ESTUDIO

Adicción al juego en la juventud de la Comunidad Valenciana

Consell Valencià de la Joventut

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

col·labora:

GENERALITAT VALENCIANA

IVAJ Institut Valencià de la Joventut

Adicción al juego en la juventud de la Comunitat Valenciana

EDICIÓN Y DIRECCIÓN DEL PROYECTO:
Consell Valencià de la Joventut
info@conselljoventut.org

INVESTIGACIÓN:
Mariano Chóliz y Marta Marcos
Unidad de investigación:
"Juego y adicciones tecnológicas"
Facultad de Psicología Universitat de València

COLABORACIÓN Y FINANCIACIÓN:
Institut Valencià de la Joventut (IVAJ)

MAQUETACIÓN:
Ítaca ASC

Edición de julio de 2020

ÍNDICE

PRESENTACIÓN. 4

JUEGO Y JÓVENES 6
1.1. El juego en España y en la Comunitat Valenciana 8
1.2. Organización del juego. 9
1.3. La oferta de juego en la Comunitat Valenciana 10
1.4. Dimensión económica de los juegos de apuestas en la Comunitat Valenciana 23
1.5. Perfil de las personas jugadoras de la Comunitat Valenciana . 25

¿QUÉ PROBLEMAS TIENE LA JUVENTUD CON EL JUEGO? 28
2.1. Introducción 30
2.2.El juego en jóvenes menores de edad (14-17 años) de la Comunitat Valenciana 32
2.3.El juego en jóvenes mayores de edad (18-30 años) de la Comunitat Valenciana 37
2.4.Juego en salones de la Comunitat Valenciana 42

LA MOTIVACIÓN PARA JUGAR 50
3.1. Juego lúdico y de apuestas 52
3.2.Principales motivos para jugar 54
3.3.La motivación tiene género: diferencias entre mujeres y hombres en la motivación para jugar 65
3.4.La motivación para jugar en las personas que tienen problemas con el juego 70

PERCEPCIÓN SOCIAL DEL JUEGO 78
4.1. Introducción 80
4.2. Ventajas que las personas jóvenes perciben de los juegos de apuesta. 81
4.3. Riesgo percibido de los juegos de apuesta 92
4.4.Publicidad 95
4.5.Marketing y técnicas promocionales 102
4.6.La Administración, las empresas y el juego responsable 105
4.7.Del "¡juega, juega, juega!" al "juega con responsabilidad": es peor el remedio que la enfermedad 118
4.8.Juego ético: más allá del juego responsable 120

ANEXOS.. 126

PRESENTACIÓN

El juego de apuesta[1] **es una actividad económica regulada por el Estado, operada por empresas públicas o privadas y que supone una importante dimensión económica en la cual participa en mayor o menor medida la mayoría de la población, especialmente la juventud**. Pero se trata, igualmente, de la principal causa de un trastorno mental denominado "trastorno de juego" (antiguamente denominado juego patológico o ludopatía), que es de naturaleza adictiva, y cuyas consecuencias pueden llegar a ser muy graves personal, social y familiarmente.

En la década de los años ochenta del siglo pasado se produjo a nivel internacional (también en España) una notable expansión social del juego, que tuvo como consecuencia el incremento de la adicción al juego en la población, hasta el punto de que a finales del siglo XX el juego se consideró un problema de salud pública por parte de la comunidad científica. En los albores del siglo XXI, la aplicación de los avances electrónicos e Internet a los juegos de apuesta supusieron un cambio cualitativo y una expansión cuantitativa de esta actividad, principalmente entre la población juvenil.

Las empresas del sector encontraron en la juventud un potencial nicho de mercado, especialmente de las nuevas modalidades de juego online -aunque no sólo-, puesto que la expansión del juego también se ha extendido al resto de juegos electrónicos tradicionales. El problema es que dichos juegos (online y electrónicos) son los que tienen un mayor potencial adictivo, pese a lo cual se han fomentado y publicitado (especialmente el online) de forma desmesurada en nuestro país.

El Consell Valencià de la Joventut (CVJ), plataforma que aglutina y representa a las organizaciones juveniles de la Comunitat Valenciana tiene el interés de realizar un estudio sobre la adicción al

1 Se entiende por juego "*toda actividad en la que se arriesguen cantidades de dinero u objetos económicamente evaluables en cualquier forma sobre resultados futuros e inciertos, dependientes en alguna medida del azar, y que permitan su transferencia entre los participantes, con independencia de que predomine en ellos el grado de destreza de las personas jugadoras o sean exclusiva o fundamentalmente de suerte, envite o azar. Los premios podrán ser en metálico o especie dependiendo de la modalidad de juego*" (art. 3a, Ley 13/2011 de regulación del juego).

juego en la juventud que "*... permita conocer cómo está afectando este fenómeno a las personas jóvenes de nuestro territorio, analizar los comportamientos, el desarrollo de la adicción y conocer mejor cuáles podrían ser las vías de prevención tanto desde la regulación del sector, como la prevención y el tratamiento*".

La Unidad de Investigación "Juego y adicciones tecnológicas" de la Universitat de València lleva investigando varias décadas sobre el problema de la adicción al juego y recientemente ha establecido convenios de colaboración, entre otras instituciones, con la Conselleria de Sanidad de la Generalitat Valenciana y con el Servicio de Adicciones del Ayuntamiento de València para el estudio de la adicción al juego en la infancia, adolescencia y juventud en la Comunitat Valenciana.

Como consecuencia del interés mutuo entre ambas partes por el problema de la adicción al juego en la juventud de la Comunitat Valenciana, se estableció un contrato entre el Consell Valencià de la Joventut y la Universitat de València para la realización de un estudio sobre la adicción al juego en la Comunitat Valenciana, así como un servicio de asesoramiento al CVJ en materia de prevención de la adicción al juego en la juventud.

La presente Memoria cubre algunos de los principales objetivos de dicho contrato, tales como: definir el perfil de la persona joven jugadora, análisis de las principales variables psicológicas y sociales (motivación, percepción de riesgo, etc.), incidencia y prevalencia del juego de riesgo y adicción, estudio de la situación actual de la publicidad y estrategias de marketing y recomendaciones en las normativas, en concreto sobre publicidad y marketing, ya que se trata del real decreto que actualmente está en tramitación por parte de la Dirección General de ordenación del Juego.

Para la realización del Estudio se han consultado bases de datos de instituciones públicas (INE, DGOJ) y organizaciones (CEJUEGO) y se han llevado a cabo cuatro estudios con personas jóvenes de la Comunitat Valenciana.

- **Estudio 1: Encuesta "Menores":** Estudio del patrón de juego y adicción al juego en menores de edad. Llevada a cabo a 6.053 personas entre 15-17 años de la Comunitat Valenciana.
- **Estudio 2. Encuesta "Jóvenes":** Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de 18-30 años. Llevada a cabo a 3.651 jóvenes.
- **Estudio 3. Entrevista "Salones":** Entrevistas personales a jóvenes en el entorno de juego. Llevada a cabo a 221 jóvenes entre 16 y 30 años.
- **Estudio 4. Entrevista "Jugador@s":** Entrevistas personales a jóvenes que participan en el juego. Entrevista realizada a 112 jóvenes de entre 17 y 30 años.

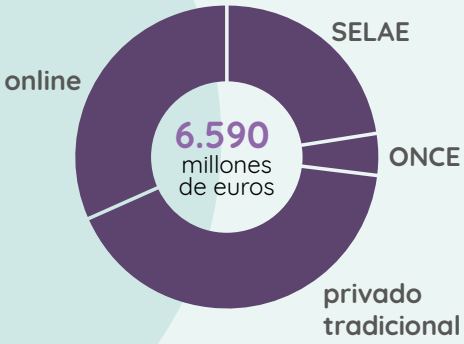
La declaración del estado de alarma el 20 de marzo, que conllevó el cierre de los salones de juego impidió continuar con las entrevistas del Estudio 3, pero consideramos que el tamaño de la muestra es suficiente para que los resultados sean significativos. No obstante, esperamos continuar con este tipo de entrevistas en cuanto se puedan realizar con normalidad. Los Estudios 1 y 2 no estaban contemplados en el Contrato, pero han sido muy útiles para la elaboración de esta Memoria y serán imprescindibles para el asesoramiento al CVJ.

SECCIÓN

01

JUEGO Y JÓVENES

GASTO APROXIMADO DE JUEGO EN LA COMUNITAT VALENCIANA EN 2018



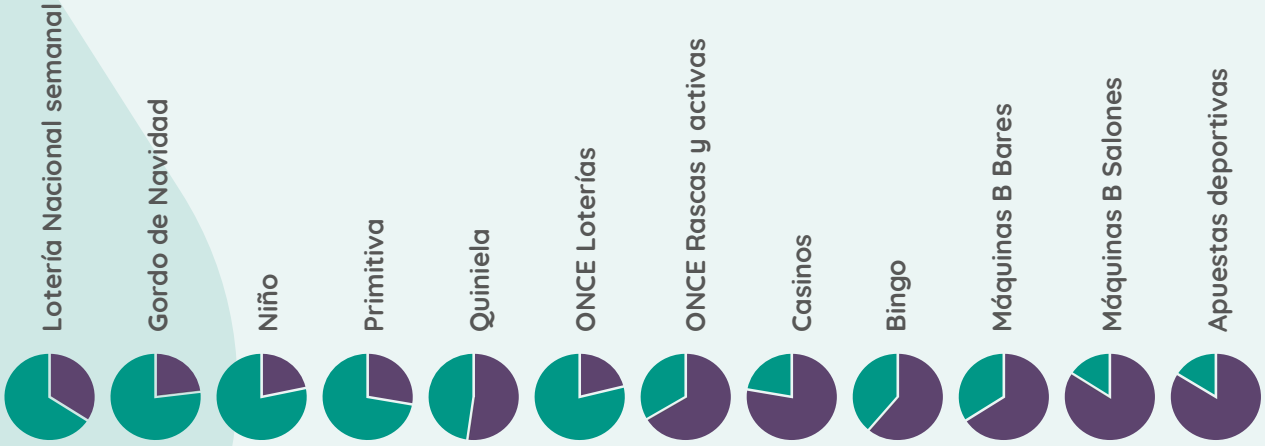
El **60%** de las **máquinas de apuesta** de las Comunitat Valenciana están situadas **en locales de hostelería**.

EN 2018

812 **empresas** en el Registro de juego de la Generalitat Valenciana.

80 **operadoras** con concesión para operar en España.

90 **webs** de juego.



Las **personas entre 18-35** años son el colectivo en el que un mayor porcentaje de personas juegan en casinos, bingos, salones de juego, máquinas en bares (de apuestas y tragaperras) y loterías activas y presorteadas de la ONCE, mientras que las **personas mayores de 35 años** juegan más que los de 18-35 a juegos de SELAE y a loterías de la ONCE.

1.1. EL JUEGO EN ESPAÑA Y EN LA COMUNITAT VALENCIANA

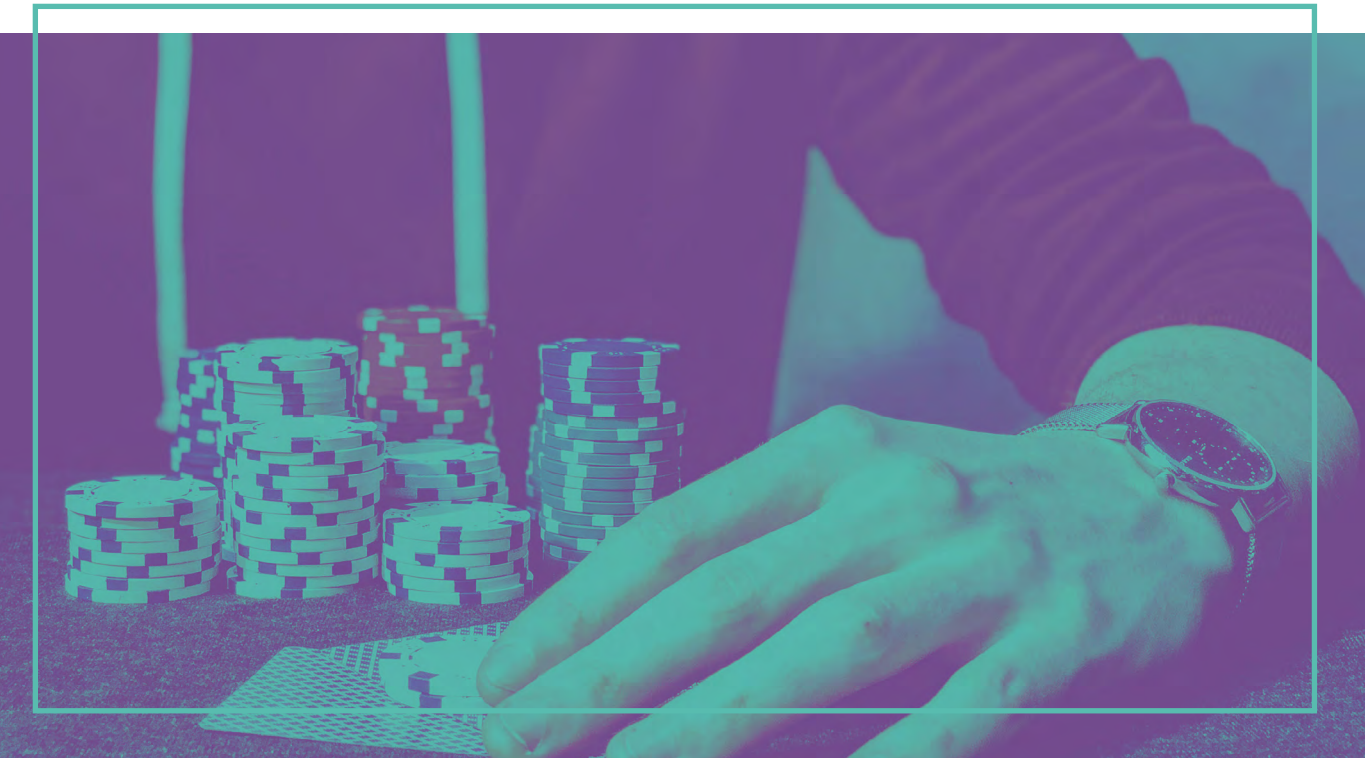
El juego es una actividad legal que tiene una amplia oferta tanto en España como en la Comunitat Valenciana.

Las **principales leyes** actualmente en vigor son:

- **Ley 13/2011 de regulación del Juego**, mediante la cual se legalizó el juego online en España
- **Ley de regulación del juego y prevención de la ludopatía**, recientemente aprobada en Les Corts, que es el marco normativo que va a regir el juego en lo que se refiere a la Comunitat Valenciana durante los próximos años.

Ambas leyes junto con su respectivo desarrollo reglamentario son las que determinan la actividad del juego en la sociedad que, entre otras, incide en dos áreas muy relevantes: **a)** en la dimensión económica y **b)** el impacto sobre la salud.

Aunque, en esencia, el fundamento y los principios de los juegos de apuesta son idénticos, a saber: *arriesgar una cantidad de dinero con el objetivo de predecir la aparición de un evento incierto sobre el que no se tiene control, con la posibilidad de obtener mayor beneficio o perder lo apostado*, las diferencias entre los distintos juegos y las implicaciones sobre la salud de las personas son tan notables, que exigen un análisis en los que se especifique el tipo de juego al que nos estamos refiriendo. Igualmente, existen importantes diferencias respecto a la población implicada en los diferentes tipos de juego. En este informe comenzaremos dando una visión global del juego, pero el análisis específico se centrará en la población joven de la Comunitat Valenciana.



1.2. ORGANIZACIÓN DEL JUEGO

En la sociedad, el juego legal es una actividad en la que **actúan tres agentes**, principalmente:

a) El **regulador**, que es quien define las normas de esta actividad y cómo se organiza en la sociedad. En las sociedades de derecho el regulador es la Administración que, en el caso de España son el Estado y las Comunidades Autónomas. Estas administraciones son los que dictan las normas y las hacen cumplir. El regulador estatal es la Dirección General de Ordenación del Juego, dependiente del Ministerio de Consumo, mientras que en la Generalitat Valenciana es la Dirección General de Tributos y Juego, dependiente de la Conselleria de Hacienda y Modelo Económico.

Figura 1. Logo actual de la Dirección General de Ordenación del Juego

b) El **operador**, formado por las entidades que organizan la actividad de juego y sobre la cual obtienen beneficios económicos. Puede ser el propio Estado, a través de sociedades, como SELAE (Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado), corporaciones de derecho público sin ánimo de lucro, que tienen la concesión de determinados productos (ONCE) o empresas que tienen como negocio el juego con un ánimo de lucro (CIRSA, Codere, Recreativos Franco, Bwin, 888.com, etc.).

JUEGOS LEGALES DE AZAR

Gestionados por el estado:
- Lotería Nacional
- Lotería primitiva
- Bonoloto
- Euromillón
- Quinielas futbolísticas

Juegos de gestión privada:
- Bingo
- Casinos
- Salones de juego y salas de apuestas
- Máquinas tipo B
- Juego online

Juegos de gestión privada:
- Cupón
- Lotería presorteada ("rasca")

c) El **jugador**, que es la persona física que lleva a cabo una apuesta en una actividad organizada por el operador, con el objetivo de obtener una recompensa monetaria. Las motivaciones que tienen las personas para jugar son muy diversas, dependiendo de múltiples factores personales y sociales. También existen factores de riesgo y vulnerabilidad para el desarrollo de problemas asociados con el juego. En este estudio nos centraremos en las personas jóvenes, entendiendo por las mismas a personas entre 14 y 30 años.

Figura 2. *Las personas jugadoras de cartas, de Paul* Cezanne

Los datos que se exponen en este capítulo proceden de las Memorias de Juego de la Dirección General de ordenación de Juego (Ministerio de Consumo) y de la Conselleria de Hacienda y Modelo Económico.

1.3. LA OFERTA DE JUEGO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

Aunque los juegos de apuesta son una actividad que las personas llevamos a cabo desde tiempo inmemorial, solo muy recientemente (históricamente) se han organizado como una actividad económica, en la que entran a formar parte de la misma empresas y entidades cuyo negocio estriba en lo que pierden las personas jugadoras cuando apuestan. Así pues, **conviene distinguir entre el juego en el que participan dos o más personas**, arriesgando bienes o haciendas, **del que lleva a cabo la ciudadanía cuando apuestan en juegos regulados por la administración** y que son un negocio para las empresas operadoras.

Durante el franquismo, la mayoría de juegos de apuesta estaban prohibidos porque en la moral nacional catolicista del Dictador el juego era un vicio y a las personas jugadoras se les aplicaban connotaciones morales peyorativas. Cuando se legalizaron en 1977 mediante el Real Decreto-ley 16/1977 se creó la Comisión Nacional del Juego, que fue el organismo regulador encargado de dar las licencias para bingos, casinos y máquinas tragaperras. Dicha Comisión pasó a depender del Ministerio del Interior y se creó la Brigada Especial del Juego de la Policía Nacional, lo cual es un reflejo también de la concepción social y política que se tenía del juego. Posteriormente, poco antes de la Ley 13/2011 de regulación del juego, la regulación del juego pasa a formar parte del Ministerio de Hacienda, reflejando un cambio muy notable de paradigma sobre el juego, en el que se consideraba este como una actividad económica de extraordinaria rentabilidad para administraciones y empresas en una economía de mercado de corte neoliberal. Muy recientemente, en febrero de 2020, la Dirección General de Ordenación del Juego pasa a depender del Ministerio de Consumo, si bien todavía las comunidades autónomas mantienen el organismo regulador en las respectivas consejerías de hacienda, como es el caso de la Comunitat Valenciana.

Esta **trayectoria de la concepción social del juego**: negativa (prohibición), positiva económicamente (fomento) y de impacto para el ciudadano (jugador como consumidor) es un reflejo también de la percepción social del juego. A nuestro juicio, la siguiente etapa sería la consideración del juego como una actividad económica y social de especial riesgo para la salud y, por lo tanto, la regulación del mismo no debería depender de los ministerios, consejerías o departamentos de Consumo, Hacienda o Interior, sino de los vinculados a Presidencia.

La oferta de juegos de la Comunitat Valenciana es la siguiente:

1.3.1. Juegos públicos: SELAE

La principal empresa pública que gestiona juegos de apuesta y de azar es SELAE (Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado, si bien hay comunidades autónomas que también organizan loterías, como es el caso de EAJA (Entidad Autónoma de Juegos y Apuestas) en Cataluña.

Los juegos públicos son en su mayoría loterías; es decir, apuesta por la aparición de un evento puramente azaroso cuya presentación se produce con bastante posterioridad a la apuesta (horas o incluso días) tras la realización de un sorteo. SELAE dispone también de apuestas deportivas (quinielas) y de otro tipo (caballos), en las que lo que se apuesta es el resultado de una competición.

La **oferta de juegos de SELAE** es la siguiente:

- Lotería Nacional
- Euromillones
- La Primitiva
- El Gordo de la Primitiva
- Bonoloto
- Quiniela
- Quinigol
- Quíntuple Plus
- Lototurf

Las loterías pueden ser pasivas o activas. Las loterías pasivas son la Lotería Nacional y sorteos especiales (Gordo de Navidad, el Niño, etc.), en los cuales se compra un boleto con un número y se apuesta a que se extraiga del bombo. Las loterías activas consisten en la elección por parte del jugador de unos números y se apuesta a que todos o parte de ellos se extraigan de uno o varios bombos.

La Quiniela y el Quinigol son apuestas deportivas en los que se apuesta por el resultado de una competición deportiva (fútbol). Se trata de apuestas mutuas, en el sentido de que la cantidad de los premios está en función de lo previamente recaudado, de forma que quien organiza el juego siempre se asegura una ganancia.

SELAE no tiene juegos online, si bien un pequeño porcentaje de las ventas (0,5%) se produce a través de Internet, lo cual no quiere decir que se trate de juegos online, ya que Internet no es responsable ni de los resultados del sorteo ni del propio proceso de apuesta. Sería más apropiado denominarlos como ventas online o ventas a través de Internet, puesto que se trata de los mismos productos que se compran en administraciones (Lotería Nacional, Primitiva, etc.).

En 2018 el gasto en juegos de SELAE en la Comunitat Valenciana fue de casi 1.500 millones de euros, lo que supone la cuarta comunidad autónoma, solo por detrás de Andalucía, Madrid y Cataluña. Coincide, también, con el hecho de que la Comunitat Valenciana sea la cuarta comunidad autónoma más poblada de España.

1.3.2. Juegos privados ofrecidos por entidades con fines sociales: la ONCE

La ONCE (Organización Nacional de Ciegos de España) es una corporación de derecho público sin ánimo de lucro que tiene la concesión de loterías en el territorio nacional desde 1939.

Tiene **tres tipos de loterías**:

LOTERÍAS PASIVAS

Se apuesta por la aparición de un número que aparece en un sorteo. Los diferentes números se venden en puestos específicos de venta de forma ambulante por parte de vendedores. También se pueden comprar a través de Internet. La ONCE, a diferencia de SELAE, tiene sorteos todos los días de la semana:

- Cupón diario: de lunes a jueves
- Cuponazo: viernes
- Sueldazo: fines de semana

LOTERÍAS ACTIVAS

El jugador es libre de elegir una combinación de números, que después aparecerán en un sorteo.

- Eurojackpot
- Súper ONCE
- Triplex de la ONCE

LOTERÍAS PRESORTEADAS

El sorteo ya está realizado y el comprador compra un boleto a ciegas. Una vez adquirido (y pagado) el jugador puede conocer si ha sido premiado o no. Se popularizan con el nombre de "rasca", porque para averiguar si el boleto ha sido premiado es preciso rascar una capa y descubrir el resultado. Actualmente la ONCE tiene comercializados 42 tipos de loterías presorteadas, de las cuales 30 se adquieren a través de Internet. Es el juego más extendido entre jóvenes menores de edad y vendedores de la ONCE.

1.3.3. Juegos de gestión privada ofrecidos por empresas: casinos, bingos, salones, máquinas en hostelería, juego telemático

El juego es una actividad económica de la que obtienen beneficios empresariales diferentes empresas. Algunas de ellas tienen su domicilio fiscal en España y otras (la mayoría de las que operan los juegos online) lo tienen en paraísos fiscales, como Gibraltar o Malta. Hay pequeñas empresas (algunas de ámbito familiar), si bien las multinacionales (como CIRSA o Codere), son las que tienen la mayor proporción del negocio.

Hay dos **organismos reguladores** para los juegos privados. Por un lado está el de las Comunidades Autónomas, que regulan la actividad de casinos, bingos, salones de juegos, salas de apuestas y máquinas tragaperras; el Estado, por su parte, regula el juego online que se lleva a cabo a través de ordenador, móvil o tablets. Denominaremos a estos juegos, respectivamente, juego presencial y juego telemático.

JUEGO PRESENCIAL

Regulado por la Dirección General de Tributos y Juego (Conselleria de Hacienda y Modelo Económico de la Generalitat Valenciana) se trata de las apuestas que se llevan a cabo en los locales de juego (casinos, bingos, salones de juego, salas de apuestas) o en otro tipo de locales que, aunque su actividad específica no sea la gestionar el juego, están autorizados para ofrecer algunos en concreto. Los más característicos son los locales de hostelería, en los que hay ubicadas máquinas tragaperras o de apuestas.

Los juegos presenciales pueden ser tradicionales (bingo, tragaperras, etc.) u online (apuestas en máquinas ubicadas en diferentes establecimientos).

Según la Memoria de Juego de la Comunitat Valenciana, en 2018 había 812 empresas inscritas en el Registro de Juego, que realizan actividades tales como: fabricación de material de juego, comercializadoras de juego, operadoras de juego, etc. agrupadas en asociaciones de ámbito regional y estatal, así como en la CEOE (CEJUEGO).

Las **principales asociaciones empresariales** de la Comunitat Valenciana son:

- Asociación de Empresarios de Salones de Juego y Recreativos, ANESAR CV
- Asociación de Empresarios de Máquinas Recreativas de la Com. Valenciana, ANDEMAR CV
- Asociación Autonómica Valenciana de Empresarios de Juegos Legalizados, EJUVA
- Asociación de Casinos de Juego de la Comunitat Valenciana
- Asociación Empresarial Valenciana de Máquinas de Juego en Salas de Bingo
- Asociación Valenciana de la Mediana y Pequeña Empresa Operadora, AMYPEMO
- Asociación Valenciana de Operadores de Máquinas Recreativas, ASVOMAR
- Gremio del Bingo de València
- Bingos y Máquinas de València, BINMAVAL
- Agrupación Nacional de Asociaciones Provinciales de Administraciones de Lotería, ANAPAL

Así como algunos grandes consorcios empresariales como: Grupo Acrismatic

Según la Memoria de Juego de la Comunitat Valenciana, de la Dirección General de Tributos y Juego, en 2018 la **oferta de juego privado en la Comunitat Valenciana** era la siguiente:

- Casinos: tres, uno en cada capital de provincia, con dos salas apéndices (Orihuela y Benidorm)
- Bingos: 59 salones
- Salones de juego: 426
- Salas de apuesta: 33
- Hostelería: 20.530 máquinas tragaperras y 3.645 máquinas de apuestas

La juventud es la clientela principal de los casinos.

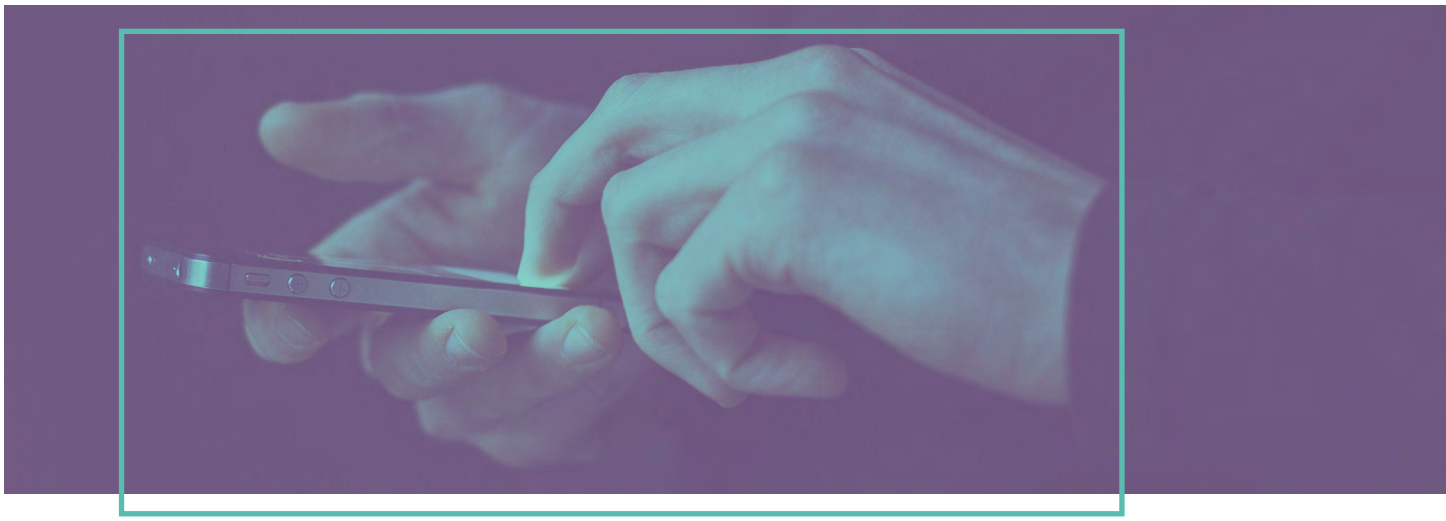
Las personas jóvenes son los principales clientes de los casinos, aproximadamente el 8% de las personas jóvenes entre 18 y 30 años los ha visitado el último año.

