

MENORES, REDES SOCIALES Y LUDOPATÍA, ¿FACTORES RELACIONADOS? ¿PROTECCIÓN EFICAZ? REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

González-Román, L.A. (EIR II SM**), Ramos-García, L. (Enfermera especialista Pediatría), Martínez-Guerrero, L. (*EIR I SM); Picado-Álvarez, D. (*); Doncel-Martín, C. (*); Gómez-Cortijo, I. (*); Villanueva-Per, M. (*); Gutiérrez-Lobato, M. (**); Cañamares-Herráiz, N. (Enfermera unidad psiquiatría infanto-juvenil); De Castro-Sánchez, M. (Enfermero Especialista Salud Mental)
Hospital Clínico Universitario de Valladolid

INTRODUCCIÓN

La ludopatía infantil es un trastorno caracterizado por pérdida continua o periódica del control sobre el juego, preocupación por el mismo y por obtener dinero para apostar. Los niños y adolescentes son especialmente vulnerables al juego por inmadurez cognitiva, presión social y exposición a la publicidad. El juego en niños y adolescentes representa una preocupación creciente en el ámbito de la salud pública, especialmente en el contexto digital actual. El marketing digital favorece la adicción a pantallas, así como episodios o comportamientos relacionados con la salud mental de las personas. La CIE-11 (2022) incluye la adicción a videojuegos como una enfermedad prevenible y tratable.

OBJETIVO

Analizar y sintetizar la evidencia científica sobre el impacto de las ludopatías asociadas al uso de las redes sociales (RRSS) en menores de edad con el fin de identificar factores de riesgo y consecuencias psicosociales.

METODOLOGÍA

Se realiza una búsqueda bibliográfica en la base de datos PUBMED con la siguiente estrategia de búsqueda:

((["Social Media"[Title/Abstract] OR "social networks"[Title/Abstract] OR "online communities"[Title/Abstract] OR "twitter"[Title/Abstract] OR "facebook"[Title/Abstract] OR "tik tok"[Title/Abstract] OR "Instagram"[Title/Abstract] OR "Snapchat"[Title/Abstract] OR "YouTube"[Title/Abstract]) AND ("gambling pathological"[Title/Abstract] OR "Gambling"[Title/Abstract] OR "pathologic gambling"[Title/Abstract])) OR ("Gambling"[MeSH Terms] AND "Social Media"[MeSH Terms])

- Palabras clave: "gambling", "pathologic gambling", "gambling pathological", "social media", "social networks", "online communities", "Twitter", "Facebook", "Tik Tok", "Instagram", "Snapchat", "Youtube".
- Últimos 5 años
- Campos: Título, resumen y MeSH.
- Operador booleano: AND, OR.

RESULTADOS

El resultado de la búsqueda fueron 9 artículos, de los que se seleccionaron 5 por hacer especial referencia a la población menor de edad con atención centrada en la labor enfermera en salud mental.

Existen dos tipos de jugadores:

- Buscan evasión emocional.
- Poseen cierta vulnerabilidad biológica (impulsividad, déficit atención).

El juego en menores forma un continuo que va desde una situación de juego ocasional hasta el juego patológico o compulsivo.

El confinamiento por COVID 19 aumentó el uso abusivo y compulsivo de redes sociales y juego online, cambiando la modalidad de los apostadores menores de edad.

El juego online está en aumento: según la **Comisión de Juego de Reino Unido** (2019), el 36% de los jóvenes entre 11-16 años habían jugado en el último año. En el estudio **ALSPAC** (Avon Longitudinal Study of Parents and Children), el 54% de los jóvenes de 17 años habían participado en **juegos de azar** (más hombres).

Este fenómeno se ha visto intensificado por el auge del juego en línea, la incorporación de elementos de azar en videojuegos (como las "loot boxes" o las apuestas con "skins") y la exposición constante a publicidad de apuestas, especialmente en RRSS y eventos deportivos.

Se ha observado una expansión de las apuestas deportivas en línea, algo fuertemente promovido por la publicidad y el marketing, al igual que los juegos de azar, los cuales son también promocionados entre los niños a través de las RRSS.

Un estudio reciente de Twitter investigó cómo los niños comparten y "retuitean" mensajes de las empresas de juegos de azar. El estudio mostró cómo los niños y los grupos vulnerables participan activamente en las conversaciones, considerando ellos mismo que **el contenido generado por usuarios** tiene un mayor **impacto negativo** que el contenido publicitario.

La industria del juego utiliza cada vez más a **influencers** en RRSS creando un atractivo adicional. Los Jóvenes recuerdan los anuncios de apuestas porque les son familiares, aumentando la confianza.

La legislación en España establece principios fundamentales :

- Ley de Defensa al Consumidor establece el **derecho a la información veraz, el derecho a no ser engañados o el daño en la salud**. (Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios)
- Ley 17/2022 Ley General de Comunicación Audiovisual contiene el concepto "**Usuarios de Especial Relevancia**", defendiendo la protección de toda publicación y contenido nocivo a los consumidores más vulnerables.
- Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Juegos de Azar, donde se **prohíbe toda publicidad dirigida a niños**, quienes a pesar de ello están ampliamente expuestos a anuncios de juegos de apuestas en la televisión y en las redes sociales.



CONCLUSIONES

- ✓ El uso de RRSS supone un **importante factor de riesgo** para el desarrollo de ludopatía infantil.
- ✓ El ordenamiento jurídico español requiere de una **urgente revisión** para incorporar normas que aseguren el **cuidado de la salud mental de los menores**, así como regular el **estatus jurídico del influencer** en donde les pueda ser adjudicada responsabilidad por contenidos con publicidad subliminal, implícita y/o dirigida que publiquen en RRSS y otros medios digitales.
- ✓ El juego problemático se asocia con: **depresión, bajo rendimiento académico, consumo de alcohol y otras conductas adictivas**
- ✓ El enfermero especialista en salud mental, en sus funciones de prevención y promoción de la salud, debería abordar el tema del correcto uso de RRSS y afines, tanto con los padres como con la población infanto-juvenil.

BIBLIOGRAFÍA

- Arden-Close, E., Thomas, S., Bush-Evans, R., Wang, R., Bolat, E., Hodge, S., Phalp, K., & McAlaney, J. (2023). Social norms and goal-setting interventions to promote responsible gambling in low-to-moderate online gamblers: protocol for a four-arm randomised controlled feasibility study. *BMI open*, 13(3), e065400. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2022-065400>
- Carrasco, J. P., Estrella-Porter, P., & Cerame, A. (2025). Commodified upbringings: A narrative review on commercial determinants of child and adolescent mental health. *The International journal of social psychiatry*, 71(6), 1014–1029. <https://doi.org/10.1177/00207640251341078>
- Emond, A. M., & Griffiths, M. D. (2020). Gambling in children and adolescents. *British medical bulletin*, 136(1), 21–29. <https://doi.org/10.1093/bmb/ldaa027>
- Henzel, V., & Håkansson, A. (2021). Hooked on virtual social life. Problematic social media use and associations with mental distress and addictive disorders. *PloS one*, 16(4), e0248406. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248406>
- Purba, A. K., Thomson, R. M., Henery, P. M., Pearce, A., Henderson, M., & Katikireddi, S. V. (2023). Social media use and health risk behaviours in young people: systematic review and meta-analysis. *BMI (Clinical research ed.)*, 383, e073552. <https://doi.org/10.1136/bmj-2022-073552>