

ESCASEZ DIGITAL

Auditoría crítica de un dispositivo Visual

Visualidades Contemporáneas

Curso 2025/2026

Ariadna Escudero, Gabriel Emilio, Sara Regina, Santiago Targas, Elies Vaccaro

ÍNDICE

Introducción	2
Marco teórico	3
1. Sociedad escópica	3
2. Imágen pobre	4
3. Interfaz de la plataforma	5
Práctica artística	6
1. Justificación de la obra	6
Foto Conceptual	7
Bibliografía	7

Introducción

La escasez digital nace a causa de las criptomonedas como una solución al problema que presentan los bienes digitales al ser reproducibles a coste cero. Con la llegada del sistema *Blockchain*, se permitían crear registros únicos e inmutables que evitaban la reproducción o duplicación.

Por lo tanto, la escasez digital, es la capacidad de limitar la cantidad de un recurso dentro de un entorno digital en el cual este mismo recurso puede ser duplicado de forma ilimitada sin que el mismo pierda ningún tipo de valor.

Dentro del mundo de los videojuegos también aparece el concepto de escasez digital donde las compañías de videojuegos han sido capaces de crear esta sensación de escasez creando cosas como los límites de tiempo (o escasez temporal) como los pases de batalla, los límites de cantidad (o escasez absoluta) como lanzar un número exacto de un objeto concreto; o las probabilidades bajas como las lootboxes que presentan un objeto muy raro con muy bajas probabilidades de aparecer.

En este trabajo analizamos concretamente la página de *KeyDrop*. *KeyDrop* es una página de lootboxes vinculada anteriormente al videojuego *Counter Strike - Global Offensive* y actualmente a *Counter Strike 2*.

En esta página los usuarios pueden abrir cajas digitales por un valor bajo o un valor alto con recompensas variadas dependiendo de este valor y de un porcentaje de aparición.

Nuestro propósito es ver y analizar la forma en la que esta página es capaz de crear esa sensación de escasez digital con los aspectos de las armas.

Marco teórico

1. Sociedad escópica

A los años sesenta, G. Debord describe una sociedad que se mide por el consumo y funciona bajo un sistema social que se mediatiza por imágenes. Esta manera de funcionar, analizada hace más de cincuenta años y vigente a día de hoy, es clave para entender cómo funcionan ciertos dispositivos visuales actuales. Si bien el retrato de *La sociedad del espectáculo* de Debord sigue vigente en la sociedad actual, cabe destacar que esta ha sufrido cierto cambio que no hace más que empeorar la teoría debordiana.

Este cambio notorio que afecta a la nueva sociedad contemporánea puede ser llamado como la era de la digitalización. El espacio digital acentúa de la forma más literal el concepto de espectáculo desarrollado por Debord. Esta nueva era conlleva una reconfiguración de los aspectos culturales y visuales.

En los años 90 aparecen nuevos estudios llamados estudios visuales que no pretenden analizar únicamente el arte, sino todo tipo de imagen posible, como la publicidad, la televisión, el cine, internet, la moda, cámaras de vigilancia, redes visuales de consumo, etc. Ya no se considera importante separar arte y “no-arte”, lo que importa es entender cómo

funcionan las imágenes, cómo condicionan la mirada, cómo circulan socialmente, y cómo producen significados. En esta línea, Nelly Richard dice que los estudios visuales analizan, formas de ver, formas de ser visto y comportamientos de la mirada. (Richard, 2006).

Este novedoso suceso dará lugar a un debate que cuestiona la posibilidad de que dichos estudios acaben por eliminar la capacidad crítica del arte. Si todas las imágenes son tratadas iguales –una obra crítica, un anuncio, una publicación de moda, una imagen comercial, o un meme–, pasan a formar parte del mismo flujo visual del mercado, entonces el arte perdería su diferencia crítica. Este hecho, podría ayudar al capitalismo global, porque las personas se convierten en simples consumidores de imágenes y la mirada se vuelve pasiva. (Krauss y Foster, 1996, citados en Richard, 2006, *Estudios visuales y políticas de la mirada*, p. 97-102).

La cultura contemporánea está dominada por el consumo visual –publicidad, medios, pantallas–, y en consecuencia, produce imágenes rápidas, superficiales, fáciles de consumir, sin profundidad y sin conflicto. Todo se vuelve espectáculo y circulación visual. Es decir, ya no cuestionamos las imágenes, simplemente las consumimos. En este contexto, ¿qué papel adopta el arte crítico? Según Richard, este debería interrumpir el fácil consumo de imágenes, generar incomodidad, crear distancia, hacer pensar, mostrar contradicciones, extrañar.

En línea con el pensamiento de Fontcuberta, las imágenes no son una copia inocente del mundo, puesto que toda fotografía implica selección, encuadramiento, manipulación, contexto, interpretación, etc. Tradicionalmente la fotografía era considerada una prueba objetiva de la realidad, Fontcuberta cuestiona esa verosimilitud de la que es dotado el dispositivo fotográfico. Es importante esta idea porque vivimos rodeados de imágenes que aparentan ser objetivas: noticias, redes sociales, publicidad, vigilancia, IA, algoritmos visuales. (Fontcuberta, 2026)

Podemos hablar entonces de una sociedad escópica, una sociedad hipervisual en la que a diario creamos y consumimos una gran cantidad de imágenes a diferencia de en tiempos más antiguos. Esta sobreestimulación visual, reconfigura el valor de las imágenes.