Solamente Galicia, La Rioja, País Vasco, Navarra y la Comunitat Valenciana autorizan a ubicar máquinas de apuestas en locales de hostelería que, en el caso de la Comunitat Valenciana representan el 60% del parque de máquinas de apuestas instaladas en toda la Comunidad. Esto, como demostraremos a continuación, es uno de los principales factores implicados en el desarrollo de adicción al juego en jóvenes y menores de edad.

La nueva Ley del Juego de la Comunitat Valenciana establece límites entre salones de juego y centros educativos, así como entre los propios locales de juego entre sí. Con el desarrollo reglamentario que se espera supondrá un cambio sustancial en la topografía del juego, ya que además de las distancias entre locales de juego también obliga a disponer de mando de activación en las tragaperras de los bares y probablemente vayan desapareciendo las máquinas de apuesta de los establecimientos de hostelería.

JUEGO TELEMÁTICO

Es el juego online desarrollado a través de dispositivos móviles, ordenadores o tablets. Es legal desde 2011 y está regulado por el Estado (Dirección General de Ordenación del Juego). Está gestionado por multinacionales ubicadas en territorio nacional o en el extranjero, principalmente Gibraltar y Malta.



Las empresas que actualmente tienen concesión para operar en España y las webs en las que ofrecen los juegos son las siguientes:

TABLA 1. Empresas y sus correspondientes webs autorizadas a operar juegos online en España

WEB	OPERADOR
www.888.es	**888 Spain, PLC**
www.888casino.es	
www.888poker.es	
www.888sport.es	
www.aconcaguapoker.es	**Aconcagua Juegos, SA**
www.juegging.es	**Banegras Unión, SA**
www.starvegas.es	**Beatya Online Entertainment, PLC**
www.betfair.es	**Betfair International, PLC**
www.betfred.es	**Betfred Spain SA**
www.betway.es	**Betway Spain, PLC**
www.bethard.es	**BHGES, PLC**
www.yobingo.es	**Bingosoft, PLC**
www.yocasino.es	
www.bluesblock.es	**Bluesblock, SA**
www.casinobarcelona.es	**Casino Barcelona Interactivo, SA**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Casumo Spain PLC**
www.codere.es	**Codere Online, SAU**
apuestas.codere.es	
www.codereapuestas.es	

WEB	OPERADOR
www.ijuego.es	**Comar Inversiones, SA**
www.betclub.es	**Daunei Investments, SAU**
www.genesiscasino.es	
www.casino777.es	**Digital Distribution Management Ibérica, SA**
www.bet777.es	
ebingo.es	**Ebingo Online España, SA**
www.efbet.es	**EFBET, PLC**
apuestas.retabet.es	**Ekasa Apuestas Online, S.A.**
www.retabet.es	
www.bwin.es	**Electraworks Malta, PLC**
www.partypoker.es	
www.partycasino.es	
www.casinogranmadridtv.es	**Esgaming, SAU**
www.casinogranmadridonline.es	
www.casinogranmadrid.es	
www.dafabet.es	**Eurasia Solutions, PLC**
www.paston.es	**Euroapuestas Online, SAU**
www.circus.es	**Eurobox, S.A.**
www.eurojuego.es	**Eurojuego Star, SA**
www.eurojuegostar.es	
No posee un sitio web que ofrezca juego	**FPO Spain, PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Games Online 7J, SA**
www.botemania.es	**Gamesys Spain, PLC**
www.canalbingo.es	
m.canalbingo.es	
m.botemania.es	
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Genting Spain PLC.**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Gig Operations PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Giga Game Online, SA**
www.goldenpark.es	**Golden Park Games, SA**
www.todoslots.es	
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Grupo Servimatic Juegos y Apuestas Online, SA**
www.bet365.es	**Hillside España Leisure, SA**
casino.bet365.es	
mobile.bet365.es	
poker.bet365.es	
slots.bet365.es	
www.bet365.es	**Hillside New Media Malta, PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**IGT Spain Operations, SA**
www.interwetten.es	**Interwetten España, PLC**

WEB	OPERADOR
No posee un sitio web que ofrezca juego	**JPJ SPAIN, PLC**
www.titanbet.es	**Juego Online, EAD**
poker.titanbet.es	
casino.titanbet.es	
www.dlp.titanbet.es	
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Juegos España, PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Jumpman Gaming Spain PLC.**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Kambi Spain, PLC**
www.leovegas.es	**Leovegas Gaming PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**LP ES, PCL**
www.luckia.es	**Luckia Games, SA**
www.mbet.es	**Marathonbet Spain, SA**
www.maratonbet.es	
www.marathonbet.es	
www.merkurmagic.es	**Merkur Interactive Malta, PL**
www.mondobets.es	**Mondobets, SA**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**MRG Spain PLC.**
www.apostium.es	**Murciapuesta Online SA**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**NetEnt Gaming Solutions, PLC**
www.paf.es	**Paf-Consulting, ABP**
www.1xbet.es	**Plataforma de Apuestas Cruzadas, S.A.**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Play Malta, PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Playes, PLC**
www.betsson.es	**Premiere Megaplex, PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Prima Networks Spain, PLC**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Pt Entretenimiento Online, EAD**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Rabbit Entertainment España, PLC**
www.enracha.es	**Rank Digital España, SA**
www.wanabet.es	**Rfranco Digital, SAU.**
www.sisal.es	**Sisal Entertainment, SPA**
www.eucasino.es	**Skill on Net, SA**
www.playojo.es	
www.slotsmagic.es	
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Skywind Network Services, EAD**
www.loteriasyapuestas.es	**Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.**
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Solana Directorship, S.A.U**
www.sportium.es	**Sportium Apuestas Digital S.A.**
www.suertia.es	**Suertia Interactiva, SA**
www.laporradeportescuatro.es	

WEB	OPERADOR
apuestas.kirolbet.es	**Tele Apostuak Promotora de Juegos y Apuestas, SA**
www.tombola.es	**Tómbola International, PLC**
www.pokerstars.es	**TSG Interactive, PLC**
www.betstars.es	
www.pokerstarscasino.es	
www.pokerstarsmobile.es	
www.casinostars.es/	
www.PokerStarsSports.es	
apuestas.marca.es	**Unidad Editorial Juegos, SA**
marcaapuestas.es	
www.marcacasino.es	
www.casinomarca.es	
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Ventura24games, SA**
www.jokerbet.es	**Veramatic Online, S.A.**
www.vivelasuerte.es	**Versus Online, SA**
www.versus.es	
No posee un sitio web que ofrezca juego	**Videoslots Casino, PLC**
www.williamhill.es	**Whg Spain, PLC**
www.winamax.es	**Winamax, SA**
www.zeturf.es	**Zebetting y Gaming España SA**
www.zebet.es	

LA OFERTA DE JUEGO TELEMÁTICO

El juego es una **actividad regulada por diferentes normativas**. En lo que se refiere al juego telemático, regulado por la Ley 13/2011 de regulación del juego, y operado por empresas multinacionales en todo el territorio nacional, la oferta actual de juego se reguló en dos órdenes ministeriales: la Orden EHA 3081/2011 de 8 de noviembre y la Orden HAP/1369/2014, de 25 de julio. El juego que no está expresamente permitido y definido en estas órdenes, está prohibido.

Los juegos regulados son los siguientes:

A. Orden EHA 3081/2011

Son los **primeros juegos legalizados** después de aprobada la Ley 13/2011.

1. Apuestas deportivas mutuas

Las apuestas deportivas mutuas consisten en el acierto del pronóstico formulado sobre el resultado de uno o varios eventos deportivos, o sobre hechos o circunstancias que formen parte o se desarrollen en el marco de tales eventos o competiciones deportivas y que hayan sido previamente establecidos en el correspondiente programa por el operador del juego.

Un porcentaje de la suma de las cantidades apostadas, previamente establecido en las reglas básicas del juego, se distribuye entre aquellos participantes que, de conformidad con el programa de premios, hubieran acertado.

Solamente SELAE tiene la autorización de las apuestas deportivas mutuas a través de la Quiniela. No es un juego online, aunque el boleto pueda rellenarse a través de Internet

2. Apuestas deportivas de contrapartida

Las apuestas deportivas de contrapartida consisten en el acierto del pronóstico formulado sobre el resultado de uno o varios eventos deportivos, o sobre hechos o circunstancias que formen parte o se desarrollen en el marco de tales eventos o competiciones deportivas y que hayan sido previamente establecidos en el correspondiente programa por el operador del juego. El participante apuesta contra el operador de juego, siendo el premio el resultante de multiplicar el importe de la participación por el coeficiente que el operador haya validado previamente para el pronóstico realizado.

3. Otras apuestas de contrapartida

Las denominadas “otras apuestas de contrapartida” son aquellas en las que el participante apuesta contra el operador de juego, obteniendo derecho a premio en el caso de acertar el pronóstico sobre el que se apuesta, y siendo el premio el resultante de multiplicar el importe de la participación por el coeficiente que el operador haya validado previamente para el pronóstico realizado.

La apuesta se realiza sobre el resultado de uno o varios eventos incluidos en los programas, o sobre hechos o circunstancias que formen parte o se desarrollen en el marco de tales eventos y que hayan sido previamente establecidos en el correspondiente programa por el operador de juego. Los eventos serán acontecimientos relacionados con la sociedad, los medios de comunicación, la economía, los espectáculos, la cultura u otros similares.

4. Apuestas hípicas mutuas

Se entiende por apuesta hípica mutua el concurso de pronósticos sobre el resultado de una o varias carreras de caballos o sobre hechos o circunstancias que formen parte o se desarrollen en el marco de tales carreras y que hayan sido previamente establecidos en el correspondiente programa por el operador.

Un porcentaje de la suma de las cantidades apostadas, previamente establecido en las reglas básicas del juego, se distribuye entre aquellos participantes que, de conformidad con el programa de premios, hubieran acertado.

5. Apuestas hípicas de contrapartida

Las apuestas hípicas de contrapartida consisten en el acierto del pronóstico formulado sobre el resultado de uno o varios eventos hípicos, o sobre hechos o circunstancias que formen parte o se desarrollen en el marco de tales eventos o competiciones deportivas y que hayan sido previamente establecidos en el correspondiente programa por el operador del juego. El participante apuesta contra el operador de juego, siendo el premio el resultante de multiplicar el importe de la participación por el coeficiente que el operador haya validado previamente para el pronóstico realizado.

6. Black Jack

El juego de Black Jack es un juego de azar practicado con naipes, en que los participantes juegan contra el establecimiento organizador, siendo el objeto del juego alcanzar veintiún puntos o acercarse a ellos sin pasar de ese límite. El importe de los premios que correspondieren a los participantes ganadores y su determinación se realizará de conformidad con lo dispuesto en la reglamentación básica y en las reglas particulares del operador.

7. Bingo

El juego del bingo consiste en formar, en los cartones o tarjetas virtuales adquiridos por el participante, alguna de las combinaciones numéricas susceptibles de obtener premio, que se obtienen mediante un sorteo celebrado a estos efectos y en el que están presentes la totalidad de los números del juego. El porcentaje de la recaudación destinado a premios es establecido por el operador en las reglas particulares del juego, con un límite máximo de 150.000 €.

8. Concursos

Los concursos consisten en la obtención de un premio, en metálico o en especie, que se adjudica a aquel participante que, de conformidad con las reglas particulares, resulta ganador, sea exclusivamente por azar, sea por la superación de determinadas pruebas de competición, conocimiento o destreza en las que el azar intervenga de cualquier modo y fase del desarrollo de la actividad. Su oferta, desarrollo y resolución se desarrolla por un medio de comunicación ya sea de televisión, radio, Internet u otro, siempre que la actividad de juego esté conexa o subordinada a la actividad principal.

La participación se realiza, bien directamente mediante un desembolso económico, o bien mediante llamadas telefónicas, envío de mensajes de texto o cualquier otro procedimiento electrónico, informático o telemático, en el que exista una tarificación adicional.

9. Punto y banca

El juego de Punto y banca consiste en alcanzar en una mano de naipes la suma de nueve puntos o una suma que se acerque a ellos sin pasarse y sea superior al valor de la mano que juega la banca. El operador actúa como intermediario y garante de las cantidades apostadas entre terceros, detrayendo las cantidades o porcentajes que previamente hubiera fijado.

10. Póquer

El juego de póquer es un juego de cartas o naipes en el que varios jugadores se enfrentan entre sí con el objeto de obtener alguna de las combinaciones de cartas que, de conformidad con el valor atribuido por las reglas particulares del juego y en relación a las combinaciones obtenidas por el resto de participantes que no se hubiesen retirado de la mano, le permita ganar el fondo del juego o la parte del mismo que pudiera corresponderle.

El importe máximo de las apuestas está limitado en la reglamentación del juego.

11. Ruleta

El juego de la ruleta es aquel juego de azar en el que la posibilidad de ganar depende de la coincidencia de la apuesta del participante con el número, color o ubicación de la casilla en la que se detenga la representación de una bola que se pone en movimiento dentro de la representación de un disco horizontal giratorio sostenido por un eje y dividido en casillas radiales numeradas. El importe de los premios que corresponden por las apuestas ganadoras se determinará multiplicando el importe de cada una de las apuestas ganadoras por el coeficiente establecido para cada una de ellas en las reglas particulares del juego establecidas por el operador.

12. Juegos complementarios

Juegos complementarios son aquellos juegos de diversa naturaleza (que combinan el azar con la habilidad y la destreza, la cultura y los conocimientos, etc...), y que tienen el denominador común de que su práctica no está basada únicamente en la obtención de un lucro económico, sino que en ella predomina la diversión que proporcionan. El importe de los premios que correspondieren a los participantes ganadores y su determinación se realizará de conformidad con lo dispuesto en esta Reglamentación básica y en las reglas particulares del operador.

B. Orden HAP/1369/2014, de 25 de julio

Tres años después de la legalización del juego se autorizaron **dos juegos nuevos**, prácticamente los únicos que faltaban para completar una de las ofertas más amplias del mundo en lo que se refiere a juegos. Previo a la autorización se solicitó por parte del lo cual ha tenido graves consecuencias en la salud de los ciudadanos.

13. Apuestas cruzadas

Las apuestas cruzadas son aquellas resultantes de la casación de ofertas a favor y en contra realizadas por los participantes sobre un determinado evento y hecho susceptible de apuesta; el operador actúa únicamente como intermediario entre los participantes y garante de las cantidades por éstos jugadas. Las apuestas cruzadas se basan en un coeficiente de apuesta que determina la cuantía que el participante podrá ganar en las apuestas cruzadas a favor o la cuantía que el participante deberá arriesgar en las apuestas cruzadas en contra. Existen distintos tipos de apuestas cruzadas según el objeto de la apuesta: apuestas deportivas cruzadas (sobre acontecimientos deportivos), apuestas hípicas cruzadas (sobre acontecimientos hípicos) y otras apuestas cruzadas (sobre eventos incluidos en el correspondiente programa del operador relacionados con la sociedad, los medios de comunicación, la economía, los espectáculos, la cultura u otros similares).

14. Máquinas de azar

El juego de máquinas de azar es aquel en el que se intenta obtener, en un tiempo delimitado, una combinación de signos o representaciones gráficas que, de conformidad con las reglas particulares del juego establecidas, resulte agraciada con un determinado premio. No tendrá la consideración de juego de máquinas de azar aquel cuyos elementos esenciales sean propios de otros juegos ya regulados.

Se trata del juego que ha visto un crecimiento exponencial y uno de los que previsiblemente provocará más problemas de adicción. Se autorizaron en julio de 2015.

1.4. DIMENSIÓN ECONÓMICA DE LOS JUEGOS DE APUESTAS EN LA COMUNITAT VALENCIANA

Por el volumen de dinero que moviliza, el juego de apuestas es una de las principales actividades económicas.

El juego de apuestas es una de las principales actividades económicas, por el volumen de dinero que moviliza, si bien no genera ningún producto que tenga valor añadido, ya que todo consiste en cambiar el dinero de unas manos a otras. Es decir, se trata de juegos de suma cero, en los cuales lo que gana un competidor es lo que pierde el otro. El problema es que las reglas del juego siempre dan como ganador a quien gestiona el juego, que son las empresas del sector. Tampoco ofrece servicios de calidad, puesto que el jugador dedica su tiempo a intentar ganar más dinero del que ha arriesgado, cosa que a la larga es virtualmente imposible, ya que todos los juegos están diseñados de forma que la esperanza matemática es favorable a quien organiza el juego.

El **gasto en juego por parte de las personas de la Comunitat Valenciana** aparece en las tablas siguientes (en millones de euros). Las cifras que aparecen son las cantidades apostadas, es decir, lo que las personas han gastado comprando boletos de lotería, las monedas que han echado en una máquina o las apuestas que han llevado a cabo, con independencia de si se trata de un depósito que sale del bolsillo del jugador o si se vuelve a jugar lo que se ha ganado en la apuesta anterior, lo que en el argot se denomina "rejuego" o handle.* De cualquier forma, se trata de un dinero gastado, puesto que el jugador siempre podría retirarlo y, en lugar de hacerlo, vuelve a apostarlo, de manera que técnicamente se trata de una nueva apuesta. Es como si dedicamos la pedrea que nos ha tocado en el Gordo de la Primitiva para apostarlo en el Niño: nueva apuesta. A continuación se detalla el **gasto (en millones de euros) en la Comunitat Valenciana en los diferentes juegos legales**:

TIPO A. Loterías y juegos públicos

SELAE LOTERÍA NACIONAL	SELAE LOTERÍAS ACTIVAS	QUINIELA	ONCE LOTERÍAS PASIVAS	ONCE PRESORTEADAS
689,24	746,3	14,1	236,75	51,17

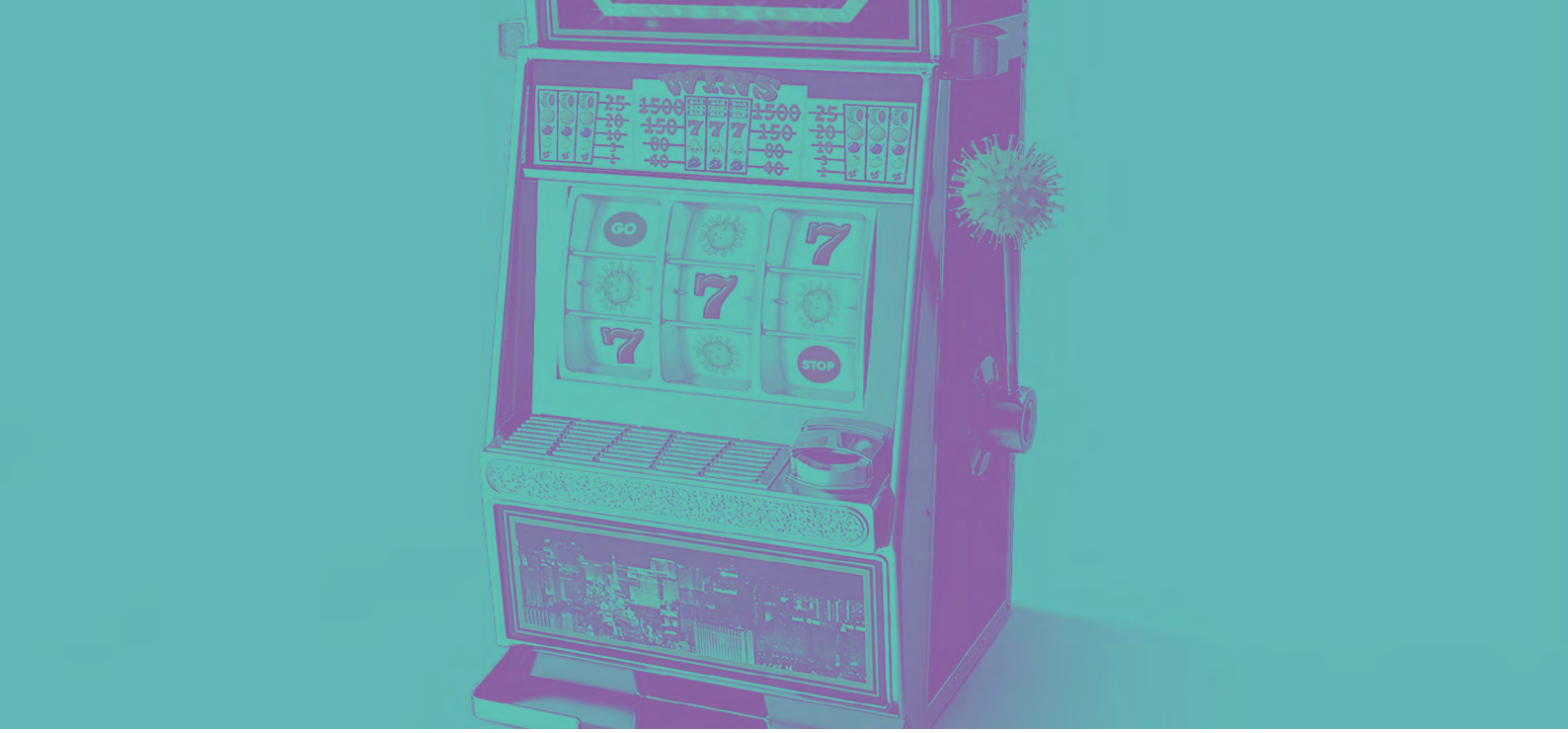
TIPO B. Juegos privados de carácter presencial (tradicionales y online*)

CASINOS	BINGOS	MÁQUINAS	APUESTAS*
217,43	394,08	2.112,00	341,81

TIPO C. Juegos privados telemáticos (online)

APUESTAS ONLINE*	PÓQUER*	BLACKJACK*	RULETA	SLOT	BINGO
696,27	204,96	110,92	366,11	344,39	9,93

*Cantidad jugada, o handle



De los datos extraídos se deduce que el juego en el que más dinero se gasta en la Comunitat Valenciana son las máquinas tipo B (tragaperras), que pueden estar ubicadas en bares, salones de juego o bingos. Las diferencias entre los diferentes tipos de máquinas estriban en la magnitud de los premios y en la posibilidad de interconectarse. En los casinos se ubican las máquinas tipo C, cuyos premios son mayores y funcionan con tickets en lugar de con monedas. Por sus características estructurales (recompensa inmediata, programa de reforzamiento de razón variable, elevada disponibilidad y accesibilidad, etc.), las máquinas son uno de los juegos más adictivos

Los siguientes juegos son las loterías, tanto pasivas como activas, denotando la relevancia que tiene este tipo de juego a nivel cultural, ya que no son los que más premios otorgan y son los menos adictivos. El volumen de dinero tan elevado que mueven es porque juegan muchas personas.

Los juegos online también mueven cantidades muy elevadas de dinero, lo cual es muy significativo puesto que algunos de ellos, como es el caso de las slot online solamente llevan cinco años en el mercado. Los juegos telemáticos a los que se dedican más dinero son las apuestas deportivas, reflejando el interés que este tipo de juegos tiene en la sociedad actual.

1.5. PERFIL DE LAS PERSONAS JUGADORAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Las principales variables sociológicas de las personas jugadoras de la Comunitat Valenciana se reflejan en la siguiente tabla, extraída de la Memoria anual 2018 de Cejuego, que es una de las principales asociaciones de la patronal del sector, asociada a la CEOE. Los datos hacen referencia al porcentaje de personas que juegan a cada uno de los juegos de azar.

TABLA 2. Porcentaje de personas que juegan a cada uno de los principales juegos de azar

	SEXO			EDAD						NACIONALIDAD	
	Mujeres	Hombres	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-75	Española	Otra
Loteria Nacional semanal	10,3	13,3	11,8	5,6	17,8	11,6	11,2	12,2	10	11,6	16,3
Gordo de Navidad	74,9	72,5	73,7	29,6	67,7	80,8	79,7	82,2	78,5	**75,2**	46,8
Niño	44,7	43,8	44,3	18,5	36,2	49,6	43,9	57,2	46,4	**45,6**	19,4
Primitiva	37,5	42,7	40,1	19,2	43,5	46,9	46,7	42,6	25,8	40,2	32,9
Quiniela	4,6	10,7	7,7	8,9	14,6	11,9	6,7	2,2	0,6	7,1	15,9
ONCE Loterias	26,7	23,6	25,2	7,2	23,2	24,3	26,8	34,5	26,7	25,3	22,8
ONCE Rascas y activas	8,4	9,8	9,1	**17,6**	**22,3**	8,8	3,3	5,2	2,7	8,8	12,7
Casinos	5,5	9	7,2	**30,3**	**17,1**	8,7	2,2	2	0,6	6,9	10,4
Bingo	9,1	8,8	8,9	**17**	**18,8**	7,2	6,3	3,6	5,6	8,7	10,2
Máquinas B Bares	1,7	8,7	5,2	**9,6**	**13**	3	3,8	2,7	2,1	4,9	8,1
Máquinas B Salones	5,4	11,1	8,2	**32,7**	**20,2**	4,5	2,8	2	0,5	7,6	16
Apuestas deportivas	1,2	7,2	4,2	**15,4**	**10,7**	3,1	0,5	1,4	0	5,8	9,1

Gómez-Yáñez, J.A. y Lalanda, C. (2020). Anuario de Juego en España, 2019. Instituto de Juego y Gobernanza. Universidad Carlos III de Madrid. Consejo Empresarial de Juego, CEJUEGO

Como puede observarse, las personas jóvenes juegan más que adultos y personas mayores a los juegos privados y juegos online, así como a los juegos activos de la ONCE y a las loterías presorteadas. Solamente juegan menos que los adultos a juegos tradicionales, principalmente loterías. Esto es un serio hándicap para las personas más jóvenes, puesto que se dedican más a los juegos más adictivos, especialmente los telemáticos.

La tabla anterior hace referencia a mayores de edad. Las características del juego en menores de edad se presentan en el siguiente capítulo.

DATOS

El **gasto aproximado de juego en la Comunitat Valenciana** en 2018 fue, aproximadamente:

- **Juegos de SELAE:** 1.500 millones de euros
- **Juegos de la ONCE:** 290 millones de euros
- **Juegos privados tradicionales** (bingo, casinos, tragaperras...)**:** 2.725 millones de euros
- **Juego online:** 2.075 millones de euros

En 2018 había registradas 812 **empresas en el Registro de juego de la Generalitat Valenciana**. En lo que se refiere al juego online regulado por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), 80 operadoras tienen concesión para operar en España y ofrecen sus tipos de juego a través de más de 90 webs de juego

El 60% de las **máquinas de apuestas** de las Comunitat Valenciana están situadas en locales de hostelería. Solamente otras cuatro Comunidades Autónomas (País Vasco, Navarra, La Rioja y Galicia) tienen máquinas de apuestas en hostelería.

Las personas entre 18-35 años son el colectivo en el que un mayor porcentaje de personas juegan en casinos, bingos, salones de juego, máquinas en bares (de apuestas y tragaperras) y loterías activas y presorteadas de la ONCE, mientras que las personas mayores de 35 años juegan más que las de 18-35 a juegos de SELAE y a loterías de la ONCE.

TENDENCIA

Desde la legalización del juego online ha habido un **incremento en el gasto** en este tipo de juegos, tanto en su modalidad telemática, como en máquinas en locales de juego.

La p**rimera modalidad de juego online** fue el póquer, pero pronto se consolidaron las apuestas deportivas. A raíz de la legalización de las slot online en 2015, el gasto en juegos de casino ha sido exponencial, superando en 2017 a las propias apuestas deportivas.

Durante el **periodo de confinamiento** parece que ha habido un incremento del gasto en juego online, especialmente en juegos de casino (ruleta, slot) y bingo

CONCLUSIONES

01 España tiene una de las **ofertas de juego** más amplias del mundo, y la Comunitat Valenciana una de las mayores de España. A los juegos públicos de SELAE (principalmente loterías, aunque también apuestas deportivas como la quiniela) hay que sumarle la concesión que tiene la ONCE para otras loterías (tradicionales y presorteadas), los juegos privados: casinos, bingos, salones de juego y máquinas en hostelería. Más recientemente, el juego online, que puede jugarse tanto en máquinas situadas en los locales anteriormente citados, así como telemáticamente desde cualquier dispositivo conectado a Internet.

02 El juego online fue legalizado en 2011 (Ley 13/2011 de regulación del juego) y en 2012 se concedieron las primeras licencias a las empresas operadoras (españolas y extranjeras). España tiene una de las mayores ofertas del mundo en **juego online.** Desde entonces, el gasto en estos juegos ha crecido exponencialmente.

03 En la Comunitat Valenciana se ha aprobado recientemente la **Ley 1/2020 de regulación del juego y prevención de la ludopatía**, que regula el juego privado y el juego online que se juega en locales de la Comunitat Valenciana. Uno de sus principales objetivos es la prevención de la adicción al juego.

