Cieslak, M. (2022, 13 de enero). *“Tenemos pacientes de 12 años y también de 60”: cómo es la clínica donde rehabilitan a los adictos a los videojuegos*. BBC <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59863949>
30. Dauk, N. (2021, 22 de noviembre). *“Abandoné los estudios, fingí tener empleo y escribí una nota de suicidio”: los riesgos de la adicción a los videojuegos*. BBC <https://www.bbc.com/mundo/noticias-59308032>
31. *“Perdí mi trabajo y mi familia por mi adicción a los videojuegos”*. (2018, 5 de junio). BBC. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44355553>

32. Carr, J. (2018, 14 de noviembre). *Adicción a los videojuegos: “Estuve 7 años jugando a videojuegos en bata y sin salir de casa”*. BBC.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-46180313>
33. Montero, D. (2021, 3 de diciembre). *Un niño de 11 años se gasta 7.500 dólares en microtransacciones de un juego para móviles*. Alfa Beta.
<https://alfabetajuega.com/multiplataforma/un-nino-de-11-anos-se-gasta-7500-dolares-en-microtransacciones-de-un-juego-para-moviles-n-82256>

Estudios

Apellidos, Iniciales nombre autor. (Año de publicación). *Título del dataset en cursiva* [Dataset]. DOI o URL del recurso.

1. Tristán, C., Llorens, N., García, N., León, L., Molina, M., Sánchez, E., Brime, B. (2021) *Adicciones comportamentales 2021*.
https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2021_Informe_adicciones_comportamentales.pdf
2. Pérez S., Alcalá S., Pérez G. (2018, septiembre) *Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes*.
http://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/06/juventud_y_juegos_de_azar.pdf
3. Planells, J.A. (2013, enero) *Videojuegos y el modelo free-to-play: ¿el esclavismo lúdico del siglo XXI? luces y sombras en las redes sociales e internet*.
https://www.researchgate.net/publication/292987403_Videojuegos_y_el_modelo_free-to-play_el_esclavismo_ludico_del_siglo_XXI_Luces_y_sombras_en_las_redes_sociales_e_Internet

Otros

1. Estadísticas sobre la población que jugó videojuegos en España en 2021, por grupo de edad y dispositivo.
<https://es.statista.com/estadisticas/879172/dispositivos-usados-por-la-poblacion-para-jugar-a-videojuegos-por-edad-espana/>
2. Documento de la consulta abierta por el Ministerio de Consumo sobre la regulación de mecanismos aleatorios de recompensa en videojuegos:
https://www.ordenacionjuego.es/sites/ordenacionjuego.es/files/noticias/20210218_proceso_participativo_futura_regulacion_videojuegos_cajas_botin.pdf
3. CIE-11: Clasificación Internacional de Enfermedades, 11a revisión.
<https://icd.who.int/es>
4. Página web PEGI. Apartado etiquetas. <https://pegi.info/es/que-significan-las-etiquetas>

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

À

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:



*Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral

Treball de Fi de Grau/ Fitxa de tutories

TUTOR/A: Guillem Marca Francés

ALUMNE/A: Víctor Ruiz Navarro

TÍTOL TFG: Mi primera tradaperras

Primera Tutoria

Data	Firma Tutor/a	Firma Alumne/a
23/12/21		

Segona Tutoria

Data	Firma Tutor/a	Firma Alumne/a
28/3/21		

Tercera Tutoria

Data	Firma Tutor/a	Firma Alumne/a
12/5/21		

Quarta Tutoria

Data	Firma Tutor/a	Firma Alumne/a
30/5/21		