2. Imagen pobre

La cultura digital contemporánea se caracteriza por una sobreproducción de imágenes y por la circulación constante a través de plataformas digitales que contribuye a la creación de la denominada “imagen pobre”. Este concepto, que ha sido desarrollado por Hito Steyerl en *Los condenados de la pantalla*, describe una “imagen pobre” como “comprimida, reproducida, ripeada, remezclada, copiada, pegada en otros canales de distribución” (Hito Steyerl, Franco Berardi and Expósito, 2014, pg.33). Esto nos explica el proceso de degradación de la imagen, ya que el original se distorsiona y se comparte entre comunidades online en forma de memes, contenido viral, capturas de pantalla o incluso publicaciones reutilizadas. La difusión de estas imágenes online es precisamente lo que provoca la pérdida de calidad física y metafórica de la imagen ya que la imagen deja de ser un objeto exclusivo y se convierte en algo fácilmente accesible. Es la sustitución de la originalidad por accesibilidad.

Tal como señala Steyerl, la imagen pobre “transforma la calidad en accesibilidad y el valor de exhibición en valor de culto” (Hito Steyerl, Franco Berardi and Expósito, 2014, pg. 34) destacando así la existencia de una cultura digital donde los usuarios participan, inconscientemente, en un “culto” online. En este contexto, las tendencias de las redes sociales, los sonidos virales y los videos populares forman parte de la cultura digital basada en la repetición y circulación más que la originalidad. Entonces, la imagen pobre adquiere su valor social debido a su capacidad de ser compartida, editada y reutilizada infinitamente, eliminando el valor de la obra de arte original y sustituyéndolo por el valor de la visibilidad.

Esta lógica también se puede aplicar a plataformas digitales de videojuegos como *Keydrop*, donde la circulación de imágenes otorga valor a los objetos virtuales vendidos online. *Keydrop* depende de las imágenes de ‘loot boxes’, recompensas raras y contenido relacionado con videojuegos que se comparte por las redes sociales. Estas imágenes circulan constantemente y son reemplazadas por skins nuevas y llamativas, lo que genera el deseo de consumo y formar parte de la comunidad en la plataforma. Aunque los objetos digitales pueden reproducirse infinitamente, plataformas como *Keydrop* construye la idea de escasez virtual mediante mecanismos que simulan la exclusividad como los porcentajes de probabilidad, skins raras y recompensas limitadas. En esta manera, se crea una ilusión de escasez en un entorno digital donde hay una abundancia digital ya que los objetos supuestamente ‘raros’ y ‘exclusivos’ solo incentivan a los usuarios a invertir mas moneda en la plataforma y engancharlos al consumo de objetos virtuales. La circulación constante de estas imágenes convierte a la imagen pobre en algo fundamental para el proceso de la escasez virtual, donde el valor ya no depende de la autenticidad, pero del reconocimiento social y la visibilidad.

3. Interfaz de la plataforma

Para analizar la interfaz de *KeyDrop*, podemos hablar de cómo su diseño está hecho para producir una experiencia visual aparentemente sencilla, rápida e intuitiva. Esto se consigue gracias a que la página utiliza colores brillantes, animaciones en constante movimiento y un orden claro de los elementos que facilita al usuario a entender cómo usar la web. La utilidad de ésta, es elegir una caja para poder abrirla y recibir una recompensa aleatoria. Puede parecer una idea muy simple pero la realidad es que tras esta estética accesible hay un sistema de estímulos visuales diseñado para retener la atención del usuario y crear una necesidad de consumo constante. Los mecanismos que utiliza se pueden comparar con los de los casinos digitales ya que mediante los efectos visuales, que buscan crear tensión, generan expectativa al usuario durante cada apertura. Las skins más raras o valiosas suelen resaltar sobre las demás porque aparecen con colores más llamativos y su tamaño es mayor. La plataforma tiene un diseño jerárquico con el que dirige la mirada del espectador, una vez este entra en la web, hacia los objetos más exclusivos. Los banners están en la parte superior y anuncian recompensas, bonos o eventos temporales. Si continuas deslizando hacia abajo, encuentras las cajas de armas expuestas como productos en un escaparate digital. También usa un sistema de scroll infinito, lo que hace que siempre aparezcan nuevas cajas y fomente la permanencia del usuario en la plataforma.

La forma en que construyen una sensación de escasez virtual es uno de los elementos más destacados de la página, ya que, aunque las skins se muestran como objetos

exclusivos y muy valiosos, no dejan de ser elementos digitales reproducibles. Las categorías de rareza hacen que algunas skins parezcan mucho más especiales y a simple vista más difíciles de conseguir porque su valor es mayor. La realidad es que el valor se construye a partir de la importancia que la propia plataforma les da a través del sistema de recompensa y aleatoriedad. Es decir, el usuario no compra una simple skin, sino la posibilidad de conseguir algo escaso según *KeyDrop*.