04 La población juvenil se dedica en mayor proporción que las personas adultos y mayores a los **juegos más adictivos**, especialmente los telemáticos, lo cual es un riesgo para la aparición de la adicción.

05 Las mujeres juegan con menos **frecuencia** que los hombres a todos los juegos, a excepción del bingo, en donde no aparecen diferencias por género en la proporción de personas que juegan.

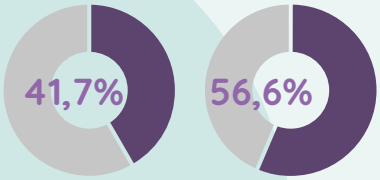
SECCIÓN

02

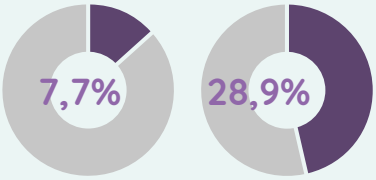
¿QUÉ PROBLEMAS TIENE LA JUVENTUD CON EL JUEGO?

JÓVENES MENORES DE EDAD (14-17 AÑOS)

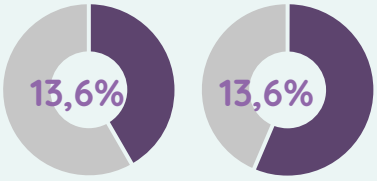
Han jugado alguna vez



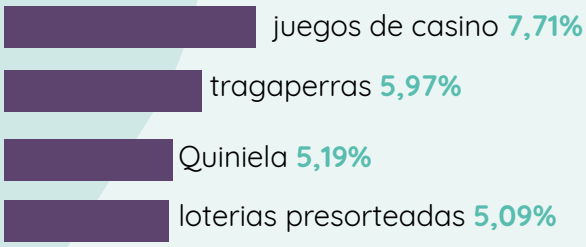
Juegan regularmente



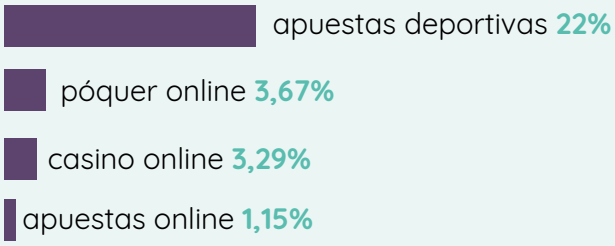
Juego online (alguna vez)



Juegos tradicionales más frecuentes:



Juegos online más frecuentes:

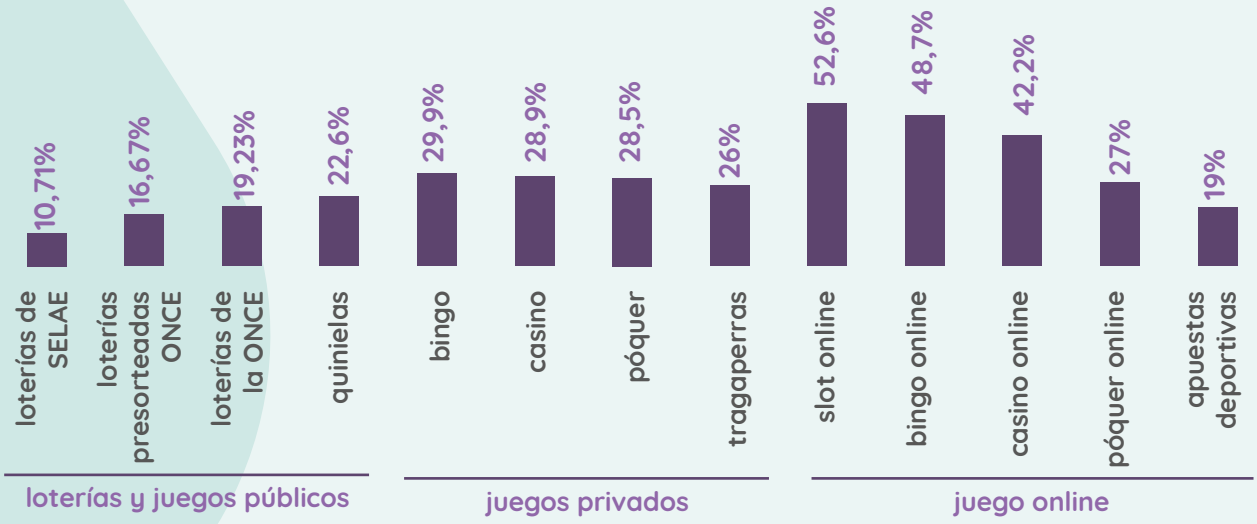


14,5%
prevalencia de juego de riesgo
22% hombres
7,7% mujeres

1,9%
prevalencia de adición al juego*
3,3% hombres
0,5% mujeres

JÓVENES MAYORES DE EDAD (18-30 AÑOS)

Tasas de adicción según el tipo de juego



La proporción actual de personas con adicción en salones de juego es entre 15-20 veces superior a la de la población general.

* Encuesta realizada por la DGOJ en 2015 sobre población general

2.1. INTRODUCCIÓN

En el capítulo anterior se ha analizado la dimensión económica del juego y se ha podido constatar que la magnitud de las cifras del juego es superior a la de la mayoría de actividades económicas de nuestra sociedad. El juego está regulado por las administraciones públicas (estatal y autonómica) y operada por un sector económico que hace del juego su fuente de negocio. Los beneficios de las empresas proceden directamente de lo que pierden las personas jugadoras y eso es un inconveniente para quienes apuestan demasiado, puesto que las reglas de todos los juegos de apuesta y de azar siempre benefician a las empresas que lo gestionan.

El juego de apuestas es una actividad psicológica potencialmente adictiva, ya que activa los mismos circuitos cerebrales de recompensa que las drogas u otras conductas adictivas.

Pero el juego de apuestas también es una actividad psicológica potencialmente adictiva, ya que el jugar (apostando) activa los mismos circuitos cerebrales de recompensa que las drogas u otras conductas adictivas. Además, su uso excesivo conlleva la aparición de sintomatología clínica característica de los trastornos adictivos, tales como: a) necesidad de jugar cantidades crecientes de dinero para obtener el placer inicial; b) grave malestar o irritabilidad cuando el juego se detiene y no hay posibilidad de seguir apostando; c) incapacidad para dejar de jugar, aunque se desee fervientemente dejarlo; d) graves consecuencias familiares y sociales a causa del juego; e) necesidad de jugar para recuperar las pérdidas provocadas por el propio juego, etc. Los síntomas pueden llegar a ser tan graves hasta el punto de provocar un problema de salud mental, que es lo que antiguamente se denominaba ludopatía o juego patológico.

Cuando el juego se promociona en la sociedad y adquiere las dimensiones económicas como las que actualmente tiene en la Comunitat Valenciana, la consecuencia es la aparición de un problema de salud pública. Porque, con independencia de la vulnerabilidad diferencial -personal o social- que se tenga para desarrollar problemas de adicción al juego, la principal causa de este trastorno es la propia actividad de realizar las apuestas, que está directamente relacionada con el tipo de juego.

Los **factores que inciden en el desarrollo de la adicción al juego** son de dos categorías:

a) **Estructurales**, es decir, las **propias características del juego**: inmediatez con la que se otorga la recompensa (o no recompensa); posibilidad de rejuego (es decir, volver a apostar lo ganado sin necesidad de cobrarlo); programa de contingencia de reforzamiento, etc. En este sentido, la evidencia científica demuestra de forma consistente e irrefutable que los juegos más adictivos son las juegos electrónicos (EGM, Electronic Gaming Machines) y los juegos a través de Internet (juego online). Los menos adictivos son las loterías, especialmente las que no tienen premios muy elevados y cuando el tiempo transcurrido entre la compra del boleto y la realización del es de varios días.

b) **Ambientales**, es decir, **cómo está organizado el juego en la sociedad**, que depende directamente de las políticas de juego llevadas a cabo por los poderes públicos, así como por la aplicación de las reglas del mercado a esta actividad económica: disponibilidad (oferta), accesibilidad (facilidad para jugar), publicidad, estrategias de marketing, etc. Loterías y juego online son los que tienen una publicidad más intensa, si bien las estrategias de marketing son especialmente agresivas en el juego online (bonos, tarjetas de fidelización, etc.). Los juegos con mayor disponibilidad son el juego online y las máquinas (EGM), ya que se encuentran disponibles no solo en los locales de juego, sino en bares y restaurantes. El juego online lo tenemos en cada uno de nuestros bolsillos, además de que la oferta es extraordinariamente amplia.

El **objetivo de este capítulo** es determinar qué juegos son los que están más directamente relacionados con la adicción y con el riesgo de adicción en jóvenes de la Comunitat Valenciana. Para ello se han realizado diferentes estudios, entre los cuales destacaremos tres:

a) ESTUDIO 1. Encuesta “Menores”: Estudio del patrón de juego y adicción al juego en menores de edad.

Se administró una encuesta a 6.053 menores entre 15 y 17 años con el objetivo de observar tanto el patrón de juego como los problemas de adicción en menores de edad. La encuesta fue llevada a cabo dentro de la aplicación del programa de prevención de adicción al juego Ludens en todo el ámbito de la Comunitat Valenciana, entre 2018 y 2020. La hoja de respuestas se describe en los anexos.

b) ESTUDIO 2. Encuesta “Jóvenes”: Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de 19-30 años.

Se trata de una encuesta sobre patrón de uso de juego realizada a nivel estatal en población general desde la Unidad de Investigación: “Juego y adicciones tecnológicas” que se lleva editando desde 2014. Para este estudio hemos seleccionado las personas jóvenes residentes de la Comunitat Valenciana (n=3.651; 1.894 mujeres y 1.757 hombres de edades comprendidas entre 18 y 30 años).

c) ESTUDIO 3. Entrevistas personales a jóvenes en el entorno de juego.

Se llevaron a cabo tres tandas de entrevistas personales en la puerta de diferentes salones de València durante los años 2015, 2017 y 2020, con la finalidad de tener una información en mayor profundidad no solamente del patrón de juego y de la adicción, sino de algunos factores esenciales que contribuyen en el inicio, desarrollo y mantenimiento del trastorno de juego.

2.2. EL JUEGO EN JÓVENES MENORES DE EDAD (14-17 AÑOS) DE LA COMUNITAT VALENCIANA

La legislación española establece que solamente los mayores de 18 años pueden participar en juegos de apuestas y azar. Sin embargo, desde siempre, los menores de edad han participado en juegos como **loterías, quinielas o loterías presorteadas** debido a que se trata de juegos enraizados culturalmente en nuestra sociedad y de fácil acceso, sobre los que no suele haber un control especialmente rígido de la participación. Tradicionalmente se han utilizado los sorteos de loterías para financiarse viajes de estudios o han echado quinielas. Se trata, en cualquier caso, de juegos con un escaso poder adictivo, además de que no se llevan a cabo tanto para ganar a la casa o a otros jugadores, como para obtener un beneficio del sobrecosto por los boletos o dedicar una cantidad de dinero por si se aciertan los resultados de las competiciones deportivas.

Otra cosa son las **máquinas de los bares**, que siempre han estado disponibles a menores de edad y, más recientemente, los juegos online, tanto en su modalidad telemática como presencial, ya que para el acceso a los salones no se exige la identificación fehaciente.

Conviene también distinguir entre la **frecuencia** con la que participan. No es lo mismo una participación esporádica, jugar de vez en cuando, que hacerlo de forma más o menos frecuente, ya que el desarrollo de la adicción al juego está directamente relacionado con la frecuencia con la que se participe en el juego.

En este estudio se distingue entre juego esporádico y juego frecuente, entendiendo por este último el que se lleva a cabo mensualmente, es decir, ente 1-3 veces al mes, o más.

El Estudio 1 es especialmente relevante, dado que la encuesta de la DGOJ y las de las empresas del sector solamente sondean a mayores de 18 años. Por la amplitud de la muestra del estudio y la longitud en el tiempo en el que se ha llevado a cabo, se trata de un estudio que puede aportar bastante información sobre el patrón de juego y los problemas que el juego produce en menores de edad de la Comunitat Valenciana.

2.2.1 Frecuencia de juego

La gráfica siguiente refleja el porcentaje de menores de edad que han jugado alguna vez, tanto a juegos online como a cualquier juego, así como quienes juegan con relativa frecuencia, es decir, 1-3 veces al mes, o más.

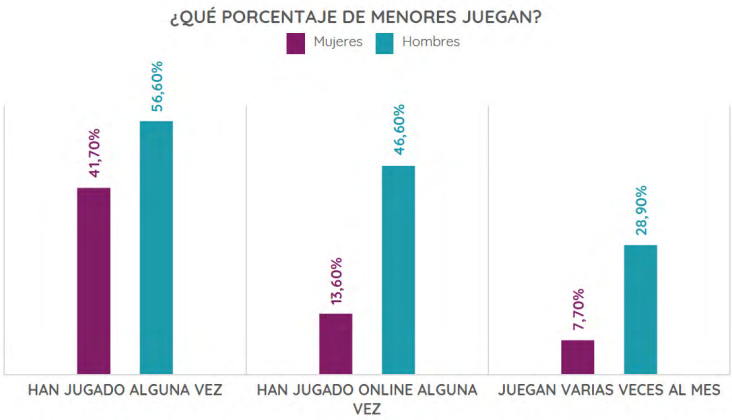


Figura 3. Porcentaje de menores de 18 años que han jugado a algún juego legal

Las diferencias entre mujeres y hombres son estadísticamente significativas, aplicando la prueba chi cuadrado. Ellas juegan menos, tanto esporádica como frecuentemente. Las diferencias son especialmente notables en el caso del juego online.

2.2.2. Tipos de juego

En lo que se refiere a los diferentes tipos de juego a los que juegan los menores se distingue entre los juegos a los cuales han participado alguna vez y los que lo hacen con más frecuencia (entre 1-3 veces al mes o más). Los juegos en los que participan alguna vez suelen ser loterías o juegos en los cuales se apuesta por si se tiene la suerte de que toque el premio. Suelen ser juegos en los que se participa de forma esporádica, aunque muchas personas han arriesgado su dinero alguna vez en estos juegos. En el caso de los menores de edad, el porcentaje de personas que han participado alguna vez a cada uno de los juegos se refleja en las gráficas siguientes:

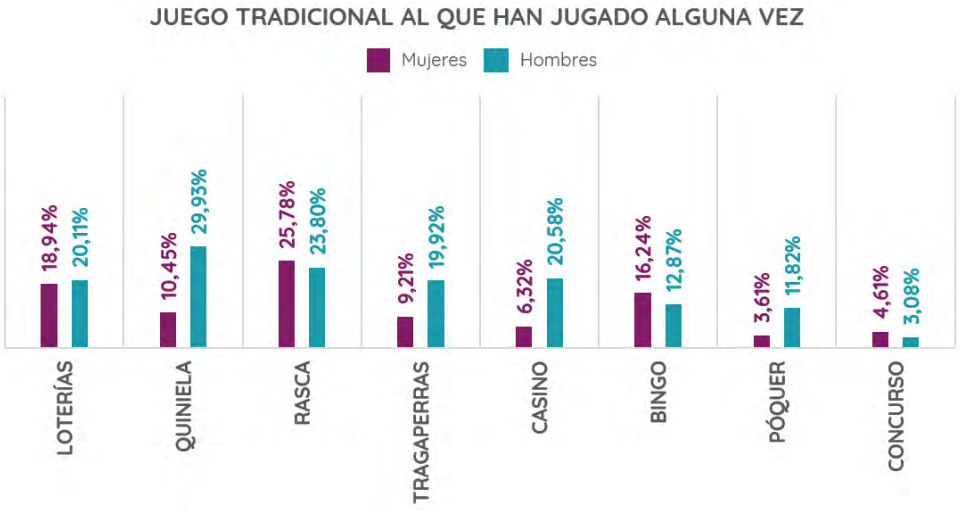


Figura 4. Porcentaje de jóvenes menores de 18 años que han jugado a algún juego tradicional

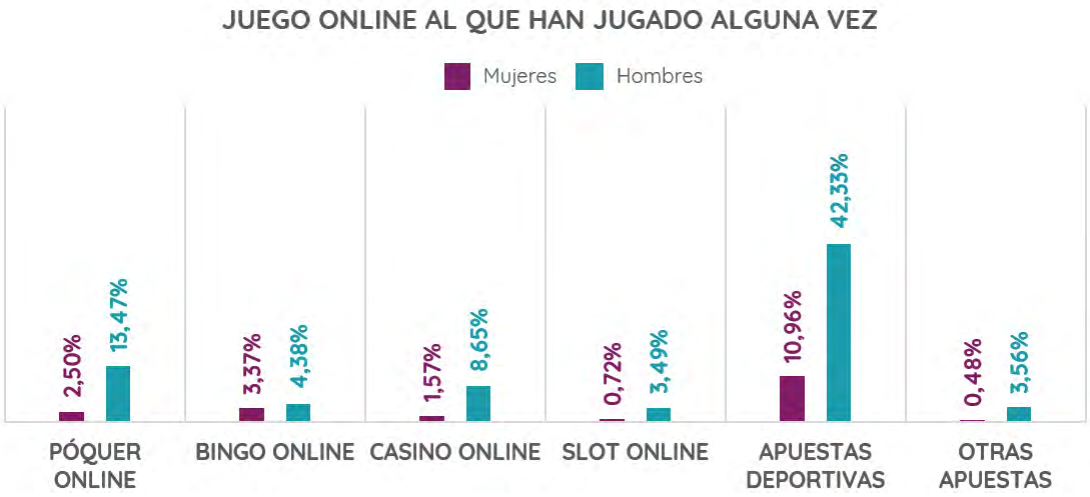


Figura 5. Porcentaje de menores de 18 años que han jugado a algún juego online

A excepción de las apuestas deportivas, la mayoría de juegos en los que participan los menores de edad son juegos tradicionales, especialmente quinielas (que no dejan de ser una apuesta deportiva), loterías (principalmente presorteadas, conocidas como “rasca”) o incluso juegos de casino y tragaperras. Los juegos online telemáticos son menos relevantes.

En lo que se refiere a los juegos en los que participan al menos 1-3 veces al mes, ello significa que el juego se ha convertido en una actividad relativamente frecuente, que forma parte de su ocio y que en algunos casos también representa una forma de interaccionar con los demás.

Los juegos a los que participan con más frecuencia se representan en las siguientes figuras

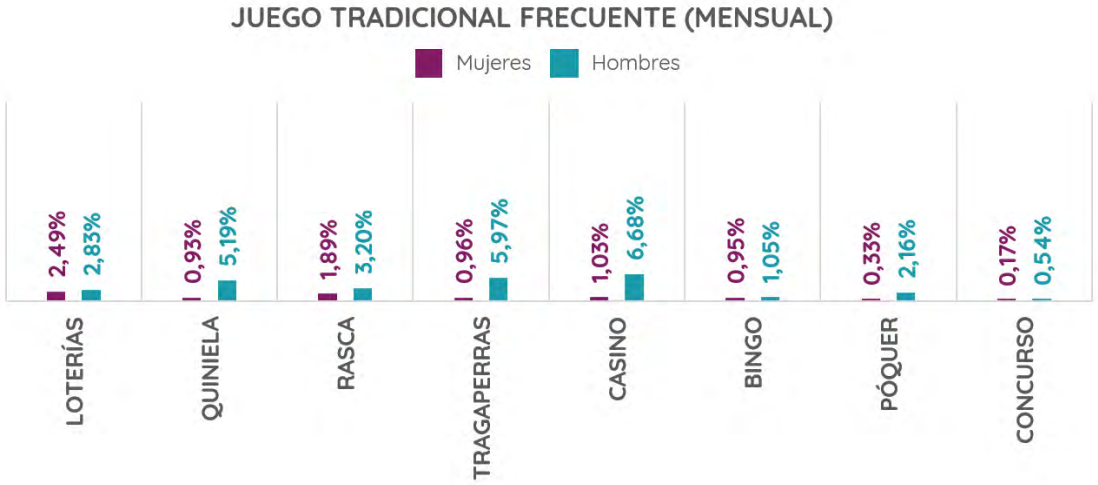


Figura 6. Porcentaje de menores de 18 años que juegan con regularidad a algún juego tradicional

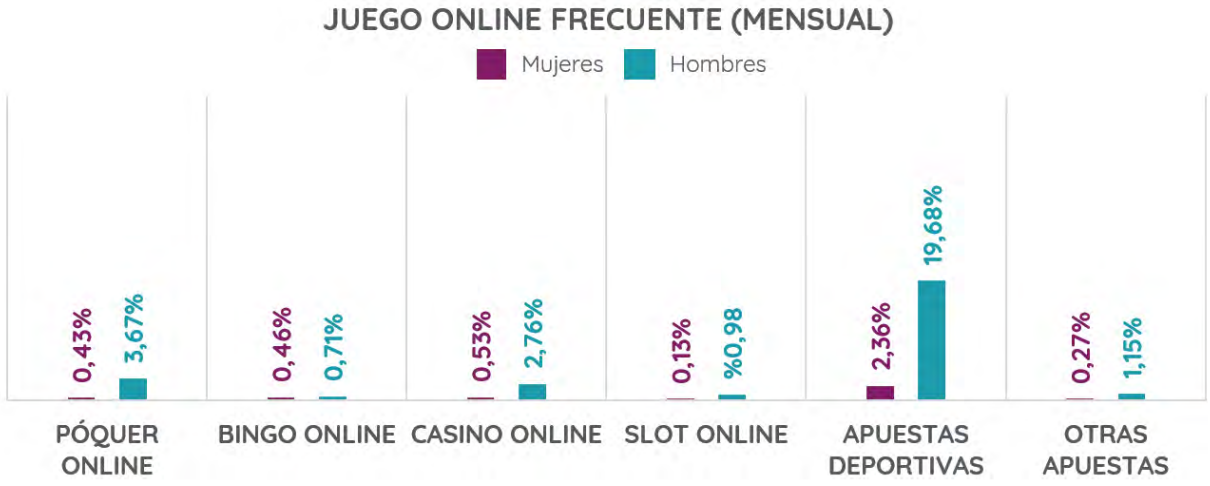


Figura 7. Porcentaje de menores de 18 años que juegan con regularidad a algún juego

El juego al que se dedican con más frecuencia son las apuestas deportivas online, es decir, las formas más nuevas de juego legalizadas a partir de la Ley 13/2011 que se llevan a cabo en salones de juego y, en el caso de la Comunitat Valenciana, también en bares. Respecto a los juegos tradicionales, son las tragaperras y los juegos de casino los juegos más frecuentes. Es decir, aquellos que tienen un mayor poder adictivo.

2.2.3 ¿Dónde juegan?

El juego es una actividad que los menores tienen prohibido realizar, de manera que también es necesario conocer dónde las están realizando, para saber, entre otras circunstancias, si las llevan a cabo en privado o en lugares públicos.

Para ello hemos seleccionado aquellas mujeres y hombres que han apostado alguna vez o quienes lo hacen frecuentemente (1-3 veces al mes, o más) preguntándoles dónde lo hacen. Se trata, de nuevo, de una muestra bastante amplia, de 1.602 menores que han apostado alguna vez y 675 que lo hacen con frecuencia.

En la Figura 8 se indica dónde realizan las apuestas deportivas los menores de edad, tanto si juegan regularmente (1-3 veces al mes, o más) como si lo hacen de vez en cuando

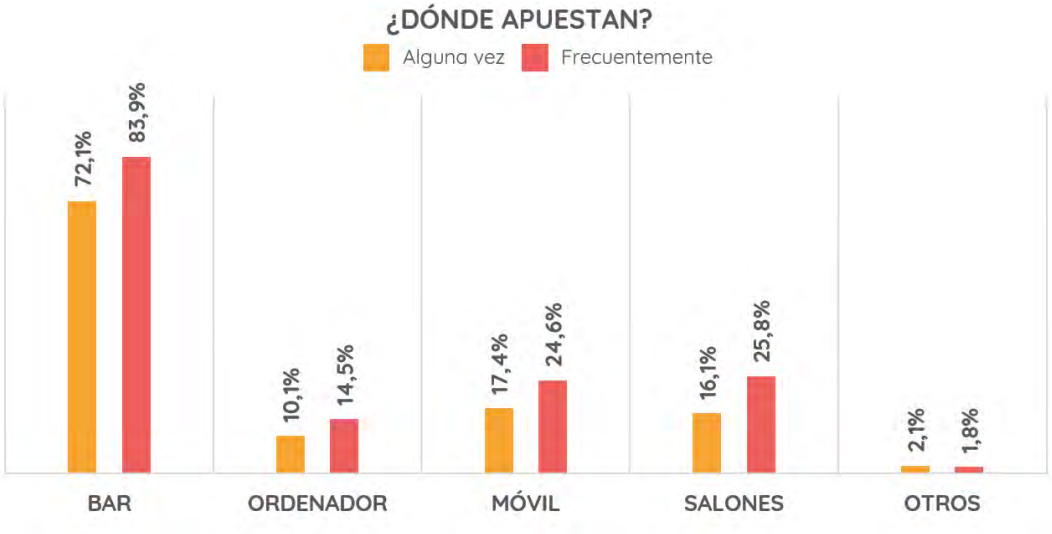


Figura 8. Lugares donde apuestan los menores de edad

Como puede observarse, la inmensa mayoría de las mujeres y hombres menores de 18 años apuestan en bares, tanto los que han apostado alguna vez (72,1%) como quienes lo hacen frecuentemente (83,9%). Los siguientes lugares en los que apuestan –aunque a mucha distancia- son los salones y el móvil. Hay que tener en cuenta que con el móvil se puede apostar dentro de bares o salones, de manera que la inmensa mayoría de las mujeres y hombres menores de edad que apuestan, lo hacen en lugares públicos.

PROBLEMAS CON EL JUEGO

La principal consecuencia negativa del juego es el desarrollo de la adicción al juego, denominada trastorno de juego en los manuales de psicopatología. Antiguamente se conocía a este trastorno como juego patológico o ludopatía. Se trata de un trastorno de carácter adictivo, en la medida en que la persona jugadora desarrolla una necesidad de jugar cada vez mayor, siendo incapaz de dejar de hacerlo a pesar de graves repercusiones psicológicas y de adaptación y los problemas sociales y familiares a los que conduce.

Hay diferentes formas de evaluar la adicción al juego. En esta investigación hemos utilizado un cuestionario utilizado en la práctica clínica y lo hemos insertado tanto en las entrevistas personales como en las encuestas que se han administrado en este estudio. Con este cuestionario se obtiene un diagnóstico de la adicción al juego, así como la presencia de un problema subclínico, pero que tiene mucha significación psicológica y social. A este problema se ha denominado "juego de riesgo"

y tiene especial interés analizarlo porque se trata de personas que están llevando a cabo una conducta que puede conducir a desarrollar adicción al juego, que es un problema realmente grave, especialmente en el caso de las personas jóvenes, y muy singularmente, en las menores de edad.

Como puede observarse en los gráficos, los menores de edad no solamente apuestan, sino que tienen problemas con el juego, tanto de adicción como juego de riesgo. Es muy relevante indicar que la prevalencia de adicción al juego en menores de edad es mayor que la de la población general española de personas entre 18-65 años. El porcentaje de adicción al juego en menores de edad de la Comunitat Valenciana se encuentra en torno al 1,9%, mientras que el de la población general en la encuesta realizada por la Dirección General de Ordenación de Juego[2] en 2015, el porcentaje de prevalencia de adicción al juego para personas de la Comunitat Valenciana de entre 18 y 91 años es de 0,4%.

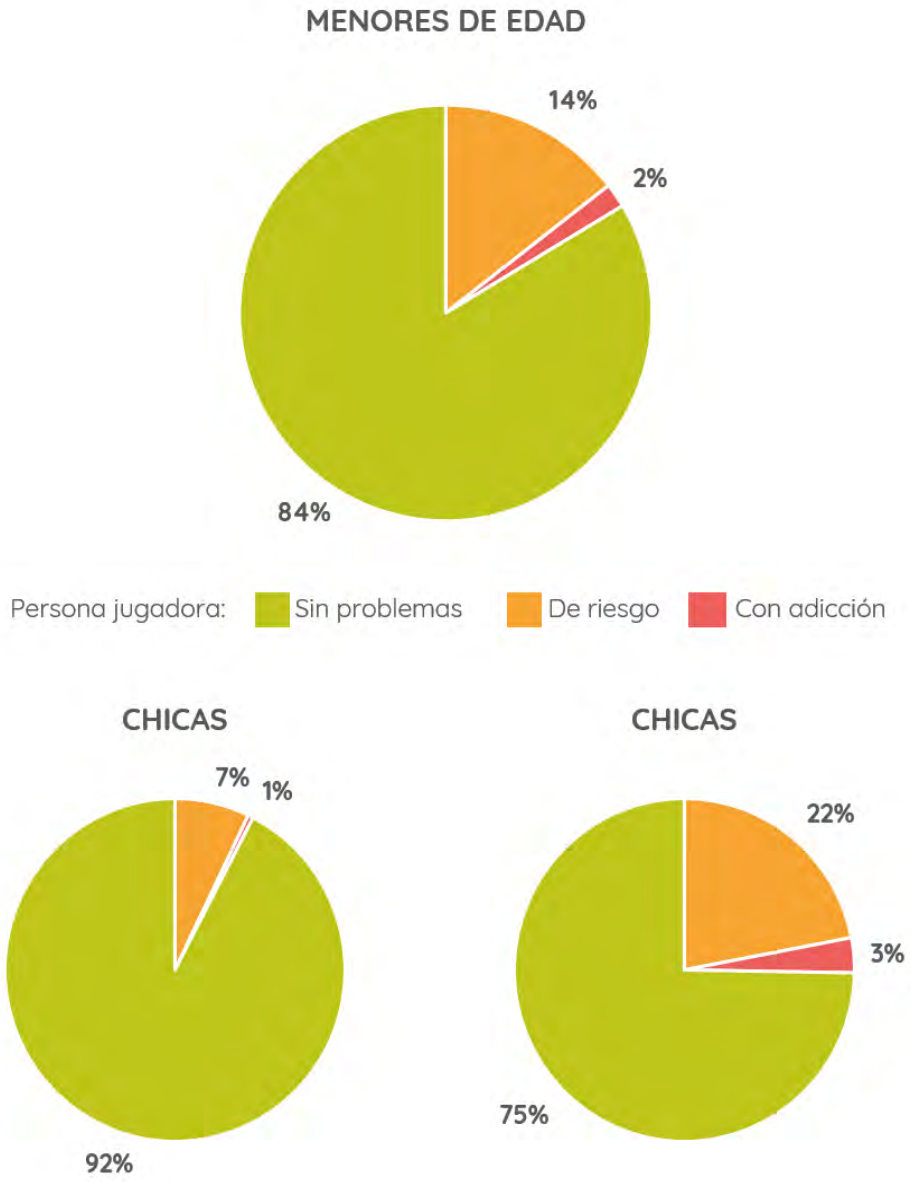


Figura 9. Adicción al juego y juego de riesgo en menores de edad. Diferencias en función del género

En lo que se refiere a las diferencias por género, los hombres muestran mayor tasa de prevalencia tanto de adicción al juego como de juego de riesgo. Las diferencias son estadísticamente significativas.

2 Encuesta realizada por la Dirección General de Ordenación de Juego en 2015 con 6.816 personas de 18-96 años, de las cuales 729 personas correspondían a la Comunidad Valenciana.

2.3. EL JUEGO EN JÓVENES MAYORES DE EDAD (18-30 AÑOS) DE LA COMUNITAT VALENCIANA

2.3.1. Juego y riesgo de adicción en jóvenes mayores de edad

Las personas jóvenes juegan principalmente a juegos privados

Como se ha visto en apartados anteriores de este mismo informe, las personas jóvenes juegan principalmente a juegos privados, tanto presenciales como telemáticos, que son los que teóricamente tienen mayor riesgo de provocar adicción, tanto por sus características estructurales como ambientales. Si tenemos en cuenta, además, que estos juegos se presentan de forma especialmente atractiva para las personas jóvenes –en muchos casos como si se tratara de una oferta de ocio- y de que la adolescencia –que neurológica y psicológicamente se alarga hasta los 25 años- es un periodo de especial vulnerabilidad para el desarrollo de trastornos adictivos, podemos suponer que la población juvenil es uno de los colectivos más expuestos al desarrollo de estos problemas.

El apartado siguiente tiene como objetivo determinar cuáles son los juegos de mayor riesgo para las personas jóvenes de la Comunitat Valenciana en lo que se refiere al desarrollo de la adicción.

El Estudio 2: "Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de la Comunitat Valenciana" forma parte de un estudio más amplio en el que se analiza esta actividad y patología en población española en base a oleadas anuales que se llevan a cabo ininterrumpidamente desde 2014 en la Unidad de Investigación: Juego y adicciones tecnológicas de la Universitat de València. No se trata propiamente de un estudio epidemiológico, si bien la cifra de participantes es lo suficientemente amplia como para dar una idea muy aproximada de la incidencia del problema en la población. No obstante, el objetivo principal no es ese, sino encontrar relaciones significativas entre variables psicosociales implicadas en la adicción al juego.

Participaron en esta encuesta 3.651 jóvenes de la Comunitat Valenciana, de los cuales 1.854 eran mujeres (51,9%) y 1.757 hombres (49,1%).

A todas las personas se les preguntaba sobre su participación en los diferentes juegos de azar mediante una encuesta online similar a la administrada a los menores de edad de la Encuesta 1. Además del patrón de juego se analizaron la adicción al juego y el juego de riesgo, motivación para el juego, lugares donde juegan o medidas de juego responsable.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.

Para el análisis de la relación entre los tipos de juego y los problemas de adicción, se seleccionaron las personas que jugaban con frecuencia a cada uno de los juegos, entendiendo por ello entre 1-3 veces al mes, o más. El número de personas que jugaba con frecuencia a cada uno de los juegos se representa en la Figura 10.

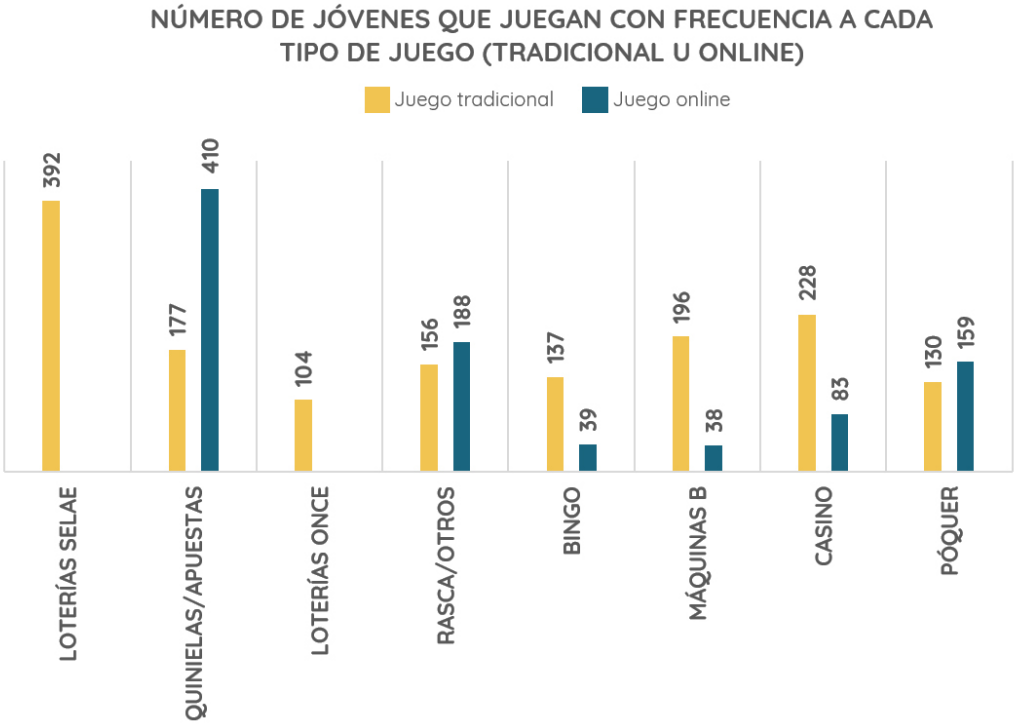


Figura 10. Tipos de juego en los que participan las personas jóvenes de la Encuesta: "Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de la Comunitat Valenciana"

FRECUENCIA DE JUEGO

El análisis consistió en determinar los problemas con el juego de cada uno de las personas jóvenes que participaban frecuentemente (1-3 veces al mes o más) en cada uno de los tipos de juego. Es decir, que no se trataba de una actividad esporádica. Se asume que cuanto más frecuentemente se juegue a los juegos de azar, mayor es la probabilidad de desarrollar problemas con el juego.

Los resultados se destacan en las figuras siguientes:

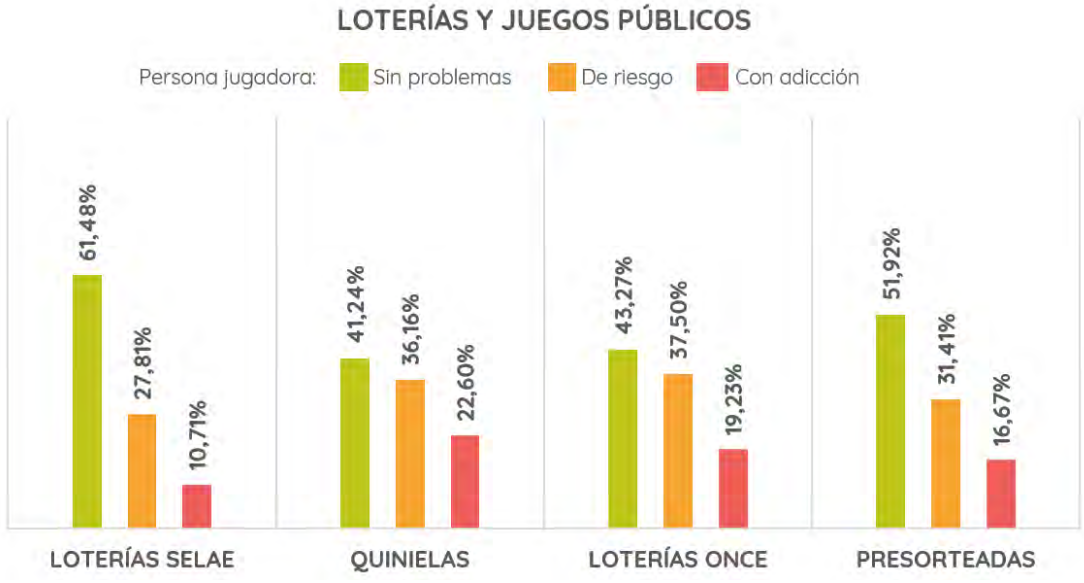


Figura 11. Juego de riesgo y adicción al juego en loterías y juegos públicos

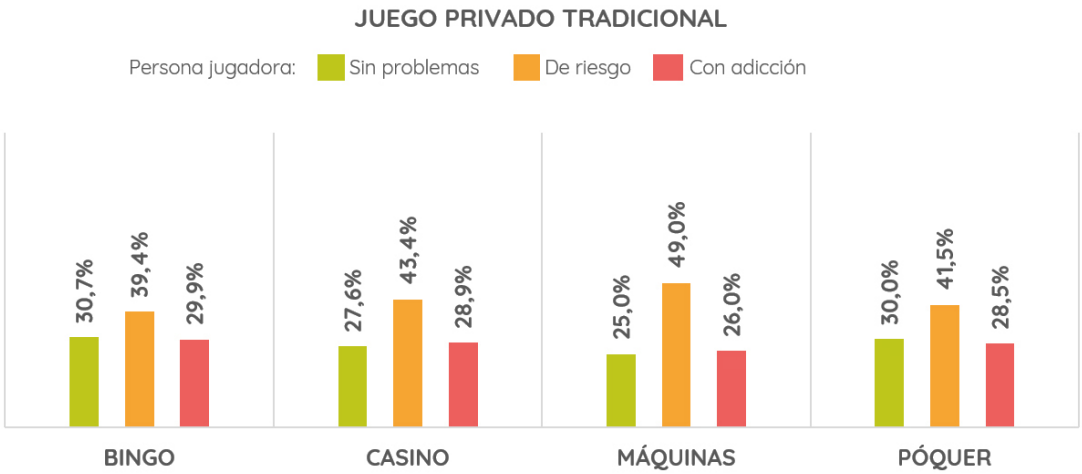


Figura 12. Juego de riesgo y adicción al juego en juegos privados tradicionales

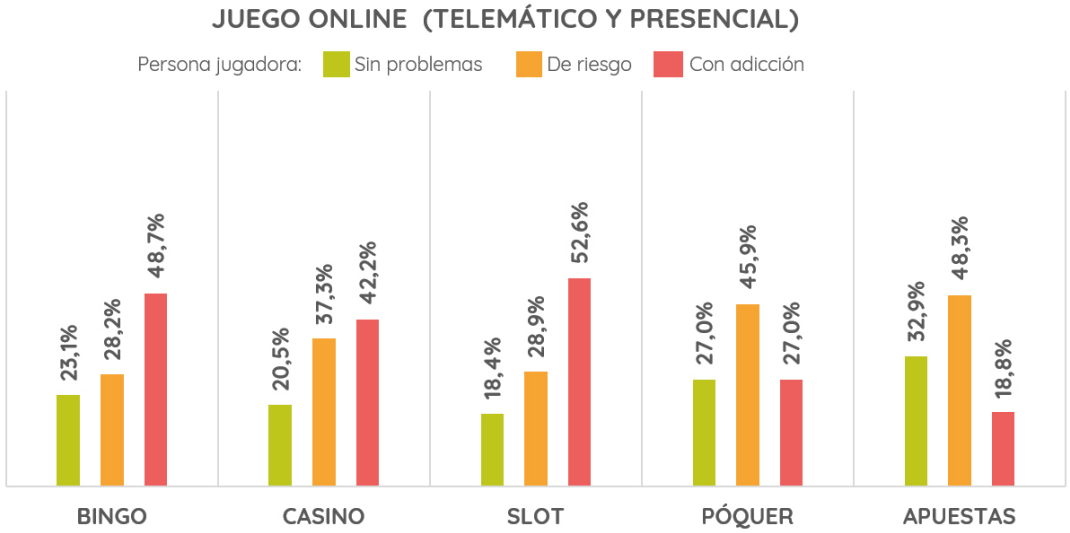


Figura 13. Juego de riesgo y adicción al juego en juego online (telemático y presencial)

Las principales conclusiones de este primer análisis son:

Los juegos públicos, especialmente las loterías de SELAE, son los juegos que están relacionadas con menos problemas de adicción, tanto en lo que se refiere a que la mayoría de los que juegan con frecuencia no desarrollan conductas de riesgo como por la menor prevalencia de trastornos adictivos.

TIPOLOGÍA DE JUGADORES

Los juegos privados (juegos de casino, bingo y slot), especialmente su versión online (tanto telemática como presencial) son los juegos que tienen mayor relación con el desarrollo de trastornos adictivos y juego de riesgo. Escasamente un 20% de las personas jugadoras de casino online y slot online puede decirse que no tienen problemas con el juego. Cabe destacar las slot online: más de la mitad de personas que apuestan a este tipo de juego con relativa frecuencia desarrollan adicción al juego.

Es relativamente habitual el que las personas jugadoras frecuentes apuesten en diferentes tipos de juego, aunque tengan preferencia por alguno de ellos en concreto. Para ver la relación en la frecuencia de uso de cada uno de los juegos en jóvenes que suelen jugar se llevaron a cabo análisis de correlación entre los diferentes juegos. Puesto que las variables son dicotómicas (jugar semanalmente, o no), el índice de correlación más apropiado es el Rho de Spearman.

Los resultados de las correlaciones entre los diferentes juegos fueron las siguientes:

TABLA 3. Correlaciones de Spearman entre los diferentes tipos de juego en la frecuencia semanal de juego

	LOTERÍAS	QUINIELAS	ONCE	RASCA	BINGO	TRAGAPERRAS	CASINO	PÓQUER	CARTAS	PÓQUER ONLINE	BINGO ONLINE	CASINO ONLINE	SLOT ONLINE	APUESTAS DEPORTIVAS	JUEGOS ONLINE
Loterías	1,000	,221	,208	,142	,100	,102	,098	,137	,062	,080	,154	,053	,125	,069	-,017
Quinielas		1,000	,159	,183	,145	,191	,117	,136	,070	,040	,145	,102	,139	,104	,025
ONCE			1,000	**,385**	,272	,256	,161	,238	,102	,062	,192	,138	,232	,064	-,003
Rasca				1,000	**,349**	,206	,122	,087	,133	,018	,126	,057	,121	,052	,008
Bingo					1,000	,188	,237	,166	,158	,037	,182	,132	,115	,044	,005
Tragaperras						1,000	**,321**	,201	,121	,061	,167	,170	**,296**	,144	-,004
Casino							1,000	,270	,116	,125	,162	,239	,221	,129	,027
Póquer								1,000	,218	,320	,209	,150	,160	,093	,020
Cartas									1,000	,128	,122	,083	,117	,022	,117
Póquer online										1,000	,172	,276	,136	,182	,046
Bingo online											1,000	,166	**,368**	,102	,062
Casino online												1,000	**,379**	,138	,038
Slot online													1,000	,135	,035
Apuestas deportivas														1,000	,020
Juegos online															1,000

Los resultados obtenidos en los análisis de correlación nos indican la existencia de varios tipos de perfiles de jugadores frecuentes (mensual o semanal), que tendrían asociados diferente grado de riesgo de adicción, en función del juego que frecuentan.

Los **diferentes perfiles** son los siguientes:

1. **Jugadores de riesgo bajo (>50% sin riesgo).**

   Se trata de jugadores principalmente de loterías de SELAE. Son personas que suelen comprar los sorteos especiales y los sorteos semanales de loterías (tanto activas como pasivas). Es el jugador más frecuente en población adulta y el que manifiesta una relación más baja con riesgo de adicción.

   Las loterías son el juego menos adictivo debido a sus características estructurales: dilación entre la apuesta y el premio, poca relevancia de los sesgos cognitivos en el mantenimiento de la adicción, nula posibilidad de rejuego, etc. Si bien tiene ciertas condiciones que pueden favorecer la conducta de abuso, tales como la publicidad, la mayoría de condiciones ambientales no favorecen la adicción (pocos sorteos, ausencia de estrategias de marketing para inducir al consumo excesivo, etc.).

   Se trata de los juegos con menor potencial adictivo, si bien es preciso destacar que no existe la ausencia de riesgo en el caso del juego. Y, de hecho, hay jugadores que pueden llegar a desarrollar un trastorno adictivo a causa de loterías.

2. **Jugadores de riesgo moderado (alrededor de 50% de jugadores están en riesgo)**

   Son jugadores de varios tipos de loterías, especialmente de las gestionadas por la ONCE. Manifiestan una relación más elevada que el grupo anterior y juegan a una mayor variedad de juegos, probablemente creyendo que por ese motivo se incrementa la probabilidad de que les toque algún premio. Suelen jugar también loterías presorteadas.

   La principal diferencia estructural entre las loterías de la SELAE y de la ONCE es que estas últimas tienen loterías presorteadas, cuyo resultado es inmediato, además de que muchas de ellas se adquieren a través de Internet.

   Las principales diferencias ambientales que hacen que los juegos de la ONCE sean más adictivos que los de SELAE es que tienen una oferta muy amplia de productos y las estrategias de publicidad apelan a sesgos, como por ejemplo el hecho de tratarse de una entidad sin ánimo de lucro en beneficio de las personas con diversidad funcional...

3. **Jugadores de alto riesgo (60%-70% de riesgo; >20% de adicción al juego)**

   Son juegos en los cuales es mucho más probable tener problemas con el juego que no tenerlos. Son los juegos de gestión privada legalizados en 1977 con el RD Ley 16/1977, si bien han visto un crecimiento bastante notable en los últimos años, al incrementarse el número de salones de juego en toda España, como una forma de competir con las nuevas modalidades de juego online.

   Los principales perfiles de juego son:

   - **Bingo.** No se encontraron correlaciones elevadas con otros tipos de juego en las personas que juegan con frecuencia al bingo (1-2 veces por semana, o más)
   - **Apuestas deportivas.** No encontramos correlaciones elevadas con otros tipos de juego, entendiendo que aquellos que apuestan frecuentemente tienen ese patrón característico de juego.

- **Jugador tradicional.** Se trata de jugadores de máquinas y juegos de casino. Los principales locales de juego son los bares y los salones de juego. Un grupo de ellos tiene una correlación elevada con slot online.

4. Jugadores de riesgo extremo (>80% de riesgo; >40% adicción al juego)

Son los juegos online (presenciales y telemáticos), especialmente slot online, juegos de casino y bingo online. Se trata de los juegos que tienen las características estructurales más adictivas, puesto que a todas las anteriores de los juegos tradicionales, se les une el que puedan jugar en intimidad (el jugador patológico es, en esencia, un jugador solitario), se favorezca el rejuego, se incremente la disponibilidad, puedan consumirse alcohol y sustancias psicótropas, no haya control del gasto, se favorezca todavía más los sesgos cognitivos, etcétera.

En lo que se refiere a las condiciones ambientales y las políticas de juego, son los que tienen unas condiciones más favorables, puesto que tienen una elevada disponibilidad (hay todo tipo de oferta de juegos) y accesibilidad (se puede jugar desde cualquier lugar y en cualquier momento). La publicidad del juego es incluso superior a la de las loterías. Cabe recordar que los juegos tradicionales, que son la versión offline del juego online no tienen autorizada la publicidad, mientras que el juego online lleva publicitándose antes incluso de ser legales. Respecto a las estrategias de marketing, cuyo objetivo principal es el consumo excesivo, tienen las más agresivas: bonos, tarjetas de fidelización, etcétera. Por todo ello, no es de extrañar que se trata de juegos de riesgo extremo de adicción.

2.4. JUEGO EN SALONES DE LA COMUNITAT VALENCIANA

2.4.1. Oferta de juego en salones

Los salones de juego representan una de las ofertas principales del juego en las Comunidades Autónomas, que son las que determinan la superficie mínima, número de juegos, dimensiones del espacio que se dedica a jugar, etc. Aunque existen desde la legalización del juego en 1977, la oferta ha aumentado significativamente desde la legalización del juego online (ver Figura: Locales de juego de la Comunitat Valenciana) como una forma de competir con las nuevas modalidades de juego y también para ofrecer estas nuevas modalidades de juego, especialmente con máquinas de apuestas, dispuestas en los denominados “corners”. Disponen de máquinas tipo B, pero de una gama mucho más amplia que las que están instaladas en hostelería, singularmente las máquinas de videobingo y multipuesto.

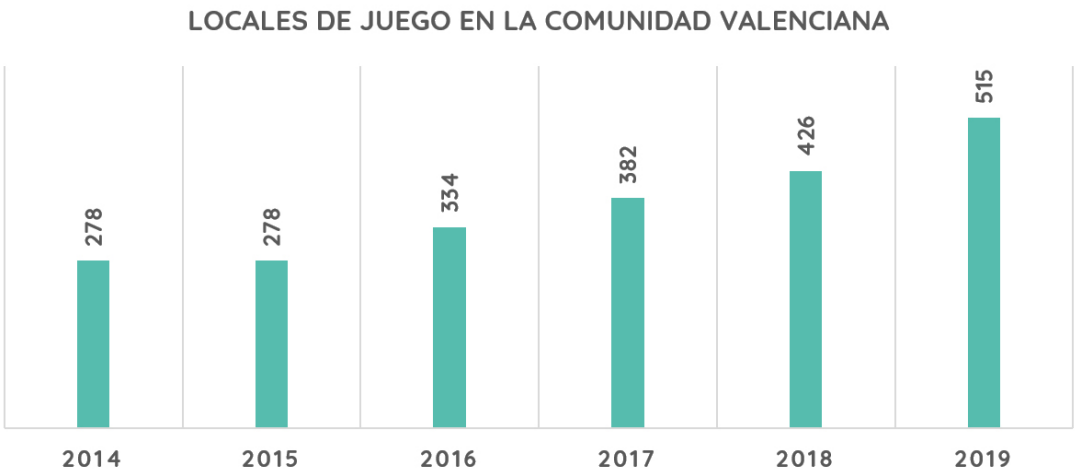


Figura 14. Crecimiento del número de locales de juego en la Comunitat Valenciana

En los salones se juega principalmente a

- 4.824 máquinas tipo B
- 1.787 máquinas de apuesta
- 350 máquinas de ruleta electrónica

La normativa de la Comunitat Valenciana establece que deben tener una dimensión mínima de 100 m2 en ciudades de menos de 120.000 habitantes y 130 m2 en las mayores. Deben tener un servicio de hostelería no superior a la cuarta parte de las dimensiones del local y un mínimo de 12 máquinas en las ciudades de más de 120.000 habitantes y 5 en las de menos de esa cantidad.

La Ley 1/2020 recientemente aprobada establece que no deben ubicarse a menos de 850 metros de centros educativos y de 500 metros de otro local de juego. También obliga a que se las personas se identifiquen a la entrada. Estas normas, no obstante, se aplicarán una vez que se extinga la licencia actual (en el caso de las distancias) y a los 6 meses de entrada en vigor de la Ley (es decir, el 15 de diciembre de 2021) en el caso de la identificación de las personas.

El juego de apuestas y de azar se ofrece por parte del sector como una actividad de ocio y entretenimiento cuando, en realidad, se trata de una actividad lucrativa para las empresas que lo gestionan, que provoca un problema de salud, que es la adicción al juego.

El siguiente estudio analiza la incidencia de adicción al juego y juego de riesgo en la juventud de la Comunitat Valenciana que dedica su tiempo y su dinero al juego en los salones sitos en la Comunidad.

ESTUDIO 3

ANÁLISIS DE LA ADICCIÓN AL JUEGO EN JUGADORES DE SALONES DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Procedimiento: entrevista personal (cara a cara) a jugadores a la salida del salón de juego después de haber apostado. La entrevista estuvo realizada por personal adiestrado en el manejo de entrevistas identificado como personal colaborador de la Universitat de València.

Se llevaron a cabo **tres oleadas de encuestas**: 2015, 2017 y 2020 a un total de **322 jóvenes entre 15 y 30 años,** en las que además de las principales características sociodemográficas, se preguntaba sobre la motivación por el juego, riesgos percibidos, estrategias utilizadas para prevenir el juego patológico, etc.

En lo que se refiere a la incidencia de la adicción al juego y al juego de riesgo, los resultados fueron los siguientes:

1. Problemas con el juego.

Como puede observarse en la figura siguiente, muchos de las personas jóvenes entrevistados, en proporción mucho mayor a la de la población general, fueron diagnosticadas como jugadores patológicos con las herramientas de evaluación utilizadas (NODS), llegando a 32,5% en la última de las encuestas realizadas, en 2020.

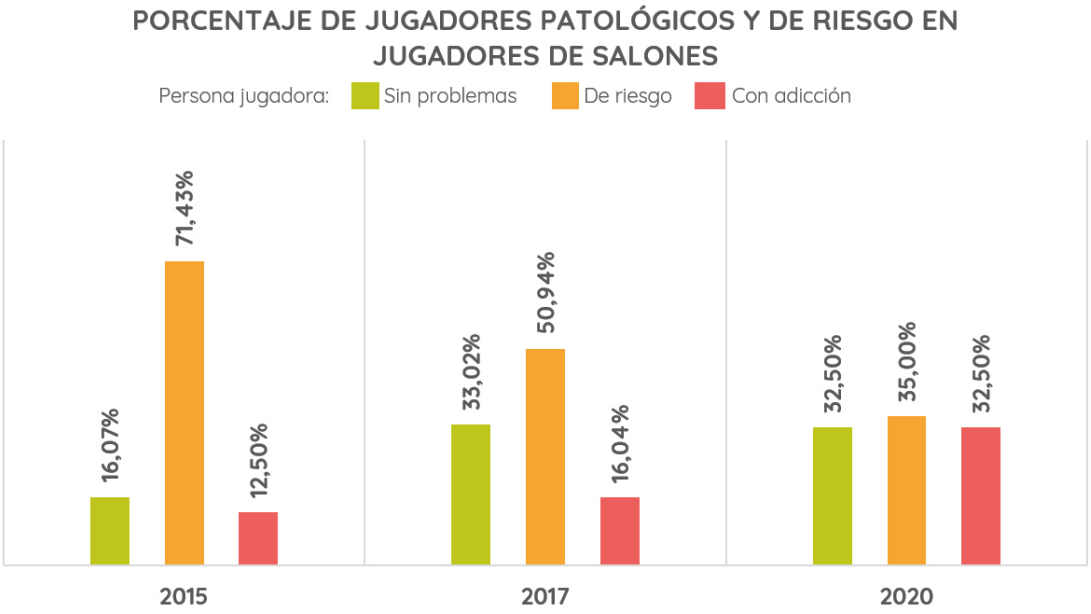


Figura 14. Crecimiento del número de locales de juego en la Comunitat Valenciana

Este incremento en la proporción de jugadores patológicos es estadísticamente significativo y notablemente más alto que el que ocurre en la población general en jóvenes de 15-30 años, que no supera el 2%. Es decir, la proporción de jugadores patológicos en los salones de juego es entre 15-20 veces superior.

También resulta significativo el hecho de que se da un incremento en la incidencia de juego patológico entre 2015 y 2020 a pesar de que se ha duplicado el número de salones, con lo cual parece que la cifra de jugadores patológicos se ha incrementado en los últimos años, y eso se debe principalmente al incremento en la oferta de salones de juego.

CONCLUSIÓN: El incremento en la cantidad de salones de juego en la Comunitat Valenciana ha estado relacionado con un aumento en el porcentaje de jugadores patológicos en los propios salones, lo cual ha podido tener un efecto multiplicador de la adicción al juego en la población juvenil.

DATOS

DATOS REFERIDOS A JÓVENES MENORES DE EDAD (14-17 AÑOS)

El porcentaje de varones que **han jugado alguna vez** asciende al 56,6%, mientras que en el caso de las mujeres el porcentaje se sitúa en torno al 41,7%. En cuanto quienes lo hacen **regularmente** (1-3 veces al mes, o más) también hay diferencias en función del género: un 28,9% de varones frente al 7,7% de las mujeres.