Podemos relacionar esta lógica con la gamificación de la página. Convierte el acto de gastar dinero en una experiencia con mecanismos similares a los de un videojuego. Mediante las recompensas aleatorias, los rankings, los niveles de rareza y eventos hace creer al usuario que está jugando y no comprando. Además, las skins también pueden funcionar como una forma de avatarización y representar al usuario dentro de la comunidad gamer, no sólo son objetos decorativos dentro del videojuego, sino elementos que pueden dar prestigio o estatus para diferenciarte de los otros usuarios.

Para aumentar la retención del usuario en la página, *KeyDrop* utiliza varios patrones oscuros en su diseño. Mediante las recompensas diarias y eventos limitados crean la necesidad de entrar diariamente en la plataforma. Con los efectos visuales y los sonidos de recompensa generan emoción y excitación por la recompensa variable. A nivel monetario, las cajas de botín no son compras directas de un objeto, sino la probabilidad de obtenerlo.

Práctica artística

1. Justificación de la obra

La pieza en sí desde un inicio se planteó como un objeto escultórico, desde referentes que tuvimos como Arman con "paper boats" o "collateral" de Hans Haacke, todo tirando al concepto de caja, múltiples objetos contenidos, cantidad, mercado. Todo ello lo conectamos con *Keydrop* y decidimos que la obra consistiera en una caja construida de cartón y pintada con acrílico. Tomando como referencia esa estética visual que tienen las cajas de la plataforma con colores intensos, símbolos que tiran al videojuego, al premio y al azar en sí.

En el interior reside la parte prerrogativa de la pieza, ya que la caja contendrá una única arma, lo que la convierte en un objeto exclusivo. Las copias están a disposición de los creadores, quienes decidirán a su antojo la escasez virtual del arma en cuestión, rellenando la caja con múltiples copias o distribuyéndolas al público.

La clave aquí es el espectador y su interacción con la Pieza: sacando una copia del arma reproduce la Lógica Principal de *KeyDrop*, apertura de caja y una recompensa. Es cierto que perdemos la interfaz de animación, porcentaje, rareza, pero eso no importa ahora, sino desmontar el mecanismo con el que funciona *KeyDrop* al nosotros decidir cuántas copias existen, y por lo tanto que la imagen se vuelva más o menos valiosa. De esta manera, se evidencia que la escasez no depende del objeto sino del sistema que la clasifica.

En relación "pieza" con "marco teórico", en sí dialoga con la "Sociedad hipervisual" pues la pieza parte de una imagen propia del videojuego, no solo la skin del arma sino la caja, con también las imágenes en el exterior de la caja que todo tira al elemento lúdico pero

también al deseo, prestigio y valor económico. La pieza como la imagen no solo se miran sino que se consumen y se persiguen como recompensa.

Las copias impresas del arma y reproducidas de forma repetida y circulante se vinculan al concepto de imagen pobre de Hito Steyerl, puesto que su valor depende de la cantidad y por tanto de su circulación.

Aunque nosotros decidimos cuántas copias de armas existen dentro de la caja y las categorizamos según su rareza, la pieza también se relaciona con la escasez virtual. La obra no representa la escasez a través del objeto en sí, sino mediante el propio sistema de clasificación y distribución que nosotros construimos.

Pastiche sobre el Pastiche. Pero nuestra obra tiene posibles patrones oscuros que tiene la misma interfaz de *KeyDrop*, perdiendo las animaciones y efectos visuales pero manteniendo la lógica de caja cerrada, recompensa, gesto de apertura y una expectativa de valor. La obra en sí, tiene la intención de hacer visible para el espectador el mecanismo que usa *Keydrop* para hacer que una simple imagen reproducible aparente ser un objeto deseable, escaso y valioso.

Foto Conceptual



Bibliografía

Arman. (1968). *Paper boats* [Escultura].

Berardi, F., Hito Steyerl, & Expósito, M. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra.

Carrubba, L. (2022). *Videojuegos en disputa: Las experiencias videolúdicas y los juegos que vendrán. Historia del arte, innovación social y tecnopolítica en torno a los videojuegos*.

Derechos al juego digital. (s. f.). *Patrones oscuros*.

Debord, G. (1999). *La sociedad del espectáculo*. Pre-Textos. (Traducció de José Luis Pardo).

Hans Haacke. (1980). *The Collateral* [Instal·lació].

Joan Fontcuberta. (2026, març). *Conferència impartida en el marc de les jornades Especulacions híbrides: art, ciència i naturalesa en la investigació contemporània* [Conferència]. Facultat de Belles Arts, Universitat de Barcelona.

Richard, N. (2006). Estudios visuales y políticas de la mirada. A I. Dussel & D. Gutiérrez (Coords.), *Educación la mirada: Políticas y pedagogías de la imagen* (pp. 95–108). Manantial.

Key-Drop. (s. f.). Key-Drop. <https://key-drop.com/es/>