Las **diferencias en función del género** son especialmente importantes **en el juego online**: un 46,6% de menores varones ha jugado alguna vez a estos juegos mientras que la participación de las menores es del 13,6%

Los **juegos tradicionales más frecuentes** a los que se dedican las personas menores son los juegos de casino (7,71%), las tragaperras (5,97%), la Quiniela (5,19%) y las loterías presorteadas (5,09%), mientras que los **juegos online más frecuentes** en el ocio de las personas menores son las apuestas deportivas (22%), póquer online (3,67%), casino online (3,29%) y otras apuestas online (1,15%).

La inmensa mayoría de personas menores de edad que apuestan lo hacen en bares, tanto las que han apostado alguna vez (72,1%) como quienes lo hacen frecuentemente (83,9%), seguido de los salones de juego y el móvil, aunque a mucha distancia.

La **prevalencia de juego de riesgo** en menores de edad de la Comunitat Valenciana, es decir, quienes ya presentan hasta tres criterios diagnósticos para el trastorno de juego, es de 14,5%. Las diferencias entre los hombres (22%) y las mujeres (7,1%) son estadísticamente significativas.

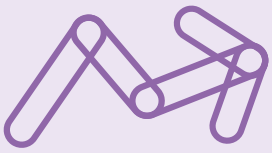
La **prevalencia de adicción al juego** en menores de edad de la Comunitat Valenciana es del 1,9% frente al 0,4% para personas mayores de edad, adultas y mayores de la Comunitat Valenciana, según la encuesta realizada por la DGOJ en 2015 sobre población general. Las diferencias entre hombres (3,3%) y mujeres (0,5%) es estadísticamente significativa.

DATOS REFERIDOS A JÓVENES ENTRE 18 Y 30 AÑOS

El porcentaje de jóvenes que **juegan regularmente** (1-3 veces al mes, o más) y tienen problemas con el juego depende de a qué juegos lo hagan:

- Quienes juegan regularmente **a loterías y juegos públicos** muestran las menores tasas de adicción, aunque estas son muy importantes: loterías de SELAE (10,71%); loterías presorteadas de la ONCE (16,67%); loterías de la ONCE (19,23%) quinielas (22,6%).
- El porcentaje de personas con problemas de adicción es mayor en quienes juegan regularmente **a juegos privados**, tales como el bingo (29,9%), juegos de casino (28,9%), póquer (28,5%) y tragaperras (26%).
- Las mayores tasas de adicción juvenil entre jugadores regulares se encuentra en el **juego online,** tanto presencial como telemático: slot online (52,6%), bingo online (48,7%), juegos de casino online (42,2%), póquer online (27%) y apuestas deportivas (19%).

La **proporción actual de jugadores patológicos en salones de juego** es entre 15-20 veces superior a la de la población general. Se trata de un dato muy relevante, puesto que también han aumentado significativamente el número de salones entre 2015 y 2020. Solamente un tercio de las personas encuestadas a la salida de los salones no tenía problemas con el juego (adicción o juego de riesgo).



TENDENCIA

Desde la legalización del juego online ha habido un incremento en el número de salones, máquinas de apuestas y oferta de juego online telemático, que se ha correspondido con un incremento en el número de jóvenes con problemas de adicción al juego.

El **inicio en los juegos más adictivos** en menores de la Comunitat Valenciana es en los bares (máquinas tragaperras y de apuestas, principalmente). Posteriormente acceden a salones de juego y juegos telemáticos.

La situación actual es especialmente preocupante, ya que se ha demostrado empíricamente que cuanto antes se inicia una persona en el juego, peor es su pronóstico y más difícil es su tratamiento.

Es necesario, por lo tanto una apropiada regulación de la publicidad y la prohibición de bonos y otras estrategias de marketing que inducen al juego excesivo para evitar que sigan incrementándose los problemas de juego (riesgo y adicción) en jóvenes.

A estas peculiaridades se une el hecho de que, en muchos casos, los tratamientos de adicción al juego se llevan a cabo en unidades de conductas adictivas o de salud mental que no solamente no se encuentran preparadas para abordar esta problemática, que difiere muy notablemente de la clásica ludopatía en adultos u otras drogodependencias, sino que no resultan atractivas para jóvenes con adicción al juego online. Y mucho menos se reconocen con el perfil psicológico de las personas que acuden a asociaciones de autoayuda.

Es necesario, por lo tanto, **dotar a los recursos sociosanitarios públicos de herramientas y formación específica** de los profesionales para intervenir apropiadamente en la adicción en jóvenes.

CONCLUSIONES

01 Jugar (apostando) es una actividad adictiva, ya que activa los mismos circuitos cerebrales de recompensa que las drogas. Su uso excesivo provoca una alteración psicológica denominada: **trastorno de juego**.

02 El trastorno de juego tiene una **sintomatología** similar a la de cualquier otra adicción: tolerancia, síndrome de abstinencia, dificultad en controlar la conducta, problemas familiares y sociales, etc.

03 No todos los juegos tienen la misma **potencialidad adictiva**, siendo los más adictivos los juegos electrónicos (máquinas tragaperras), juegos de casino, bingo y juego online (tanto presencial como telemático). Es decir, los juegos privados.

04 En lo que se refiere a **menores de edad**:

- Las apuestas deportivas son el juego en el que apuestan con más frecuencia quienes juegan regularmente (1-3 veces al mes, o más)
- El inicio suele ser en bares y posteriormente (una vez que adquieren la mayoría de edad) acceden a salones y a juegos telemáticos, que son los más adictivos (slot online, casino online, etc.)
- En todos los casos, tanto en frecuencia de juego, como en problemas asociados (juego de riesgo y adicción), los varones tienen más problemas con el juego que las mujeres.

05 En lo que se refiere a **jóvenes entre 18 y 30 años**:

- Los juegos más relacionados con la adicción son los juegos telemáticos, seguidos de los juegos privados tradicionales y de las apuestas. Los que menos relación tienen con la adicción son las loterías de SELAE.
- Se han encontrado diferentes perfiles de jugadores que apuestan a varios juegos y que están relacionados con los problemas de juego. De menor a mayor problemas de juego son:
  - **Jugadores de riesgo bajo:** loterías de SELAE
  - **Jugadores de riesgo moderado:** loterías de la ONCE y presorteadas
  - **Jugadores de alto riesgo:** bingo, apuestas deportivas y jugadores de máquinas y juegos de casino (en salas o bares)
  - **Jugadores de riesgo extremo:** juegos online (presenciales y telemáticos), especialmente slot online, juegos de casino y de bingo online. Solamente el 20% de las personas jugadoras de slot y casino online no tienen problemas con el juego. Más de la mitad de personas que apuestan con relativa frecuencia a slot online desarrollan adicción al juego

06 Hay una relación positiva entre el incremento en el número de salones y el porcentaje de jugadores patológicos que acuden a dichos centros, lo cual hace pensar que ha habido un **incremento de este trastorno** en la población juvenil.

07 Los **juegos más frecuentes**, en los que participa la mayor parte de la población (tanto en población general como en menores de edad) son las loterías y quinielas, que son los juegos menos adictivos

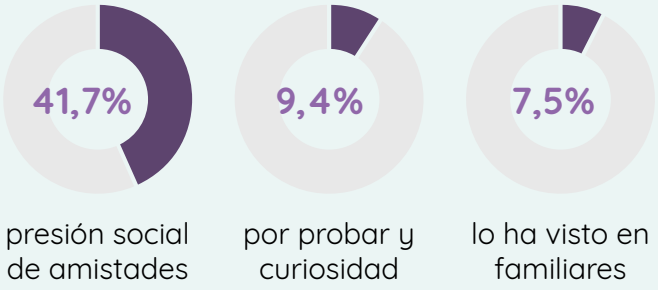
08 El porcentaje de **personas que juegan con frecuencia** lo hacen principalmente a los juegos más adictivos. Es decir, un pequeño grupo de personas son las que dedican más cantidad de dinero (y pierden) a los juegos que tienen mayor riesgo. Probablemente, además, estas personas tienen más problemas de adicción.

SECCIÓN

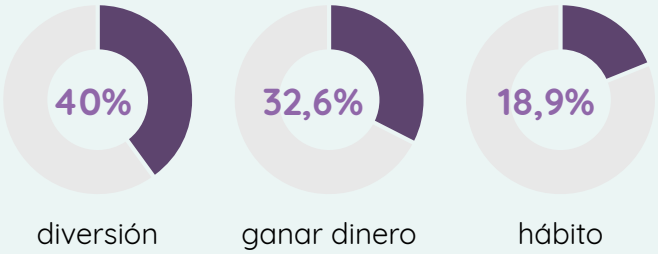
03

LA MOTIVACIÓN PARA JUGAR

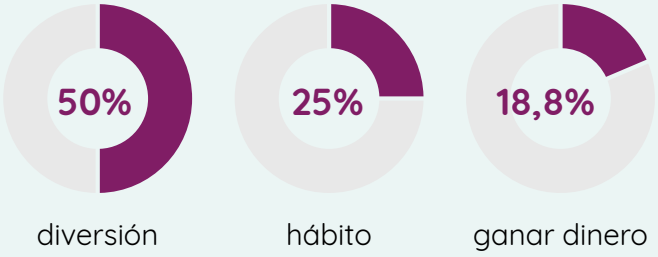
Los **motivos de inicio del juego** revelan que, principalmente se trata de aspectos sociales y de ocio:



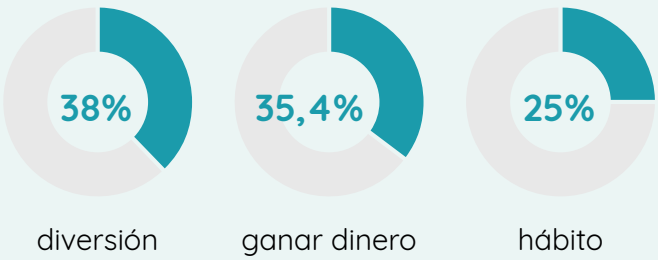
Una vez iniciado el juego, las **motivaciones para seguir jugando**:



Mujeres



Hombres



3.1. JUEGO LÚDICO Y DE APUESTAS

Cuando se habla de juego lúdico se hace referencia a una actividad que favorece comportamientos interpersonales y permite la socialización.Sus **principales funciones** son el aprendizaje de conductas adaptativas, el establecimiento de contactos sociales y la creación de redes, lo cual es especialmente necesario en la infancia y durante el proceso de maduración, en la medida que supone un entrenamiento de las habilidades y recursos necesarios durante la vida adulta. De esta manera, el juego lúdico supone una vía de aprendizaje, de socialización y también de diversión, que las personas han utilizado desde el principio de la Humanidad. En la medida en que se trata de una actividad que simula la realidad, el juego está sometido a reglas que definen las pautas de acción y el entorno espaciotemporal del mismo, es decir, su inicio, desarrollo y finalización. Las habilidades adquiridas son uno de los componentes característicos del juego, así como el placer que este provoca en el jugador.

El juego de azar, no obstante, carece de estos dos últimos elementos significativos del juego lúdico: a) ni las habilidades determinan el resultado, puesto que la aparición del evento escapa del control del jugador; b) ni se trata de una actividad en la que se encuentre placer por sí misma, ya que es el dinero el principal incentivo. Así pues, cuando aparecen ambos componentes: azar y dinero, la motivación por el juego se ve alterada de forma muy prominente.

Esto no tendría mayor problema, si no fuera por el hecho de que el jugar (apostando) es una actividad potencialmente adictiva, es decir, que cada vez se necesita realizar con más frecuencia e intensidad, hasta el punto de llegar a tener una relación de dependencia del juego, que es lo que consiste la adicción. Finalmente, se pierde el control y el jugador es incapaz de dejar de apostar o de hacerlo de una forma mesurada, deviniendo en una patología mental, que eso es lo que significa el trastorno de juego.

El **desarrollo de la adicción** es especialmente relevante en edades tempranas –durante la adolescencia-, ya que todavía no están completamente desarrolladas las estructuras cerebrales responsables de la planificación y el control del comportamiento, lo cual es singularmente relevante en las conductas adictivas, como es el caso del juego.

Muchas veces, **el inicio del juego de azar** supone para la persona joven un paso al anhelado mundo adulto y una muestra de independencia de los padres y de contacto entre los iguales, lo cual cobra una especial relevancia en esta etapa del desarrollo. A ello se une el hecho de que vivimos en un contexto de ocio y consumo característico de un modelo consumista-emocional-individualista, en el que dominan las condiciones materiales (económicas) junto a la presión social que condiciona el ideal de libertad posible para el ejercicio del ocio.

La **irrupción de las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC) en la vida cotidiana** ha supuesto tanto el desarrollo tecnológico como la globalización de mercados, lo cual ha afectado a las modas y ha generado una enorme oferta accesible de nuevas modalidades de juego de azar online dirigidas hacia un público más amplio que los juegos tradicionales. La oferta de juego ha crecido de forma exponencial y el acceso ya no depende del poder adquisitivo de cada uno y la situación económica familiar. Todo el mundo es un potencial consumidor y el mercado se

ha adaptado para captar a cualquier persona, con independencia de su condición económica o social. Bonos y promociones son un reclamo para las personas jóvenes para comenzar a jugar (y continuar haciéndolo), con independencia de su nivel académico o profesional.

A esto se une el hecho de que el ocio en la juventud depende del consumo de bienes y productos. También se ha convertido en una actividad importante para configurar su estatus social y las relaciones con sus iguales. El sentido del individualismo y el consumismo en la juventud, donde las nuevas tecnologías son omnipresentes, pueden traer consigo el debilitamiento de las relaciones interpersonales (como las asociaciones vecinales), el alejamiento de las principales instituciones y la escasa participación de las personas jóvenes en asociaciones u otro tipo de actividades sociales. La sociedad actual construye al ciudadano como consumidor y lo convierte en un elemento más del mercado a quien dirigir la publicidad. En este caso, del juego. Quizá el ejemplo más paradigmático sea lo que se puede denominar "nueva cultura del deporte", que lleva consigo la naturalización de la apuesta como una nueva forma de ocio compartido con los iguales cuya principal motivación no es tanto el disfrute con el deporte, sino el ganar dinero con las apuestas.

En definitiva, las nuevas modalidades de juegos de apuesta transforman la esencia del juego lúdico, transformándolo en un producto comercial e inciden en la juventud como principal consumidor.

Las nuevas modalidades de juegos de apuesta transforman la esencia del juego lúdico.

Así pues, aunque la edad sea uno de los principales **factores de vulnerabilidad** para desarrollar adicciones, en general, y trastorno del juego, en particular, no es posible dejar de tener en cuenta los factores ambientales, sociales, culturales o incluso políticos para entender el fenómeno de la irrupción de la adicción al juego en la juventud.

Pero **la motivación** es un proceso cambiante. No es lo mismo el interés que una persona puede tener para iniciarse en el juego, que puede ser curiosidad, exploración, necesidad de satisfacer las demandas de los demás, etc. que la que tiene una persona que juega habitualmente y ya ha experimentado la relación entre jugar y ganar o perder dinero; o para quienes han desarrollado un trastorno mental a causa del juego. Para esas personas, el juego se ha convertido en el eje central de su vida.

Todo ello justifica el que se estudie con detenimiento la motivación para jugar y que se distinga entre aquellos factores que inciden en la primera toma de contacto (la motivación inicial para iniciarse en el juego) de las motivaciones que mantienen este comportamiento, una vez que la persona ya se ha iniciado y se ha visto afectada por la dependencia que provoca el juego. Los motivos que mantienen el juego deben ser diferentes de los que están implicados al principio, cuando se comienza con esta actividad. En el caso de que, además, se tengan problemas con el juego, las motivaciones deberán ser distintas.

Pero el juego excesivo también es la principal causa de la adicción. El trastorno por juegos de apuesta es comparable a la dependencia de las drogas y así aparece en el DSM-5, el manual de la Asociación Norteamericana de Psiquiatría. En el caso del juego, la sustancia que se consume es el dinero, pero lo paradójico es que la motivación ni siquiera es para ganar dinero, sino para continuar jugando.

Por todo lo expuesto, es muy necesario el estudio de las motivaciones iniciales de juego en jóvenes y las motivaciones que lo mantienen. Una vez se ha entrado en el círculo de la adicción, eso condiciona no solo la conducta de juego en la vida adulta, sino la vida misma.

3.2. PRINCIPALES MOTIVOS PARA JUGAR

La motivación es un constructo hipótetico que intenta dar cuenta del porqué de la conducta, es decir, qué es lo que hace que las personas –en este caso, las personas jóvenes- se inicien en una actividad y qué es lo que determina que se mantengan en ella. Aunque la motivación es algo personal, esto no quiere decir que no influyan muchos factores externos. Más bien al contrario, los inicios de una conducta suelen ser movidos (motivare, que es el término del que deriva etimológicamente la palabra motivación, quiere decir "mover a la acción") por agentes externos a la persona. En nuestro caso, la motivación inicial para jugar suele estar relacionada con aquello que incentiva el juego (ganar dinero, presión social, entretenimiento, etc.) mientras que, posteriormente, son las consecuencias del propio juego en el jugador las que harán que la persona siga jugando a pesar de las pérdidas.

Para abordar el tema de la motivación esta cuestión se llevaron a cabo varios estudios con diferente metodología: cuantitativa y cualitativa, tanto de forma presencial como online. Los resultados expuestos proceden de los siguientes estudios:

- **Estudio 2: Encuesta "Jóvenes"**. Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes
- **Estudio 4: Entrevista "Jugador@s"** Entrevistas personales a jóvenes que participan en los juegos de apuestas

3.2.1. Motivación de inicio

FACTORES DE PRIMER ORDEN

En las entrevistas realizadas a jugadores se les preguntaba de forma abierta por qué comenzaron a jugar (motivación de inicio). La persona podía expresarse libremente y después se analizaban todas las respuestas, estudiando la literalidad de las frases y codificándolas en categorías amplias que reflejaran el contenido de lo que comentaron. Las entrevistas eran grabadas y transcritas textualmente en un procesador de textos y posteriormente se volcaba en una hoja de cálculo para depurar las respuestas.

Algunas de las respuestas que relataron las personas jóvenes relacionadas con el **principal motivo inicial de juego** fueron las siguientes:

- *"Los amigos y las amigas de mi padre le echaban alguna vez un euro y comencé de vez en cuando con los amigos y las amigas en el bar a ver si nos salía algo"*
- *"Por la independencia de poder hacer algo que me recordaba a mi familia"*
- *"Por unas amigas en un viaje de fin de curso"*
- *"Porque jugaban mis amigos y vi que podía ganar dinero también"*
- *"Siempre había visto gente apostando y pensé en jugar"*
- *"Comencé con los amigos y las amigas semanalmente"*

- *"Me llamaba la atención y los amigos y las amigas me influenciaron"*
- *"Porque mis amigos jugaban todos los fines de semana"*
- *"Por mis amigos y compañeros de clase"*
- *"Amigos y familiares lo hacían y se juntaron para apostar mucho dinero, la primera vez no funcionó, pero la segunda si y recuperaron la inversión"*
- *"Porque me lo enseñó un amigo en una cena de clase"*
- *"Algunos de mis amigos apostaban y comencé a hacerlo con ellos"*
- *"Un amigo me dijo que había ganado dinero, lo vi fácil y probé"*
- *"Por la presión social de los amigos y las amigas"*
- *"Porque lo hacían todos"*
- *"Desde pequeño me gustaba jugar a las cartas con mis tías y siempre quise hacerlo con dinero"*
- *"Porque era la primera vez que podía jugar con mis padres a la lotería de navidad"*
- *"Porque jugaba con mi padre a ver quién acertaba más"*
- *"Me lo propuso mi novio y me pareció divertido"*
- *"Por mi expareja"*

Otro de los motivos relevantes fue el conseguir ganar dinero, que es una de las principales variables que diferencia los juegos de apuesta de los juegos lúdicos y que parece que es especialmente relevante en el inicio de la conducta. Para ser más precisos, la motivación consistiría no tanto en obtener dinero, sino en conseguir más de lo que se arriesga. Y en esa diferencia de valor estriba también el potencial adictivo de los juegos de apuesta. El mismo tipo de juego tendrá más potencial adictivo cuanto mayor sea la diferencia entre la cantidad arriesgada y el valor del premio, siempre que no sea tan improbable que no movilice (motive) la conducta.

De esta manera, **la siguiente motivación para iniciarse en el juego** es la recompensa monetaria obtenida a través de la apuesta como muestran las respuestas de los entrevistados:

- *"Para conseguir dinero"*
- *"Porque es una forma rápida y fácil de ganar dinero"*
- *"Para obtener dinero fácil"*
- *"Por la emoción de querer ganar dinero"*
- *"Por intentar ganar algo mientras veía el partido"*

Además de los motivos señalados anteriormente, el reto intelectual supone una fuerte motivación para iniciarse por primera vez y comprobar si el diseño de la estrategia de juego o la apuesta que tiene la persona joven resultan eficaces para obtener el premio. Para ello, pone a prueba sus habilidades y estrategias para planificar la mejor jugada y obtener los mayores beneficios económicos. El problema de esta motivación es que el jugador cree erróneamente que tiene habilidades y recursos por encima de las otras personas jugadoras o del propio casino que le harán ganar: es lo que se conoce como sesgo del experto. Lo que no tienen en cuenta es que el juego está organizado para obtener beneficios a costa de lo que las personas jugadoras pierden

-por más expertos que estos se crean- y las empresas establecen las reglas de los juegos para que a la larga sean ellos quienes ganan, y no las personas jugadoras. La consecuencia del sesgo del experto, que es un error cognitivo basado en la creencia de la pericia- es que el jugador asume riesgos y con ello aparecen las inevitables pérdidas.

Algunas de las **motivaciones basadas en el reto intelectual** son las siguientes:

- ***"Me gustaba el fútbol y quise comprobar si mis apuestas resultaban"***
- ***"Porque sé de fútbol"***
- ***"Porque me gusta el fútbol y quise probar y ver si tocaba algo"***
- ***"Es un pique entre amigos, si sigues los equipos y la liga puedes predecir mejor y si aciertas demuestras que sabes de fútbol"***

El **motivo de la disponibilidad** es una de las principales variables ambientales que inducen al juego excesivo que puede derivar en la adicción. De hecho, España es uno de los países con mayor oferta de juegos: cualquier juego presencial tiene su modalidad online y en las últimas décadas están apareciendo muchos juegos nuevos y exclusivos de Internet: máquinas de apuestas en bares y cualquiera de estos juegos a los que se accede desde el ordenador, tablet o el propio smartphone. Esto hace que sea posible apostar desde cualquier lugar y en cualquier momento ya que el juego online está disponible 24/7 y si no hay liga de fútbol española, se puede apostar a la china e incluso a la lotería italiana. El mercado disponible es muy amplio. Algunas de las respuestas que confirman que esta variable incide en la motivación inicial de juego son:

- ***"Mis amigos y yo lo vimos y decidimos probar"***
- ***"Justo al lado del piso que compartía con un compañero de la universidad había un casino y entramos a jugar y ganamos 30 €"***
- ***"Trabajaba en la obra y en los ratos que no había nada que hacer entraba en los bares y un día probé"***
- ***"Mis amigos y yo estábamos en el bar y echamos a la máquina"***
- ***"Vas con los amigos y las amigas y te encuentras un señor que vende rascas y decides jugar"***

La publicidad también pretende motivar al juego inicial, para favorecer el consumo y lo hace a través de varias estrategias, como por ejemplo la confianza en la marca o el sesgo del experto, que son dos de los principales heurísticos responsables de conductas de riesgo y el mantenimiento de la adicción. El mecanismo de acción se lleva a cabo a través de una vía doble: por una parte, la publicidad influye en las creencias sobre el juego y favorece las intenciones de apostar y, por otro, los consumidores también crean los significados que atribuyen al juego. De esta manera, a través de la publicidad, se crean identidades sociales, tanto individuales como grupales, que normalizan las apuestas y eliminan cualquier atisbo de connotación negativa que sí que tienen para las personas jóvenes, por ejemplo, las máquinas tragaperras de los bares, que es un juego tradicional dirigido especialmente a adultos de mediana edad y con el que no se identifican completamente las personas jóvenes.

Eso es lo contrario de lo ocurre con las máquinas de apuestas.

Algunos de los **motivos de inicio que tienen que ver con la publicidad** y que aparecieron en las entrevistas fueron los siguientes:

- *"Por la publicidad y la posibilidad de tener un golpe de suerte"*
- *"Vi un anuncio y prometía grandes cosas como premios elevados, lo probé y me enganché"*
- *"Por la publicidad, que muestra gente ganadora para que juegues"*
- *"Por la publicidad que hace creer que apostar es un deporte"*
- *"Porque la publicidad ofrecía las mejores cuotas y prometía ganancias seguras"*
- *"Por la emoción que transmite al ganar y hacerte rico fácil y rápido"*
- *"Por el mensaje que transmite la publicidad sobre la posibilidad de dedicarte a ello profesionalmente"*

La publicidad ha conseguido no solo eliminar el estigma o la mala imagen que tenía el juego décadas atrás, sino normalizar un estilo de ocio que en modo alguno es saludable. Las apuestas se asocian a símbolos de valor cultural, promoviendo la actividad del juego de azar como ocio natural y agradable entre el público juvenil. Mediante la asociación del marketing de las apuestas deportivas con los equipos ha proliferado la comercialización de diferentes juegos, productos y servicios de apuestas durante los eventos deportivos.

El resultado de ello ha sido la aceptación social de las apuestas. Se ha convertido en una actividad de moda y novedosa envuelta en glamour, emoción y la exageración de los beneficios sociales de éxito asociado al juego. En este sentido resulta paradigmático la asociación entre diversión viendo el fútbol y realización de apuestas, presentando esta actividad como un elemento de facilitación de la cohesión grupal y las oportunidades sociales. Las personas jóvenes se instalan en la moda imperante del juego bajo el mensaje erróneo de que aquello que se hace social y públicamente no puede ser dañino. Así, se separan de las personas jugadoras de tragaperras para colocar –falsamente- a las apuestas deportivas como algo positivo, lo cual se refleja continuamente en la publicidad del juego a través de múltiples canales.

Las apuestas deportivas suponen la puerta de entrada al juego de muchas personas jóvenes que posteriormente pasan a apostar al resto de modalidades disponibles en las salas de juego.

Algunas de las respuestas relacionadas con el motivo de **moda y novedad** son:

- *"Estaba de moda y queríamos probar y era factible con el poco dinero que teníamos"*
- *"Jugué porque era la moda de la edad y la novedad"*
- *"Por la moda de jugar con amigos"*
- *"Por moda, todo el mundo hablaba de ello"*
- *"Por moda, está en todas partes"*

En la línea de la moda y la novedad, los resultados se agrupan en otro factor motivacional para iniciarse en el juego que tiene que ver con la que se podría denominar una **nueva cultura del deporte**, que se transmite a las personas jóvenes y que indica que es fundamental apostar mientras se ve deporte o si se practica.

Algunas de las frases más características de esta motivación para el juego obtenidas de las entrevistas fueron las siguientes:

- *"Me gusta mucho el deporte y va de la mano, así que cuando cumplí 18 años me abrí una cuenta para apostar. Lo hubiera hecho antes si hubiera podido"*
- *"Porque me gusta ver el fútbol"*
- *"Porque vives con más emoción el partido y estás más pendiente mientras ves el fútbol"*
- *"Da más emoción al partido: es como estar jugando un partido paralelo contra ti mismo"*
- *"Si apuestas a tu equipo y encima ganas es una alegría"*
- *"Vives el deporte más intensamente"*

Otros determinantes motivacionales que el jugador conoce o cree que constituyen la razón fundamental por la que se inició en el juego son la **curiosidad y el afán de probar**, las cuales están relacionadas con la búsqueda de sensaciones nuevas para divertirse. Esto es especialmente significativo durante la juventud y adolescencia, que son etapas evolutivas donde el ocio juega un papel central.

Algunas de las frases más características que respondieron abiertamente los encuestados fueron:

- *"Por probar, por diversión"*
- *"Por ocio y diversión"*
- *"Por ocio y pasar el rato con amigos"*
- *"Por curiosidad"*
- *"Por probar lo que era, me llamaba la atención"*
- *"Porque era una forma de divertirse y pasarlo bien"*
- *"Me llamaba la atención, quise probar y ver si tocaba algo"*
- *"Por probar suerte"*
- *"Por entretenerme"*
- *"Por probar un entretenimiento nuevo"*

Experimentar la emoción de ganar es otro de los determinantes motivacionales que dirigen la conducta de juego por primera vez ya que no deja de ser una experiencia de riesgo que genera activación, y más si lo que se espera es ganar como muestran los resultados:

- *"Por la ilusión de ganar"*
- *"Por la emoción en intriga de poder obtener un premio"*
- *"Por poder ganar dinero: lo hace más atractivo y emocionante"*

Por último, el motivo de la **exposición laboral** ha sido una razón manifestada por una de las participantes del estudio que requiere atención. La exposición continuada de juego supone un factor de riesgo para personas vulnerables en las que la falta de control de los mecanismos inhibitorios se vuelve cada vez más acuciante. Aunque este motivo solamente apareció en uno de los participantes, consideramos muy relevante el señalarlo, dado que el colectivo profesional de los trabajadores relacionados con el juego (personal de sala en locales de juego, vendedores de boletos, croupiers, etc.) está expuesto al juego y observa las consecuencias que este tiene.

» ***"Comencé a trabajar allí y me gustó mucho"***

Después de analizar todos los motivos expresados para iniciarse en el juego se procedió a agruparlos **por categorías**, en función del contenido al que se referían y según la frecuencia con la que aparecieron.

Los principales motivos para iniciarse fueron los siguientes:

1. **Aprendizaje vicario o modelado**
2. **Influencia social/amistades**
3. **Para conseguir dinero**
4. **Comprobar si las apuestas resultaban**
5. **Jugar gratis**
6. **Disponibilidad del juego**
7. **Publicidad**
8. **Moda y Novedad**
9. **Bonos promocionales**
10. **Nueva cultura deporte**
11. **Probar/curiosidad**
12. **Casualidad**
13. **Ocio/diversión**
14. **Por la emoción de ganar**
15. **Exposición laboral**
16. **Por mi expareja/pareja**
17. **Por la martingala**
18. **Por tradición navideña**
19. **Accesibilidad**

Figura 16. Motivación de las personas jóvenes para empezar a jugar

Los resultados de los datos de los motivos por los cuales se inicia el juego revelan que principalmente se trata de **aspectos sociales y de ocio**, relacionados con una actitud favorable hacia el juego, que es visto como una forma de entretenimiento y diversión. Son factores con más relevancia que los de ganar dinero, que quedan en un segundo lugar y bastante alejados. De esta manera, el juego de azar entre iguales y familiares es crucial en el inicio de la participación en el juego de las personas jóvenes y está fuertemente influenciado por el **aprendizaje vicario de factores sociales**. Las actitudes hacia el juego de los miembros de la familia inmediata y los compañeros exponen a las personas jóvenes al juego y les proporcionan las primeras influencias para jugar, ya sea solos o porque sus padres, amigos o pareja lo hacen.

FACTORES DE SEGUNDO ORDEN

Para llevar a cabo análisis en los que se estudie el efecto de la motivación inicial diferenciando género y problemas asociados con el juego es necesario agrupar las categorías en factores de segundo orden. Se trata de una clasificación de las motivaciones anteriores en grupos más reducidos en los cuales se agrupan los factores primarios en categorías más globales que tengan un significado psicológico. De esta forma es posible comparar entre los diferentes grupos (mujeres vs. hombres; jugadores patológicos vs. jugadores sin riesgo) en relación a su motivación inicial.

Los factores de segundo orden son los siguientes:

1. **Factores sociales, presión social: 1, 2, 8, 10, 15, 18.**
2. **Refuerzo positivo, diversión: 4, 11, 12, 13.**
3. **Ganar dinero: 3, 14.**
4. **Factores sociológicos, incitación: 5, 6, 7, 9, 17, 19.**
5. **Refuerzo negativo, hábito: 16.**

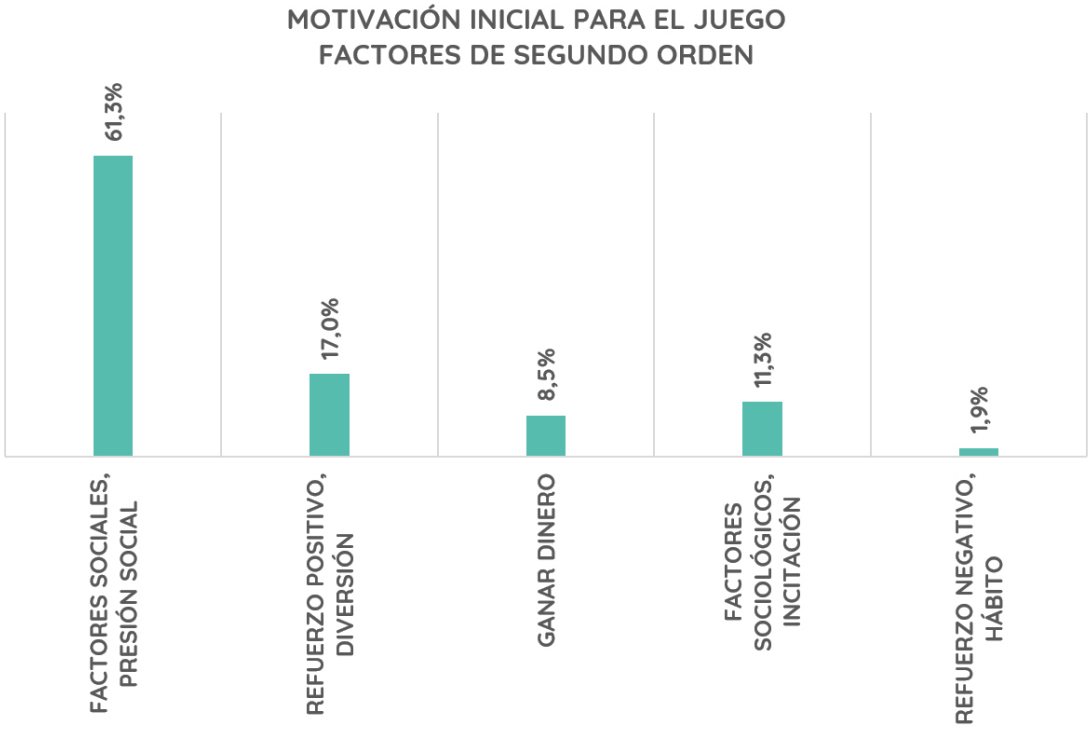


Figura 17. Motivos para empezar a jugar. Factores de segundo orden

Como puede observarse, la principal motivación para iniciarse en el juego tiene que ver con la influencia social, tanto por parte de los amigos y las amigas, como del ambiente. La publicidad, las actitudes y creencias sobre el juego y su significado son potentes inductores, como veremos en el capítulo siguiente. En un segundo lugar estarían los aspectos positivos del juego, considerado este como una diversión y que tiene que ver con la percepción del juego de apuestas como una actividad de ocio. En un tercer lugar se encontrarían las técnicas puramente de marketing dirigidas a la incitación al consumo, así como las ofertas de juego. Se trata de acciones que llevan a cabo empresas y que están favorecidas por las condiciones regulatorias de las administraciones. Con un escaso 8,5% estaría el ganar dinero. Parece que ganar dinero no es el objetivo principal por el cual las personas jóvenes se inician en el juego. Y por último, el recurso al juego para superar el malestar no parece que sea una motivación muy relevante para iniciarse en las apuestas, aunque, como podrá verse a continuación, es una de las principales en el mantenimiento para algunas personas.

3.2.2. Motivos para seguir jugando

Una vez que la persona se ha iniciado en el juego, este tiene consecuencias muy importantes para la persona y las motivaciones para el juego cambian, o al menos lo hace el peso que tiene cada uno de los factores en el mantenimiento de la conducta.

En la encuesta se preguntaba explícitamente "¿por qué sigues jugando actualmente?" y, al igual que con la motivación de inicio, se agruparon en categorías (factores de primer orden) que posteriormente se clasificaron en conglomerados más genéricos.

FACTORES DE PRIMER ORDEN

Los motivos para continuar jugando difieren de las motivaciones iniciales, ya que el jugar llega a convertirse en un hábito y este tiene consecuencias muy relevantes en la persona y su entorno, todo lo cual condiciona al jugador para mantenerse jugando, a pesar de las pérdidas

Los principales motivos que relataron los encuestados para continuar jugando fueron los siguientes:

1. **Hábito**
2. **Ganar dinero**
3. **Escape**
4. **Nueva cultura del deporte**
5. **Adicción**
6. **Diversión/Entretenimiento**
7. **Emoción**
8. **Presión social iguales**
9. **Desayuno gratis**

Una de las razones que manifiestan las personas jugadoras para seguir llevando a cabo la conducta es que esta se ha convertido en un hábito por el que han pasado a jugar solos. Jugar suele convertirse en el principal pasatiempo y muchas actividades de ocio dejan de tener interés si no hay apuestas de por medio. Esta conducta recurrente hace que la persona puede llegar a gastar bastante dinero y tener un elevado riesgo de convertirse en un jugador problemático o patológico.

Otra de las razones argumentadas por las cuales se mantiene el juego es para de ganar dinero, lo cual marca una clara diferencia de lo que supondría una actividad esporádica a algún juego de azar para pasar un rato divertido en compañía de amigos, que es la principal razón por la que se iniciaron. Cuando el juego se vuelve más frecuente con el **objetivo de ganar dinero** implica que la persona ha entendido erróneamente que puede obtener beneficios jugando mediante la creencia arraigada de que el juego es una actividad potencialmente rentable, tal y como indican las siguientes respuestas:

- *"Porque necesito disponer de dinero propio"*
- *"Porque necesito más dinero del que gano"*
- *"Necesito disponer de más dinero para invertir mayores cantidades para ganar más"*
- *"Por la posibilidad de darme un capricho"*

» *"Es una fuente de ingresos"*

» *"Porque actualmente tengo beneficios"*

Otros argumentos frecuentemente señalados se refieren a que el juego de apuestas y de azar supone para parte de los encuestados una **vía de escape** para aliviar condiciones estresantes crónicas y, como tal, utilizan el juego como una estrategia de afrontamiento que resulta desadaptativa o una solución infructuosa a sus problemas. A través del juego exhiben una serie de comportamientos disociativos y escapan a otro mundo y sus problemas desaparecen:

» *"Juego para escapar de la ansiedad laboral"*

» *"Juego para reducir la ansiedad y evitar comer"*

» *"Juego por ansiedad"*

Hay casos –probablemente los que juegan menos- que consiguen ganar en ocasiones o que las pérdidas no son demasiado elevadas, de manera que la tensión por obtener más nbeneficio de lo que se apuesta resulta gratificante. En este sentido, el juego se convierte en un **refuerzo positivo** y la diversión y el entretenimiento también suponen razones relevantes para continuar jugando:

» *"He aprendido y me gusta aún más jugar"*

Tanto las investigaciones científicas como la evidencia clínica sugieren que cuando la persona joven menor de edad ya tiene problemas con el juego puede continuar jugando por la tensión emocional que le genera la apuesta, en la que están implicadas tanto la activación neurofisiológica como el impulso conductual. El dinero se vuelve relevante en la medida que supone un medio que le permite seguir jugando durante más tiempo (Gupta y Derevensky, 2000). Un "mal día" supone que el dinero se acaba enseguida y no puede seguir jugando, mientras que un "buen día" significa que el dinero le permite seguir jugando durante mucho tiempo. Cada vez necesita jugar más y durante más tiempo para conseguir el placer que tenía al principio, lo cual en el ámbito de las adicciones es un claro síntoma de la **tolerancia** producida por el consumo reiterado:

» *"Tengo que jugar más para sentir la emoción del principio"*

Otros factores explicativos presentes en la literatura científica en relación con el mantenimiento de la participación en el juego en jóvenes son las actitudes favorables y los **factores sociales** que les permiten familiarizarse con el juego e, incluso, apostar antes de tener la edad legal: a) mayor familiaridad con las tecnologías de la información y la comunicación, b) estar más abiertos a las nuevas modalidades de juego de azar a través de las pantallas y c) el reto intelectual o desafío que consiguen a través de los juegos de apuesta. El análisis de los datos recogidos sugiere otras razones que estarían implicadas en el camino a la adicción: a) nueva cultura del deporte y b) presión social de iguales, que son dos aspectos esenciales que se han hecho referencia anteriormente.

Algunas de las respuestas más significativas fueron:

» *"Por la amplia oferta de juegos"*

» *"Porque ahora controlo más"*

» *"Porque ahora hago apuestas más seguras"*

» *"He aprendido y es más fácil ganar"*

» *"Por los pronósticos que sigo"*

» *"Por la facilidad de hacerlo desde el móvil"*

» *"Porque vivo en un piso de estudiantes y puedo hacerlo sin problemas"*

Por último, los resultados indican la presencia de **factores sociológicos** que incitan a seguir jugando que difieren de los motivos iniciales de juego que se agruparon en: a) juego gratis mediante dinero virtual del propio juego, b) disponibilidad, c) publicidad, d) bonos y promociones, e) Información de la estrategia de la martingala en la ruleta y f) accesibilidad. Sin embargo, para los motivos del mantenimiento del juego, los más relevantes las ofertas, promociones o regalos de fidelización destinados a no abandonar el juego que tienen su efecto como se muestra en la información cualitativa:

» *"Por el desayuno gratis"*

MOTIVOS DE SEGUNDO ORDEN

Para poder llevar a cabo análisis de diferencia entre grupos en razón de sus problemas con el juego o en función del género, es preciso agrupar las categorías anteriores en factores de segundo orden que tengan un significado psicológico. Las categorías anteriores se agrupan empíricamente en los siguientes de segundo orden:

1. **Actitudes favorables y factores sociales: 4, 8**
2. **Refuerzo positivo, diversión: 6, 7**
3. **Ganar dinero: 2**
4. **Factores sociológicos, incitación: 9**
5. **Superación malestar y hábito: 1, 3, 5,**

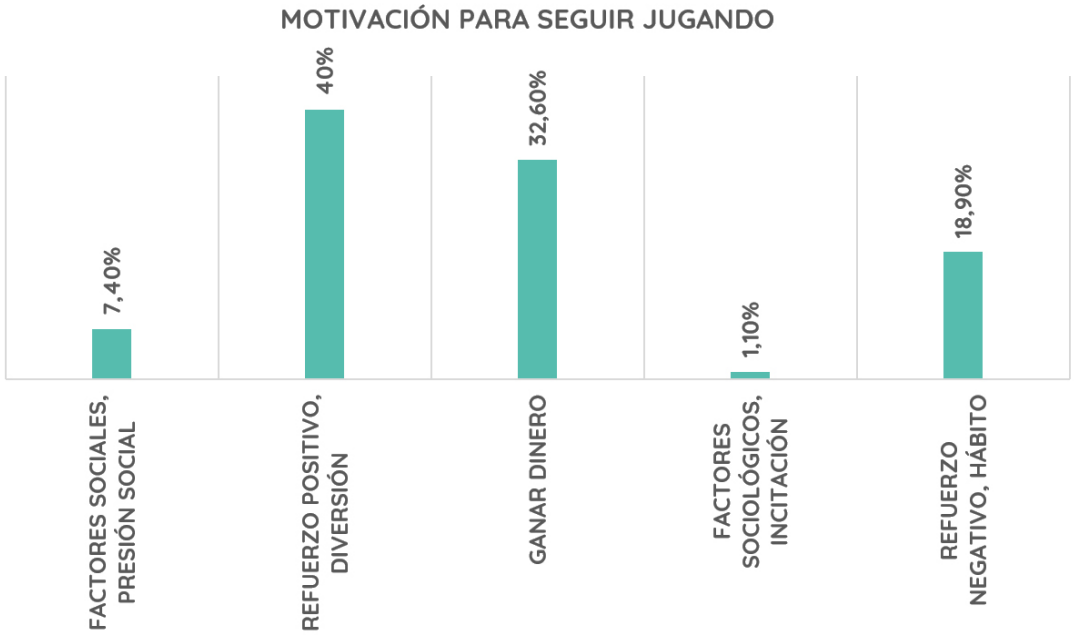


Figura 18. Motivos para continuar jugando. Factores de segundo orden

3.3. LA MOTIVACIÓN TIENE GÉNERO: DIFERENCIAS ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN LA MOTIVACIÓN PARA JUGAR

3.3.1. Motivación de inicio de juego

El hecho de que haya más hombres jugadores que mujeres es una cuestión de género, al igual que la preferencia diferencial que tienen ellas y ellos por ciertos tipos de juegos.

Esto se ha podido constatar ya en el primer capítulo. Estas diferencias de género se presentan en todas las personas, pero se da la circunstancia de que las modalidades de juego preferidas por las personas jóvenes son las más adictivas, lo cual hace que los varones se encuentren con mayor vulnerabilidad a padecer problemas de juego (Shead et al., 2010; Chóliz, Marcos y Lázaro-Mateo, 2019).

Las diferencias de género están presentes en la literatura científica sobre los riesgos de hombres y mujeres asociados a problemas de juego y se evidencia una combinación diferente de factores culturales, de desarrollo y de socialización durante la infancia y la adolescencia temprana. Así, las mujeres son más propensas desde la infancia a elegir juegos de simulación relacionados con los cuidados, la comunicación y el establecimiento de vínculos mientras que los hombres prefieren juegos competitivos donde puedan demostrar habilidad y ganar, que es de lo que se trata en los juegos de apuesta.

FACTORES DE PRIMER ORDEN.

Los estudios sobre las preferencias de ocio juvenil revelan que las mujeres prefieren salir con amigos a bares y cafeterías y realizar más actividades artísticas, como la música, la pintura o la escritura. Por contra, aunque los hombres comparten con ellas la preferencia de salir con amigos a bares y cafeterías, se decantan más por la práctica de deporte, ver eventos deportivos, videojuegos y juego de azar. Se trata de actividades muy diferentes relacionadas con la realidad de los varones con el juego de apuestas y de azar, lo cual está directamente relacionado también con el riesgo que ellos corren, ya que es seis veces más probable que un hombre desarrolle adicción a las apuestas online que lo haga una mujer.

Los resultados de las encuestas realizadas sobre la motivación para el juego por parte de mujeres y hombres se describen en la Tabla 4.

TABLA 4. Diferencias ordenadas de las motivaciones iniciales de juego en función del sexo (en porcentajes).

MUJERES	
Motivos iniciales de juego	**%**
Modelado familiar e influencia social	21,4
Probar, curiosidad	21,4
Pareja jugadora	14,3
Conseguir dinero	7,1
Comprobar si las apuestas funcionan	7,1
Disponibilidad	7,1
Publicidad	7,1
Emoción de ganar	7,1
Exposición laboral	7,1
Juego gratis	0
Moda y novedad	0
Bonos promocionales	0
Nueva cultura deporte	0
Casualidad	0
Ocio/diversión	0
Martingala	0
Tradición navideña	0
Accesibilidad	0

HOMBRES	
Motivos iniciales de juego	**%**
Modelado familiar e influencia social	57,1
Probar, curiosidad	8,3
Conseguir dinero	7,1
Disponibilidad	6
Moda y novedad	4,8
Nueva cultura deporte	4,8
Ocio/diversión	3,6
Comprobar si las apuestas funcionan	1,2
Juego gratis	1,2
Bonos promocionales	1,2
Casualidad	1,2
Martingala	1,2
Tradición navideña	1,2
Accesibilidad	1,2
Publicidad	0
Emoción de ganar	0
Exposición laboral	0
Pareja jugadora	0

Los resultados muestran que los motivos iniciales de juego difieren en función del género, lo cual sugiere que varones y mujeres tendrían una vulnerabilidad diferencial tanto a la exposición al juego como a los problemas que provoca.

Parece que ser varón es un factor de riesgo, lo cual se refleja en las personas jóvenes que se inician a jugar condicionados por la influencia de los iguales. Esto explica que la razón principal para comenzar a jugar no sea solo ganar dinero, sino demostrar mayor conocimiento y dominio que los demás, lo que le lleva a asumir más riesgos donde otros no estarían dispuestos a hacerlo, y que ello se relacione con el género. Sin embargo, aunque las mujeres también se inician por la influencia social, muestran un patrón de juego diferente: juegan menos y lo hacen principalmente por compartir tiempo junto a la pareja jugadora. Así, la mujer se inicia en una actividad que a priori no le resulta atractiva y que, de otra manera, muy probablemente no hubiera probado nunca.

Conviene seguir estudiando con profundidad estos resultados para dar respuesta a las cuestiones todavía sin resolver, como por ejemplo si hay diferencias en el mantenimiento del juego y la evolución de los problemas en la mujer que pudieran estar a la base de las diferencias encontradas en la motivación para seguir jugando, lo cual puede conducir a la adicción.

Una de las cuestiones más relevantes es si la adicción al juego de la mujer cumpliría una función secundaria para aliviar otras patologías relacionadas con los trastornos del estado de ánimo, la exposición a la violencia o el maltrato.

FACTORES DE SEGUNDO ORDEN

La diferencia en función del género en factores de segundo orden se puede observar en la siguiente figura:

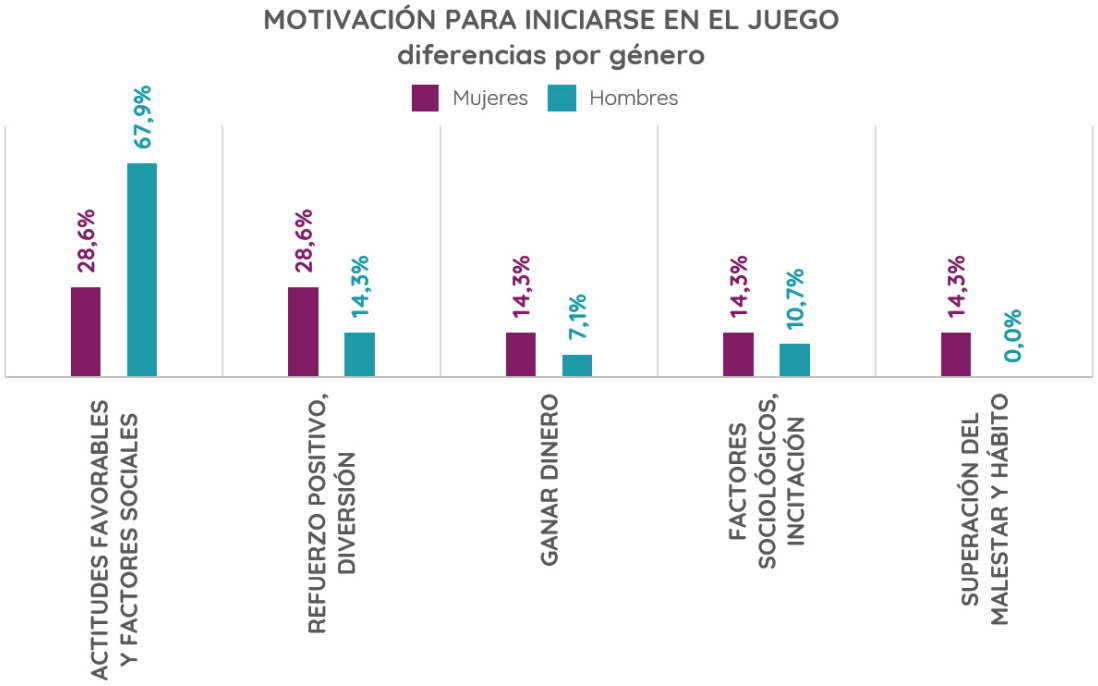


Figura 19. Motivos para empezar a jugar. Diferencias en función del género

Las diferencias entre mujeres y hombres en los factores de segundo orden que, como se ha comentado anteriormente, representan clusters o categorías más amplias con un significado psicológico en términos motivacionales, es muy significativa.

Los hombres tienen una actitud mucho más favorable que las mujeres respecto al juego, además de que pesan más los factores sociales, como es la presión de los iguales. Se trata de variables muy relevantes a la hora de iniciarse en una conducta nueva, como es el caso que nos ocupa. Esas actitudes favorables, además de la aquiescencia y presión del grupo, favorece que se obvien los riesgos y peligros del juego, que también es algo que se observará en el capítulo siguiente. Es algo que está muy ligado tanto al género masculino, como a la propia actividad competitiva del juego.

La otra diferencia notable entre mujeres y hombres es el hecho de que en algunos casos ellas se inician en el juego como una forma de superar el malestar o para acompañar a su pareja jugadora. Más que cumplir una función hedónicamente positiva, se realiza como escape o evitación, es decir, mediante un reforzamiento negativo, lo cual puede tener consecuencias posteriormente, debido a que las conductas reforzadas negativamente son más difíciles de extinguir que las que se adquieren mediante reforzamiento positivo. Se trata, no obstante, de un pequeño porcentaje de mujeres; lo significativo es que este efecto solamente se da en ellas.

3.3.2. Motivación para seguir jugando

Los motivos por los cuales la persona continúa apostando son diferentes de los que favorecieron el inicio en esta actividad. Y es previsible que también haya diferencias de género en este aspecto, en el caso de que el juego cumpla funciones diferentes en mujeres y hombres, argumento este que es bastante plausible.

Los resultados de las encuestas respecto a los diferentes motivos que hacen que mujeres y hombres sigan jugando se resumen en la Tabla 5

TABLA 5. Diferencias ordenadas de las motivaciones para continuar jugando en función del sexo (en porcentajes).

MUJERES	
Motivos de mantenimiento juego	**%**
Diversión/entretenimiento	50
Ganar dinero	18,8
Escape	18,8
Hábito	6,3
Desayuno gratis	6,3
Nueva cultura del deporte	0
Adicción	0
Emoción	0
Presión social iguales	0

HOMBRES	
Motivos de mantenimiento juego	**%**
Diversión/entretenimiento	36,7
Ganar dinero	35,4
Hábito	8,9
Nueva cultura del deporte	7.6
Escape	5,1
Adicción	3,8
Emoción	1,3
Presión social iguales	1,3
Desayuno gratis	0

Los resultados indican que el orden de los motivos para continuar jugando difiere por género, si los analizamos en su conjunto. Aunque tanto las mujeres como los hombres informan que la diversión es la causa principal para continuar jugando, se observa que estaría fuertemente condicionada por la creencia de que con ello pueden ganar dinero. Un patrón de juego que suele aparecer es que, de forma muy rápida, pasan de ser jugadores sociales a ser jugadores habituales, sin apenas solución de continuidad.

Las mujeres informan de que una de las funciones del juego es la solución de sus problemas, y no solamente de los provocados por el juego. Pero el hábito de jugar conlleva inevitablemente la aparición de problemas, algunos de los cuales son, precisamente, de los que pensaban escapar o pretendían evitar: estresores diarios de la familia, la pareja, los amigos y las amigas, las clases o el trabajo. Volver a jugar para solucionar los problemas de toda índole que les provoca el juego es un círculo vicioso que finalmente deviene en una adicción.

Finalmente, lo de menos es el dinero; más bien al contrario, lo que verdaderamente importa es pasar el mayor tiempo posible jugando, momento en el que las promociones, ofertas y regalos de juego, pasan a tener gran relevancia.

En lo que se refiere a los hombres, la superación y el malestar –que no aparecían en los motivos de inicio- también están presente como factores motivacionales para mantener el juego y, como hemos visto, consolidar la dependencia. Sin embargo, en ellos, el escape y la formación del hábito está fuertemente determinado por las actitudes favorables hacia el juego y los factores sociales que han asociado el deporte a la apuesta, generando una nueva cultura del deporte entre las personas jóvenes. De esta manera, se normalizan las apuestas como una forma de ocio compartida con amigos, que ocupa cada vez más tiempo y que puede acabar interfiriendo gravemente el funcionamiento cotidiano a través de la dependencia emocional del juego.

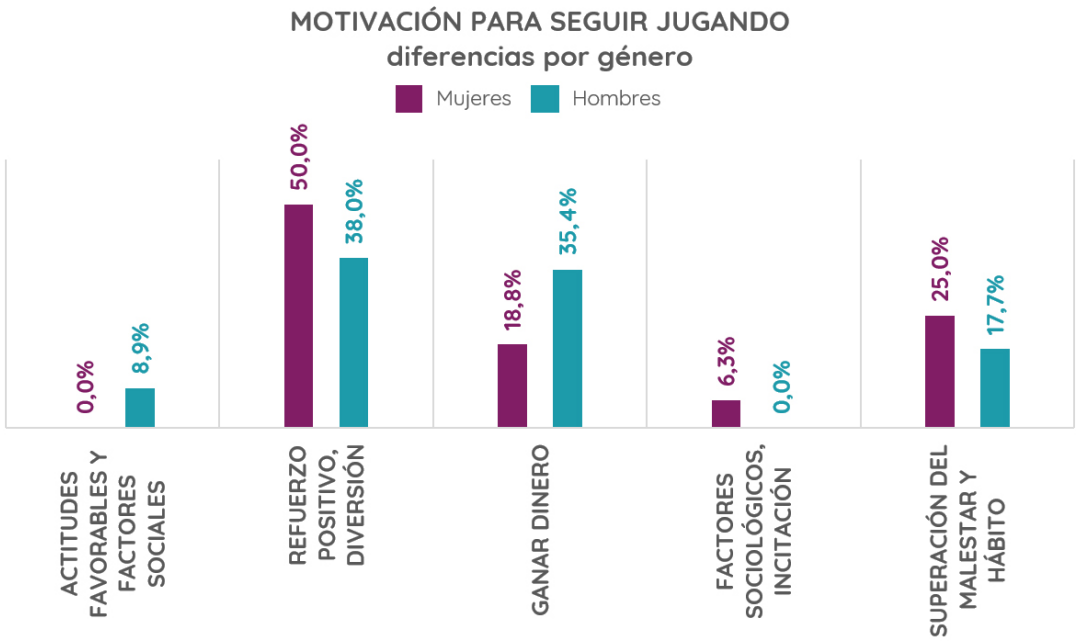


Figura 20. Motivos para seguir jugando. Diferencias en función del género

Los resultados sugieren que en el momento que se incrementa la frecuencia del juego y aparecen los problemas, las motivaciones cambian y se consolida la adicción. Se trata de una evidencia que confirma que el principal factor de protección de la adicción al juego en las personas jóvenes es retrasar al máximo la exposición al juego, que el inicio en el juego sea lo más tarde posible. Y la forma más eficaz es llevando a cabo una adecuada regulación, como se podrá constatar al final del siguiente capítulo.

3.4. LA MOTIVACIÓN PARA JUGAR EN LAS PERSONAS QUE TIENEN PROBLEMAS CON EL JUEGO

Una vez que la persona se inicia en el juego y se mantiene durante un tiempo, es seguro que cada vez perderá más dinero, puesto que el juego está organizado para que las empresas ganen lo que pierden las personas jugadoras. En todos los juegos las reglas de los mismos están pensadas para que el valor esperado sea favorable a la casa y, por lo tanto, desfavorable para el jugador. **Si el jugador sigue en su empeño de ganar o recuperar lo perdido con el juego, lo más probable es que desarrolle el trastorno por juegos de apuesta, o adicción al juego.**

Este **proceso** se desarrolla en las siguientes fases: a) fase de ganancia; b) fase de pérdidas; c) fase de desesperación; d) fase de desesperanza. Es la experiencia individual que uno tiene en el juego lo que determina el que se avance en estas fases o que, por el contrario, una persona deje de jugar cuando considera que ha perdido lo suficiente y ya no le interesa seguir jugando. Nada es lo mismo en la relación jugador-juego y, por lo tanto, las motivaciones para seguir jugando (o dejar de hacerlo) cambian sustancialmente en función de la experiencia que las personas tienen con el juego y las consecuencias de este sobre la vida de la persona.

En el caso de las **personas jóvenes**, las **diferencias en la motivación** para continuar jugando, en función del grado de afectación que se padezca aparecen en la Tabla 6.

TABLA 6. **Motivaciones para seguir jugando según el tipo de persona jugadora**

SIN PROBLEMAS	
Motivación	**%**
Diversión/entretenimiento	63,6
Ganar dinero	36,4
Hábito	0
Escape	0
Nueva cultura deporte	0
Adicción	0
Emoción	0
Presión social iguales	0
Desayuno gratis	0

DE RIESGO	
Motivación	**%**
Diversión/entretenimiento	42,2
Ganar dinero	33,3
Hábito	6,7
Nueva cultura deporte	6,7
Escape	4,4
Adicción	2,2
Presión social iguales	2,2
Desayuno gratis	2,2
Emoción	0

CON ADICCIÓN	
Motivación	**%**
Diversión/entretenimiento	31,3
Ganar dinero	31,3
Escape	12,5
Hábito	9,4
Nueva cultura deporte	9,4
Adicción	3,1
Emoción	3,1
Presión social iguales	0
Desayuno gratis	0

Los datos obtenidos sobre la motivación para seguir jugando del subgrupo de jugadores sin problemas sugieren que la presencia de una mayor influencia de expectativas negativas de los juegos de azar juega un papel importante en las motivaciones y la toma de decisiones para continuar jugando que, sin duda, tendría un papel protector. Como se puede observar en la Tabla 6, las personas jugadoras sin problemas creen que apostar supone una actividad divertida mediante la que, casualmente, se podría ganar un premio. Sin embargo, la ausencia del resto de motivaciones, evidencian una mayor presencia de expectativas de riesgo general de adicción. Un hallazgo que justifica la necesidad de implementar programas de prevención a edades tempranas para incidir en las consecuencias reales del juego e influir en las percepciones de las personas jóvenes para evitar las creencias erróneas basadas en expectativas falsas positivas sobre lo que pueden esperar del juego.

El subtipo de jugadores de riesgo correspondió al grupo de entrevistados que mostraron algún criterio de trastorno de juego del DSM-5, aunque no cumplieron todos los necesarios para ser diagnosticados como jugadores patológicos. Se trata de jugadores que ya presentan problemas clínicos y en quienes la sobrevaloración de los juegos de azar tiene una influencia muy relevante en la motivación para incrementar la frecuencia del juego. Es muy característico en estos casos la aparición de sesgos cognitivos contextualmente aprendidos.

La heterogénea combinación de motivaciones sugiere que el proceso hasta el desarrollo de un trastorno adictivo no puede entenderse únicamente porque el jugador con problemas sobreestima los resultados positivos debido al conocimiento que posee sobre el juego y su "control para apostar con cabeza". Se trataría, más bien, del resultado de las fuerzas contrarias de atracción y repulsión motivacional del juego, que provocarían una disonancia cognitiva en el jugador que, necesariamente le llevarían a diluir toda percepción de riesgo para seguir jugando.

En cambio, los resultados obtenidos con las personas jugadoras patológicos sobre las razones para seguir jugando fueron altamente congruentes con la concepción del juego patológico como un trastorno adictivo. Las únicas motivaciones que no informaron son la presión de iguales y el desayuno gratis, que son dos variables que no tendrían ninguna relevancia cuando el jugador ya ha desarrollado una dependencia emocional del juego y necesita jugar. En estos casos, la persona ya ha perdido el control (incluso la esperanza de mejorar) y su principal obsesión es el juego. El juego de azar se ha convertido en la actividad central que dirige su vida, que lleva a cabo en soledad. Como podrá verse en el capítulo siguiente, incluso las promociones y la publicidad importan menos.

Este tipo de jugador tiene tanto percepciones positivas como negativas del juego, puesto que conoce de primera mano las consecuencias del juego en su vida. Sin embargo, a pesar de ser consciente de los problemas que tiene, mantiene todavía las impresiones positivas, relegando las frecuentes experiencias negativas a un mecanismo de autojustificación para mantener los procesos cognitivos congruentes con la motivación para apostar.

La comparación del peso de los factores de segundo orden entre los diferentes tipos de jugadores, en función de su afectación por el juego, puede visualizarse en las figuras siguientes:

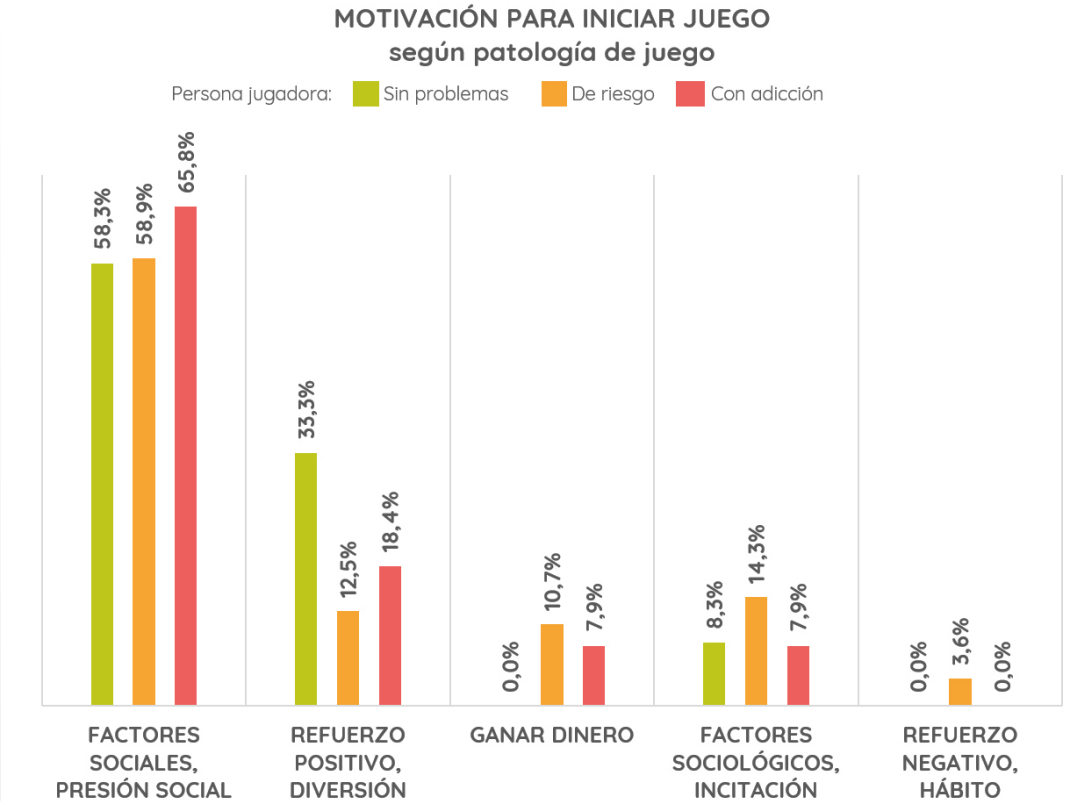


Figura 21. Motivos para iniciarse en el juego Diferencias según patología de juego

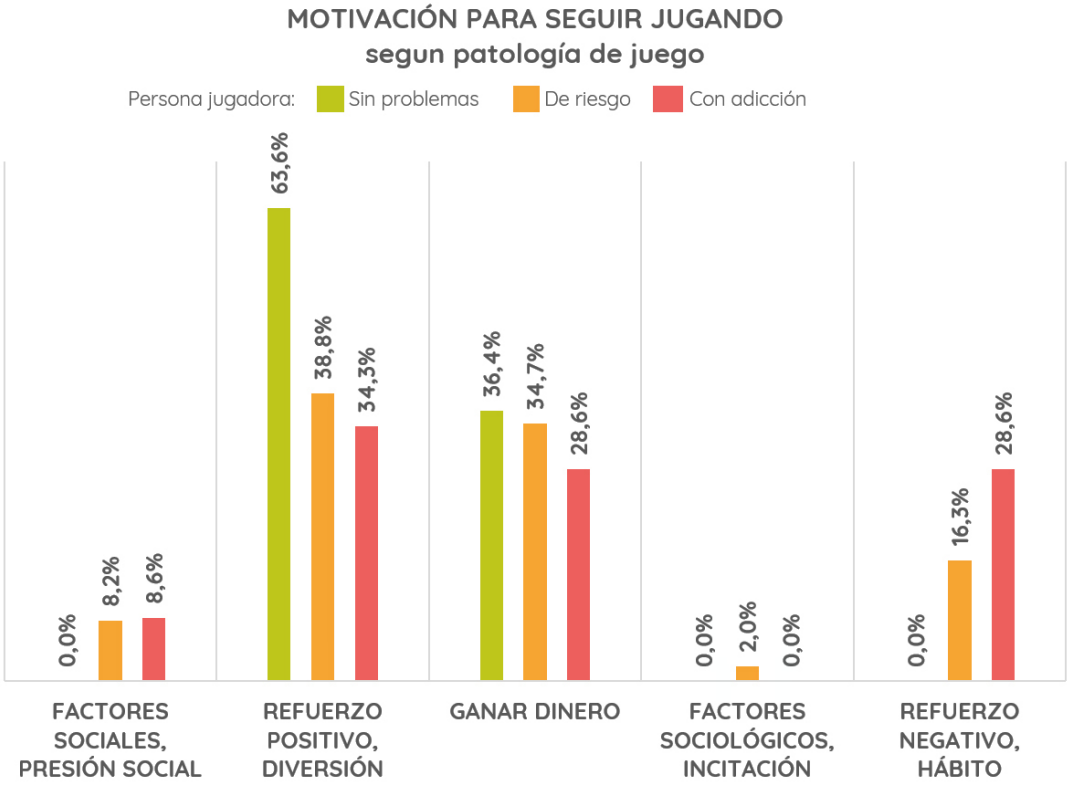


Figura 22. Motivos para seguir jugando. Diferencias según patología de juego

La motivación para jugar cambia muy significativamente. Los motivos que se aducen para iniciarse en el juego no son los mismos que los que mantienen la conducta de jugar cuando se lleva un tiempo apostando. Hay cambios que pueden afectar a todas las personas, pero también la motivación para seguir jugando puede depender de la experiencia que se tenga con el juego.

LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES SON LAS SIGUIENTES

En lo que se refiere a los **cambios que se producen en todos las personas jugadoras,** con independencia de la patología que provoque el juego:

- Los **factores sociales** (modelado, presión social por parte de los iguales, etc.) son la principal motivación para iniciarse en el juego en cualquier persona, pero dejan de tener influencia cuando el joven lleva jugando un tiempo; y eso, con independencia de las consecuencias que haya tenido el juego en su salud mental. Es decir, la influencia social es relevante al principio -para exponerse al juego-, pero no después, momento en el cual la experiencia que una persona tenga con el juego será la que determine el desarrollo de la patología.

  Por ello, es fundamental no presentar el juego como una actividad de ocio y reducir totalmente la publicidad y la promoción del juego en jóvenes, ya que es un momento evolutivo en el cual la presión social de los iguales ejerce una notable influencia sobre su comportamiento.
- Es muy significativo el hecho de que **ganar dinero** no haya sido uno de los motivos principales para iniciarse en el juego, pero es uno de los más relevantes una vez que se lleva jugando un tiempo, con independencia de la patología asociada. Es decir, el ganar dinero se convierte en una poderosa motivación una vez que se ha experimentado esta actividad, pero no antes. Y ello con independencia de la cuenta final de beneficios, puesto que la experiencia que tiene el jugador patológico siempre es de pérdidas.

  Esto se debe a que en los juegos de azar el dinero se obtiene bajo un programa de reforzamiento de razón variable en el que el valor esperado siempre es favorable a la casa, de manera que cuanto más se juegue (el jugador patológico suele ser quien más apuesta) mayor es la probabilidad de perder.

  Así pues, ganar dinero no es el motivo principal que mueve a las personas jugadoras (al menos inicialmente), sino a las empresas de juego.
- La **diversión y el entretenimiento** es uno de los principales motivos para seguir jugando. El juego, aunque sea el de apuestas, sigue teniendo ese aspecto lúdico, si bien las diferencias son muy notables (y estadísticamente significativas) entre quienes no tienen problemas con el juego y los que han desarrollado un problema de juego.

  Habría que analizar más profundamente qué es lo que significa el entretenimiento para las personas jugadoras que no han desarrollado un problema de quienes sí que lo padecen. Probablemente el juego, en este último caso, sirva para aliviar un malestar, más que ser, en sí mismo, un recurso de ocio.
- Por último, los **factores sociológicos** que incitan a jugar, tales como las estrategias de marketing, ofrecer desayuno gratis, etc., dejan de tener tanta importancia. Son relevantes al inicio del juego, pero dejan de serlo cuando la persona se dedica a jugar

En lo que se refiere a las **diferencias entre quienes han desarrollado un problema con el juego de los que no**, las principales diferencias en la motivación para seguir jugando son las siguientes:

- Una de las motivaciones principales tanto para las personas jugadoras patológicos como las personas jugadoras en riesgo, pero que no aparece en las personas jugadoras sin problemas es que el juego sirve para **aliviar el malestar**. Dicho malestar puede estar provocado por las pérdidas del propio juego (que son inevitables si juega en exceso), como por otras causas que no tengan que ver con el juego. De cualquier manera, el jugador las "resuelve" apostando. Es decir, el juego se ha convertido en un reforzador negativo. El refuerzo negativo es mucho más resistente a la extinción que el positivo, motivo por el cual se explica por qué es mucho más difícil al jugador patológico dejar de jugar.

  Cuando el jugador apuesta para liberarse de otros problemas aparece el problema de la dependencia: la persona se convierte en esclavo del juego

- Las personas jugadoras sin problemas ven en el juego una actividad de **ocio y entretenimiento,** con aspectos positivos, en mayor medida que las personas jugadoras de riesgo o patológicos, tal y como se ha descrito anteriormente, a pesar de que las personas jugadoras patológicos también puedan verla así. El hecho de que una de las motivaciones principales de las personas jugadoras que no están en riesgo sean los aspectos positivos que tiene el juego puede ser un peligro, ya que puede incitar a seguir jugando (el reforzamiento positivo lo es, sin duda alguna). Así pues, es cuestión de tiempo el que las personas jugadoras actualmente sin riesgo, lleguen a tener problemas con el juego.

  Por lo tanto, cuando se habla de jugadores que no están en riesgo habría que indicar de jugadores que todavía no están en riesgo. Y que para las personas jugadoras patológicos, la experiencia de juego puede que sirva como entretenimiento, pero no es divertida.

DATOS

Los resultados de los **motivos de inicio del juego** revelan que, principalmente se trata de aspectos sociales y de ocio: un 43,4% se inicia por la presión social de amigos, un 9,4% lo hace por probar y la curiosidad y un 7,5% lo hace por primera vez porque lo ha visto en sus familiares. En segundo lugar y bastante alejado se encuentra el motivo de ganar dinero, con un 6,6%, aunque para ser más precisos no es tanto el obtener dinero como el conseguir más de lo que se apuesta

Los datos indican que **una vez se ha iniciado el juego**, este tiene consecuencias muy importantes para la persona y las motivaciones cambian: un 40% sigue jugando por refuerzo positivo (diversión), el 32,6% continúa con el juego para ganar dinero, el 18,9% continúa jugando por refuerzo negativo (hábito), un 7,4% lo hace condicionado por factores sociales (presión de grupo) y un 1,10% sigue apostando a causa de los factores sociológicos que llevan a la incitación

Tanto las mujeres como los hombres informan que la diversión es la **causa principal para seguir jugando**, sin embargo, estaría fuertemente condicionada por la creencia de que con ello pueden ganar dinero. No obstante hay diferencias globales en función del género en cuanto al peso de la variable escape:

- Un 50% de las mujeres jóvenes sigue jugando por refuerzo positivo (diversión), el 25% lo hace para superar el malestar (hábito), mientras que solo un 18,8% informa que lo hace para ganar dinero.
- Un 38% de los hombres jóvenes continúa apostando por refuerzo positivo (diversión), un 35,4% lo hace para ganar dinero y, finalmente, un 25% informa del juego como una forma de superar el malestar (hábito)

TENDENCIA

Los resultados de la evolución en las motivaciones de juego sugieren que, en el momento que se incrementa la frecuencia de juego y aparecen los problemas, los motivos cambian hacia el camino de la adicción. De manera que se confirma que el principal factor de protección de la adicción al juego en jóvenes es retrasar al máximo la exposición al juego y durante el mayor tiempo posible

Para revertir esta realidad, la única forma eficaz es llevar a cabo una **adecuada regulación a través de políticas** que NO presenten el juego como una actividad de ocio y se elimine la publicidad y la promoción del juego.

CONCLUSIONES

01 La motivación para los juegos de apuesta es diferente de la de los juegos lúdicos. Mientras que los juegos lúdicos se inician principalmente por diversión, el principal **motivo de inicio** de los juegos de apuesta tiene que ver con el aprendizaje social y la presión de iguales.

02 **Una vez que el juego se ha iniciado** en los juegos de apuesta, la experiencia con los juegos se convierte en el principal **motivador:** diversión para quienes no tienen problemas con el juego, pero para las personas jugadoras de riesgo y patológicos también importa el ganar dinero y aliviar el malestar con el juego.

03 La **influencia social** es relevante al principio - para exponerse al juego- pero no después, momento en el cual la experiencia de la persona con el juego cobra un papel central y será la que determine el desarrollo de la patología

04 **Ganar dinero** NO es el motivo principal que mueve a las personas jugadoras (al menos inicialmente), sino a las empresas de juego

05 Los **factores sociológicos** que incitan a jugar - estrategias de marketing, ofrecer desayunos gratis, etc. - son relevantes al inicio del juego pero dejan de serlo cuando la persona se dedica a jugar

06 Las **principales diferencias en la motivación** para seguir jugando entre quienes han desarrollado un problema de juego de las que no:

- Una de las motivaciones principales que aparecen en jugadores patológicos y de riesgo pero que no aparecen entre jugadores sin problemas, es que el juego sirve para aliviar el malestar. Es decir, cuando la persona jugadora apuesta para resolver los agravios del juego y otros problemas inherentes al curso de la vida, aparece el problema de la dependencia: una patología de la libertad que convierte en esclavo del juego a la persona
- Cuando se habla de jugadores que no están en riesgo es más preciso indicar que se trata de jugadores que “todavía” no están en riesgo. Y que para las personas jugadoras patológicas, la experiencia de juego puede ser que sirva de entretenimiento, pero sin lugar a dudas, ya no es una actividad divertida

SECCIÓN

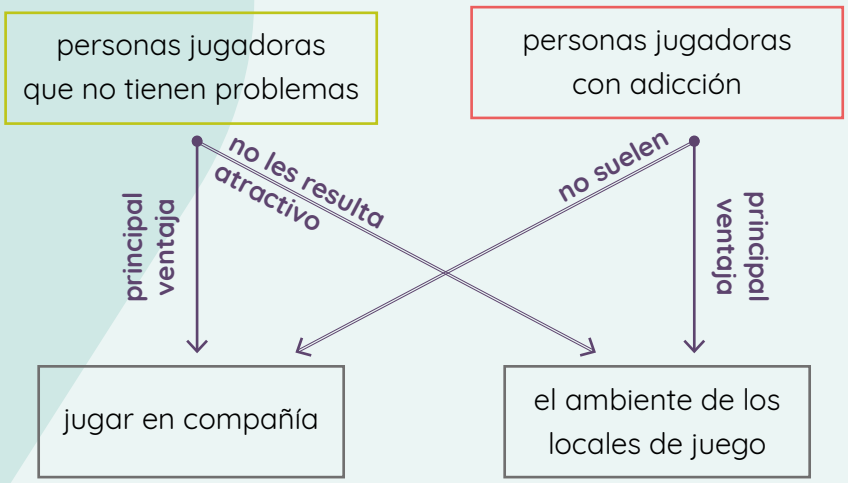
04

PERCEPCIÓN SOCIAL DEL JUEGO

La principal ventaja de

jugar en casa con juegos telemáticos es la comodidad, lo cual hace que no haya barreras para el juego, favoreciendo el juego excesivo.

jugar en los salones son: jugar en compañía y el ambiente atractivo.



El **97,6%** de las personas jugadoras patológicas piensa que **jugar habitualmente tiene riesgos** pero, sin embargo, continúan haciéndolo con frecuencia.

La **publicidad del juego online** apareció antes de la legalización del juego y ha aumentado de forma exponencial.

Las empresas de juego online gastan cuatro veces más en publicidad y promoción del juego que lo que pagan a Hacienda en el impuesto especial al juego.

La mitad de las personas con problemas de juego han usado **bonos.**

Más del **90%** de las que no tienen problemas con el juego nunca han usado bonos.

4.1. INTRODUCCIÓN

El juego de apuesta se han convertido en una nueva forma de ocio juvenil.

Las actitudes, percepciones y creencias sobre el juego tienen un papel central en el comportamiento de las personas jóvenes en lo que se refiere a los juegos de apuestas, los cuales se han convertido en una nueva forma de ocio juvenil. La publicidad ha promovido un clima favorable al juego, especialmente en lo que se refiere a apuestas deportivas, hasta el punto de crear lo que se puede denominar como "nueva cultura de las apuestas", en la cual se asume que las apuestas son un valor añadido para disfrutar al ver las competiciones deportivas, además de una forma de ganar dinero fácil sin esfuerzo, aunque con riesgo. Los valores imperantes son: riqueza (ganar dinero como sinónimo de éxito y felicidad), consumismo (beneficio económico de una actividad de ocio), ganancia fácil (sin esfuerzo) e inmediatez (rápido beneficio). Estos valores generan un caldo de cultivo que hace del juego en general, y de las apuestas deportivas en particular, una actividad muy atractiva sobre la que pesan más los beneficios que los riesgos, que sin duda tienen, tal y como hemos podido constatar en el capítulo II de este Informe.

La literatura científica evidencia que la **percepción del riesgo** juega un papel central en el comportamiento del juego en la adolescencia, ya que muestran la preferencia por los juegos en los cuales se realizan predicciones sobre los resultados. Tal comportamiento está influido no solo por las motivaciones que se han descrito en el capítulo anterior, sino también por las actitudes favorables que se tienen respecto del juego. Las actitudes generan un clima que favorece el acercamiento al juego y la toma de decisiones sobre el comportamiento que tendrá consecuencias en el propio desarrollo de la conducta adictiva.

En la conformación de las actitudes tienen un papel relevante tanto la información que se disponga sobre un determinado tema como la dimensión afectiva que le induzca. En este proceso de formación de las actitudes sobre el juego intervienen muy diversas variables, tanto de índole personal como social. En este capítulo se abordarán algunas de las principales.

En lo que se refiere a las **variables personales**, se analizarán los que tienen que ver con las propias creencias acerca del juego, que son básicamente las ventajas que las personas jóvenes atribuyen a los juegos de apuesta y los riesgos que consideran que tiene implicarse en esta actividad. En el caso de las variables sociales, estas tienen que ver con cómo se presenta el juego socialmente. Se abordará la publicidad, las estrategias de marketing y el denominado juego responsable, como ejemplo de recursos que utilizan empresas y administraciones para influir en la percepción del juego en la sociedad.

Todas estas variables generan un **clima personal de aceptación, rechazo o neutralidad,** que puede favorecer acercamiento o evitación, así como persistencia en conseguir los objetivos.

Para abordar el tema de las actitudes hacia el juego se llevaron a cabo varios estudios con diferente metodología: cuantitativa y cualitativa, tanto de forma presencial como online. Los resultados expuestos proceden de los siguientes estudios:

- **Estudio 2: Encuesta "Jóvenes"**
- **Estudio 3: Entrevistas personales a jóvenes en entorno de juego**

4.2. VENTAJAS QUE LAS PERSONAS JÓVENES PERCIBEN DE LOS JUEGOS DE APUESTA

La fascinación por el uso de las tecnologías juega un papel importante en la preferencia y las ventajas informadas sobre los juegos online en la juventud, que son ampliamente aceptados y reconocidos como una forma de "ocio natural". Esta aceptación favorece el que reduzcan las connotaciones negativas asociadas al jugador tradicional, muy singularmente la persona enganchada a las tragaperras, tipología con la que las personas jóvenes no se encuentran identificados.

Pero los juegos online son juegos cuyas variables estructurales y ambientales favorecen una conducta excesiva, que se pueden realizar en cualquier momento, debido a las facilidades de acceso y que suponen verdaderos riesgos que inducen a la adicción. En general, se ha demostrado que el juego online es más adictivo que el mismo tipo de juego en su modalidad presencial, además de presentar una prevalencia muy superior en los criterios de juego patológico del DSM-5.

El uso de las tecnologías por parte de jóvenes es un facilitador de la participación en el juego online, lo cual se evidencia como un continuo entre la participación social, ocasional y recreativa que, rápidamente incrementa la frecuencia de forma habitual y genera problemas a consecuencia del juego excesivo, que puede convertirse en juego patológico.

Así pues, la tecnología, que también puede exacerbar otras adicciones (como la compra, sexo, etc.) potencia el poder adictivo que el juego ya de por sí tiene puesto que favorece un mayor grado de exposición al juego y una eventual pérdida de control. Se trata de condiciones que incrementan el riesgo para el desarrollo del trastorno, tanto por sus características estructurales como por las condiciones ambientales en las cuales se lleva a cabo la apuesta.

Varias de las preguntas de la Encuesta 2 hacían referencia a las ventajas de jugar en diferentes escenarios. Los principales resultados son los siguientes

4.2.1. Ventajas de jugar en casa

Las nuevas modalidades de juego permiten jugar en casa con las mismas reglas que los juegos que se llevan a cabo en salones o locales de juego. Incluso existen croupiers virtuales o grabaciones de los mismos. En el caso de las apuestas deportivas, se reproducen en la pantalla del móvil las mismas competiciones con las mismas cuotas que las que se pueden presentar en las máquinas de salas y bares de la Comunitat Valenciana.

DATOS GENERALES

1. **"Comodidad/no desplazamiento".**

   La comodidad hace que se elimine toda barrera restrictiva para jugar desde un entorno agradable y seguro. Los dispositivos móviles, el ordenador o la tablet conectados a Internet permiten jugar desde cualquier lugar, en cualquier momento y con las condiciones que se deseen, lo cual favorece una mayor frecuencia de juego, en comparación con un entorno o circunstancias que no fueran psicológicamente gratificantes.

2. **"Intimidad".**

   El juego online permite realizar la actividad de forma aislada, lo cual permite al jugador hacerlo de forma apartada, incontrolada y presuntamente, desde el anonimato, que son tres condiciones realmente apetecibles para el jugador habitual que ya presenta problemas o el jugador patológico que, en esencia, juega en solitario.

3. **"Acceso a estadísticas de apuestas".**

   Esta variable supone uno de los factores de riesgo más relevantes de las apuestas online en la medida que favorecen la falsa sensación de control al invitar al jugador a analizar datos y elaborar la estrategia de juego. Se trata de una variable influyente, en tanto que el jugador cree que su conducta va a tener relación con el resultado final de ganar o perder. La aparición de la figura del tipster o gurú de las apuestas deportivas es el tercer pilar más importante del sector del juego después de la publicidad y las estrategias de marketing. Es lo que se denomina "afiliación". El trabajo de este nuevo actor implicado en la captación de clientes potenciales para el negocio de las apuestas deportivas consiste en mostrar públicamente sus consejos para obtener beneficios a través de las redes, avalados por los rendimientos positivos mensuales y anuales que presentan. Lo que generalmente no saben las personas jóvenes es que se trata de comisionistas que, a priori, nada tienen que ver con las empresas de juego, pero lo cierto es que trabajan para una empresa particular con la que previamente han negociado el precio de su consejo. Pero su trabajo no termina aquí, ya que la mayoría de tipster, a través de sus blogs o canales de Youtube ofrecen cursos prácticos para "apostar con cabeza" y esclarecer los conceptos y aspectos claves a seguir para obtener rentabilidad. En definitiva: se trata de todo un diseño encubierto por las operadoras de juego, que tiene su efecto en la percepción positiva de jugar desde casa, precisamente, por la posibilidad de poder consultar estos pronósticos "evitando la influencia de otros apostantes en el análisis previo y la planificación de la apuesta".

4. **“Anonimato/accesible/oferta amplia”.**

   Internet provee de un mercado de apuestas extraordinariamente amplio, que se lleva a cabo mediante aplicaciones sencillas, fáciles de utilizar y con pocas limitaciones que, en cualquier caso, son fáciles de sortear para las personas jóvenes, ya que manejan muy bien las tecnologías y están muy acostumbrados a ellas. De hecho, la “usabilidad” es uno de los temas centrales de Internet, de manera que cada vez es más sencillo e inmediato jugar online, a la vez que el presunto anonimato promueve hacerlo desde la intimidad del propio hogar sin necesidad de desplazarse a un local de juego o apuestas.

5. **“Velocidad, tiradas de poco dinero”.**

   El juego online permite apostar mientras se está llevando a cabo la competición (apuestas en vivo), por lo que a la inmediatez del resultado se suma algo muy valorado entre las personas jóvenes: la rapidez de las apuestas por una cuantía asequible para el dinero del que disponen.

6. **“Disponible 24/7”.**

   La amplia oferta de juego disponible en la Red está disponible todos y cada uno de los siete días de la semana. Siempre hay competiciones a las que apostar –incluso en vivo-, ya que si no hay competiciones nacionales puede apostarse a competiciones de otros países, otro tipo de competiciones, como las carreras de galgos que incluso se trata de grabaciones emitidas como si fueran en directo. También puede apostarse a cualquier evento que a la casa de apuestas considere interesante, tales como los Premios Goya o qué candidata/o va a ganar unas elecciones.

7. **“Escape/desconexión rutina”.**

   Los hallazgos de la investigación del juego en la adolescencia (Derevensky, 2012) evidencian que la evolución del juego recreativo al juego habitual –el cual supone un elevado riesgo de consolidarse en adicción- es muy rápida debido, principalmente, a que se ha aprendido a recurrir a la apuesta como la única solución para resolver los problemas cotidianos. El escape de dichos problemas es una variable muy peligrosa, que hace que ya no se juegue por refuerzo positivo, sino por el refuerzo negativo y el juego permita huir de las situaciones estresantes y evadirse de la realidad que les genera malestar.

8. **“Juegas más manos por minuto y puedes ganar entrada a torneo presencial”.**

   Se trata de una de las ventajas informadas frecuentemente entre las personas jugadoras de póquer, muy influenciada por la publicidad y las estrategias de marketing, que ofrecen como reclamo la posibilidad de obtener una entrada gratis para jugar en los torneos de póquer presenciales más importantes.

9. **“Lidiar con el aburrimiento y la soledad”.**

   Se trata, de nuevo, de la utilización de juego como recurso de superación del malestar que, aunque es verdaderamente importante en el mantenimiento de la conducta consolidada, también puede aparecer al principio, gracias a la forma de presentarse socialmente a través de la publicidad. Muchas personas asumen que se trata de una ventaja que les permite regular sus emociones si no pueden salir de casa, como ha ocurrido durante el periodo de confinamiento por la pandemia de Covid-19.

10. "Cobrar al momento en la cuenta de juego y no necesitar efectivo".

Esta es otra de las preferencias del juego en casa, ya que aporta una mayor sensación de comodidad, inmersión y anonimato que resulta muy reforzante psicológicamente. El problema de ello es que la mayoría de empresas impiden sacar el efectivo de la cuenta hasta pasadas 24 ó 48 horas, con el argumento falaz de que deben hacerse comprobaciones por parte de la casa de juego. Se trata de una estrategia bien pensada y dirigida hacia el cliente potencial del juego online, que rápidamente desarrolla un patrón de juego excesivo y entra en el círculo cerrado de la adicción. No hay ningún jugador patológico que aguante el premio sin cobrar pudiéndoselo volver a jugar. Si realiza otra apuesta y la pierde, en este caso sí que el dinero se retira inmediatamente de la cuenta sin comprobaciones adicionales.

11. "Comodidad para ver el partido y ahorras dinero gastado en el bar o el casino".

Este es un factor que tiene mucho peso en la decisión de jugar desde casa, puesto que se piensa que lo que se ahorra en consumiciones en el bar o el casino lo puede invertir para realizar apuestas más elevadas.

12. "La posibilidad de obtener dinero fácil".

Lo que se presenta como una ventaja es, de nuevo, un factor de riesgo para el inicio de los problemas de juego. Se trata, no obstante, de un valor de la sociedad capitalista, al que se la suma la pérdida del valor del esfuerzo en nuestra sociedad.

13. "Seguir determinados deportes por las apuestas".

Las apuestas sirven para aprender más acerca del deporte. No solamente se adquieren conocimientos acerca de las competiciones deportivas, sino que también se toma interés por algunas otras que, de no ser por las apuestas, ni siquiera hubieran caído en la cuenta de su existencia o no les hubieran ofrecido atención ni interés. Igualmente es importante la necesidad de aprobación de conformidad y el reconocimiento por la participación de las actividades de moda que imperan dentro del grupo de pertenencia.

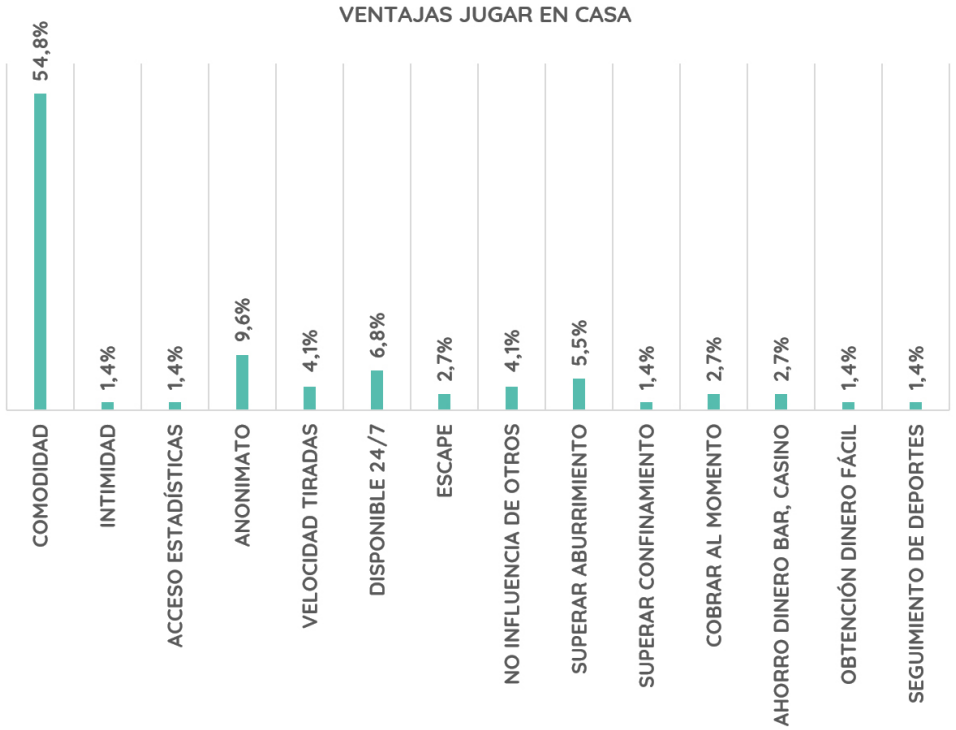


Figura 23. Ventajas percibidas de jugar en casa

FACTORES DE SEGUNDO ORDEN

La agrupación de estas categorías en factores de segundo orden con un significado psicológico son las siguientes:

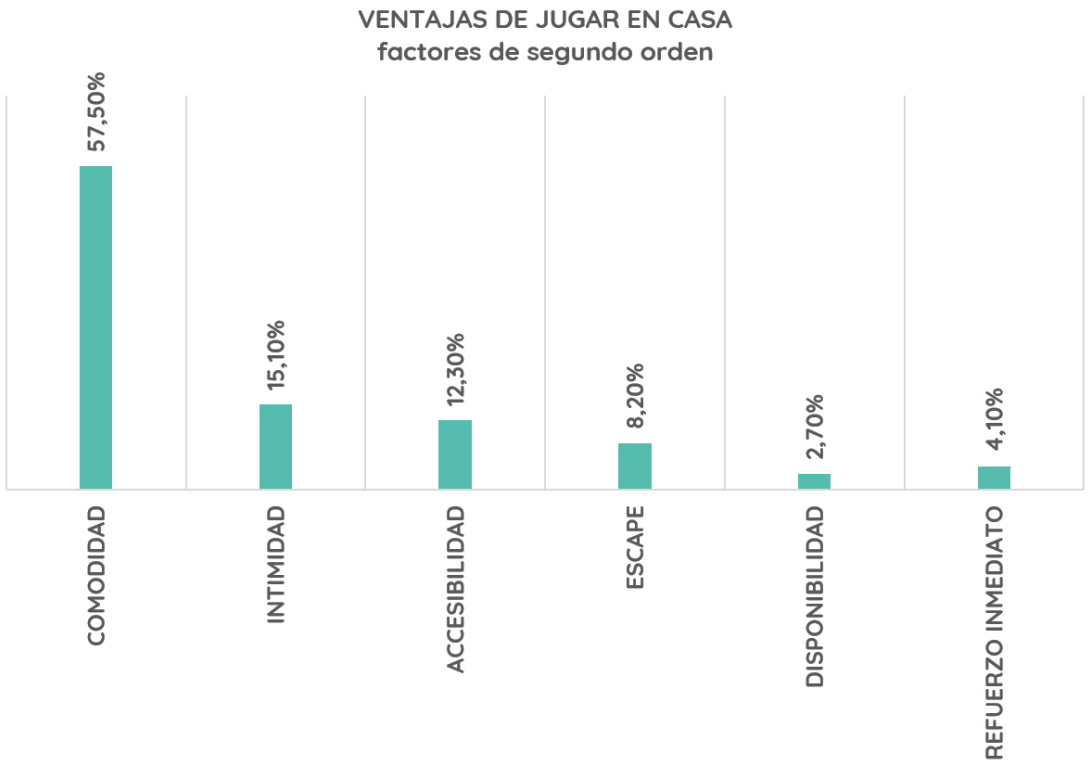


Figura 24. Ventajas de jugar en casa. Factores de segundo orden

La comodidad es la ventaja principal de jugar en casa que, a su vez es una de las características más significativas del juego online, en la medida en que no es necesario desplazarse del domicilio para apostar ni acudir a ningún local de juego.

DIFERENCIAS EN FUNCIÓN DEL GÉNERO

Si bien la comodidad es la principal ventaja que relatan tanto mujeres como varones, el resto de los factores de segundo orden difieren notablemente. Así, en el caso de las mujeres el único factor adicional que destacan es el escape; es decir: apostar para superar situaciones o estados de ánimo negativas que el juego les permite evadir. Si además de la adicción al juego, concurren otras patologías como la depresión o la ansiedad y la actividad está muy deteriorada, el juego online les permite evadirse de la sensación de abatimiento que experimentan y el juego se refuerza negativamente. Sin embargo, no ocurre igual en el caso de los hombres, para quienes algunas de las características estructurales y ambientales que aportan el juego en casa (tener la oportunidad de estudiar más detenidamente las apuestas, tener una oferta más amplia de juegos, dejar de gastar dinero en los locales para poder apostar más, etc.) son valoradas positivamente.

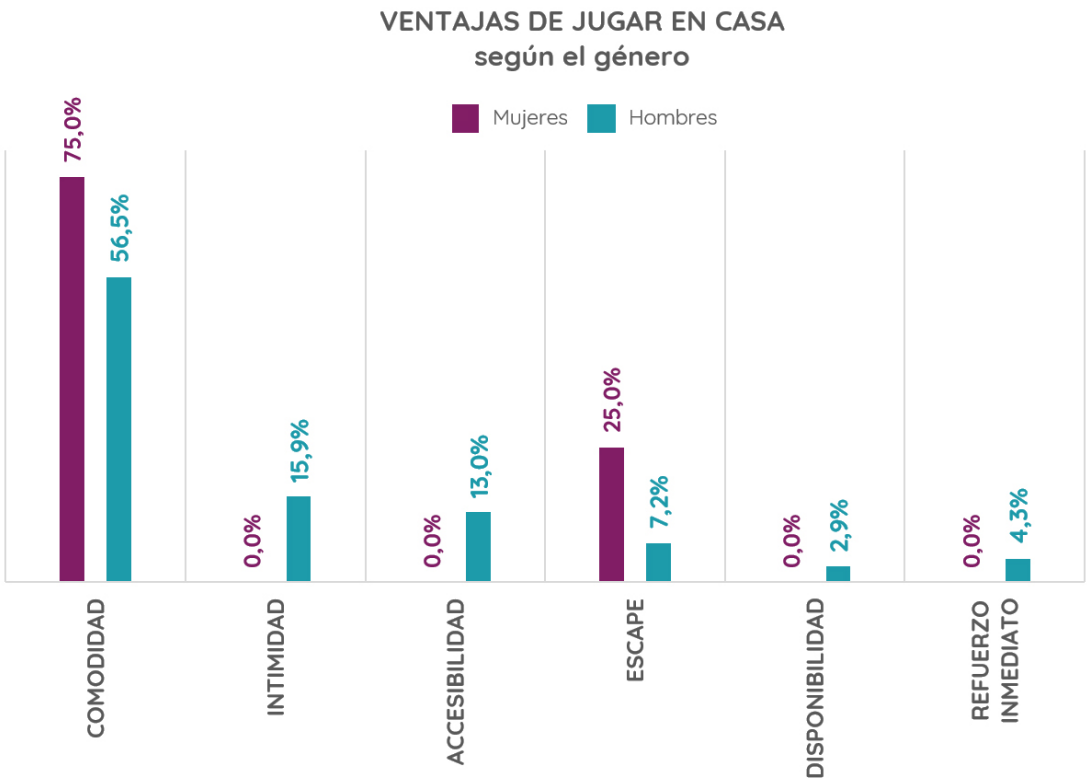


Figura 25. Ventajas de jugar en casa. Diferencias en función del género

DIFERENCIAS ENTRE GRUPOS DE JUGADORES

Cuando se analizan las ventajas de jugar en casa teniendo en cuenta la afectación producida (jugador sin problema, de riesgo o patológico) se observa que la principal ventaja en todos los casos es la comodidad que, en el caso de las personas jugadoras sin riesgo tiene el mismo peso que la accesibilidad, es decir, la facilidad para jugar.

Los datos sugieren que cuando el jugador ya tiene problemas valora muy positivamente la intimidad que le proporciona jugar desde casa, puesto que puede acceder a un mercado mucho más amplio, con apuestas muy rápidas, sin interrupciones y donde el espacio de tiempo para obtener el resultado es de apenas unos pocos segundos. Jugar en casa también le proporciona anonimato, lo cual resulta positivo tanto por el estigma que socialmente tiene el jugador patológico o problemático como porque aunque los juegos se inician socialmente, principalmente con el grupo de amistades, el jugador patológico acaba jugando solo. Jugar desde casa le aporta esa intimidad que buscan las personas que tienen adicción al juego.

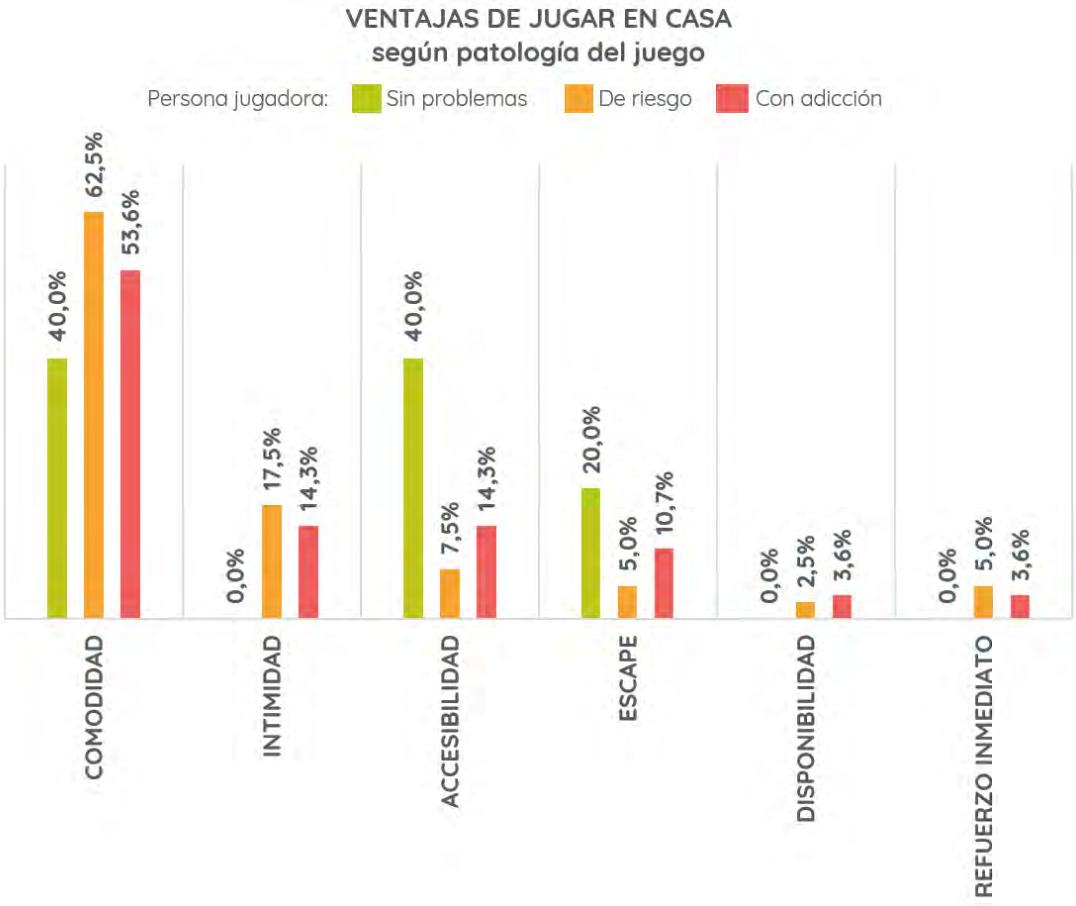


Figura 26. Ventajas de jugar en casa. Diferencias en función de la patología de juego

4.2.2. Ventajas de jugar en salones

DATOS GENERALES

Aunque siempre ha habido una amplia oferta de juego en la Comunitat Valenciana, a raíz de la Ley 13/2011 de regulación del juego el mercado no solo se ha abierto a las nuevas modalidades del juego telemático (el que depende de la DGOJ del Ministerio de Consumo), sino que el juego presencial (tanto tradicional como online) ha incrementado su presencia en centenares de nuevos salones. Ello se produjo porque las empresas que ofrecían juegos tradicionales ampliaron su oferta a juego online no solo telemáticamente, sino también en salones para competir con las multinacionales extranjeras del juego.

Así, Sportium depende del grupo CIRSA, Juegging del grupo Acrismatic, mientras que CODERE y ORENES tienen sus propios salones de juego. En la Memoria de Juego de la Generalitat Valenciana de 2018 aparecen registrados 426 salones de juego y 33 casas de apuesta, si bien quedan por abrir casi un centenar de salones que tienen aprobada la licencia, de manera que en la actualidad serán casi 600 locales en los que apostar a juegos tradicionales y online.

Se trata de auténticos minicasinos en los cuales, a excepción de los juegos de paño y ruleta mecánica, los clientes pueden acceder a toda la gama de juegos que se ofrecen en los casinos en máquinas de diferente catalogación.

Los locales disponen de servicios de hostelería y de otro tipo, así como un entorno que resulte atractivo a las personas que van a jugar.

Las ventajas de acudir a jugar a los salones que destacaron los entrevistados en la encuesta fueron las siguientes:

1. *"No te conocen/no te critican/compartes afición"*
2. *"Veo lo que pierdo/más emocionante/juego acompañado"*
3. *"Cuotas en directo y posibilidad de modificar las apuestas"*
4. *"Ver partido en directo, apostar en vivo y también jugar a galgos"*
5. *"Hacer algo diferente con amigos"*
6. *"La presencia de la máquina"*
7. *"Socialización/lugar de quedada con amigos"*
8. *"Comodidad"*
9. *"Ambiente estimulante: música, luces y las chicas que trabajan te conocen"*
10. *"Cobro en efectivo y al instante"*
11. *"Juego recreativo con amigos: ruleta y blackjack"*
12. *"Te diviertes más que apostando en casa"*
13. *"Es más fácil jugar con amigos"*
14. *"Hay variedad de juegos y puedes ver el juego de otros"*
15. *"Tienes que tener dinero efectivo para jugar"*
16. *"Puedes tomar algo gratis: copas, café, cena, lo que ahorras en el bar te lo gastas en apuestas"*

17. *“Es más difícil que te hagan trampas”*
18. *“Me despejo y gano más”*
19. *“Puedes conocer gente y tener apoyos”*
20. *“Apuestas con cabeza al ver lo que pierdes y te cortas de apostar más”*
21. *“Me gusta tener la apuesta impresa”*
22. *“Compartes tu victoria y fardas cuando ganas”*
23. *“Puedes ver partidos de pago”*
24. *“Accedes a las estadísticas de los diferentes partidos”*
25. *“Hacienda no me reclama parte de lo que gano”*
26. *“Te sientes como en una película”*

Los datos de la información analizada de la preferencia de juego en salones evidencian que las características que conforman el clima en los locales de juego y apuestas son muy relevantes a la hora de decantarse por desplazarse para jugar en ellos. Las personas que frecuentan estos locales para jugar lo hacen fundamentalmente por las ventajas percibidas asociadas al local, así como por la presencia de inductores de juego que se encuentran presentes en dichos locales. Ello conforma un clima atractivo para la persona jugadora y un ambiente que induce al juego, asociado a la creencia de que es más difícil que les hagan trampas en comparación con el juego en casa, ya que ellos están presentes y tienen las máquinas delante. Piensan que es menos confiable el software de un ordenador, aunque en realidad, todos los juegos están programados para que a la larga gane la casa y pierda el jugador.

Las señales comerciales que acompañan a estos locales también juegan un papel central en la concepción de actitudes favorables hacia el juego, al hacer que perciban estos espacios como lugares de ocio donde se ahorra en consumiciones y eso les permite hacer apuestas mayores. El nivel de inmersión también es crucial, hasta el punto de que alguno de los entrevistados informa “sentirse como en una película”. La diversión está presente en el juego en salones porque les permite jugar con amigos al mismo tiempo que se ve el juego de otros.

En el caso de las personas jugadoras que acuden solos a jugar a salones, llama especialmente la atención, lo importante que es para ellos jugar en un lugar donde están seguros de que nadie los juzgará porque todos comparten afición y se sienten acompañados. Una experiencia que les genera un mayor nivel de euforia y la falsa sensación de que se de despejan y ganan más. En definitiva, los datos sugieren que los sujetos que realizan el juego en salones están más motivados por la falsa sensación de mayor seguridad y el hecho de poder conocer gente que apoye su juego y no lo critique.

FACTORES DE SEGUNDO ORDEN

La agrupación de estas categorías en factores de segundo orden con un significado psicológico son las siguientes:

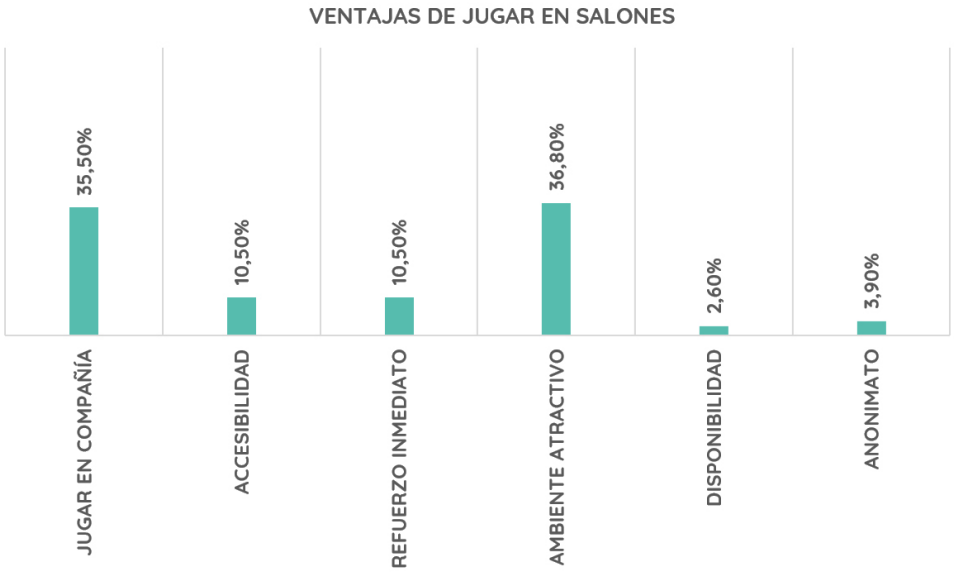


Figura 27. Ventajas de jugar en salones. Factores de segundo orden

DIFERENCIAS EN FUNCIÓN DEL GÉNERO

Las ventajas informadas en función del sexo indican que las mujeres muestran una mayor preferencia por el juego en salones, principalmente por: el juego en compañía, el ambiente atractivo, y la accesibilidad y disponibilidad. En el caso de los hombres, también prefieren los salones fundamentalmente por el ambiente y jugar en compañía, pero valoran más que las mujeres la posibilidad de ganar dinero de forma inmediata, mientras que la disponibilidad es menos relevante. No obstante, se trata de porcentajes pequeños. Parece que no hay grandes diferencias entre mujeres y hombres a la hora de valorar las ventajas de los salones de juego.

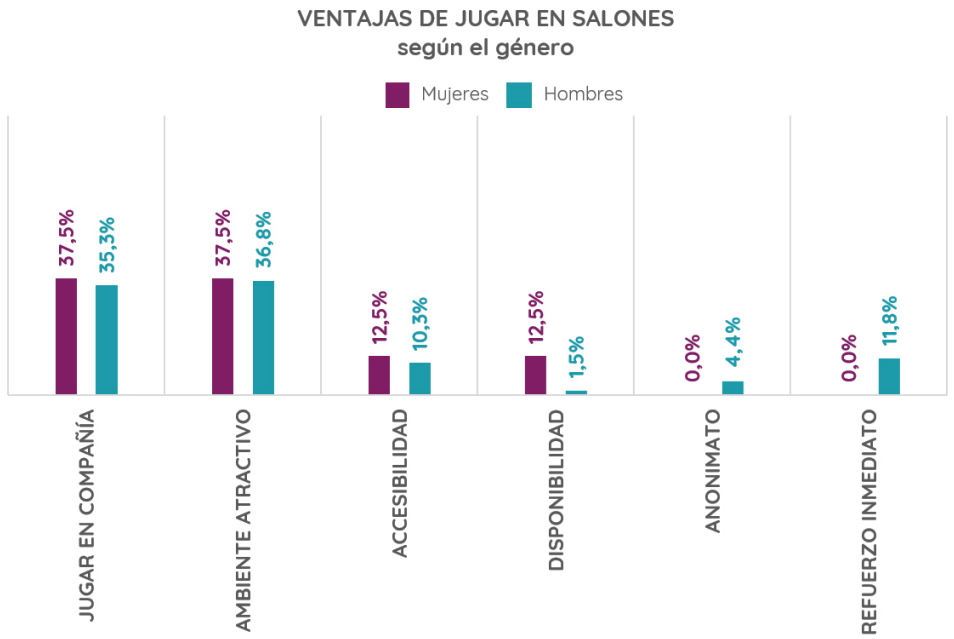


Figura 28. Ventajas de jugar en salones. Diferencias en función del género

DIFERENCIAS ENTRE GRUPOS DE JUGADORES

Las personas que no tienen problemas con el juego valoran especialmente el jugar en compañía, que es la principal ventaja para ellos con más del 85% de los casos, lo cual denota que lo que buscan en el juego es principalmente diversión y la socialización. En cambio, para el grupo de jugadores de riesgo (aquellos que presentan menos de tres criterios de la adicción), los factores que tienen mayor peso son: el juego en compañía y el clima de la sala de juego. Por último, para el grupo de jugadores patológicos ya no importa tanto ni la diversión ni jugar en compañía y no tienen ninguna relevancia el anonimato ni la disponibilidad. Lo principal es encontrar un ambiente proclive en el que apostar que, por otro lado está repleto de claves ambientales condicionadas al juego: ambiente atractivo, juego en compañía de otros, refuerzo inmediato y accesibilidad. En parte, influenciados por otros factores mediadores que pudieran incrementar la vulnerabilidad a las percepciones de riesgo dañino y la toma de decisiones inconsistente, como pudiera ser una historia de juego temprana, la presencia de un gran premio en las primeras veces y la normalización del juego en familiares que, en conjunto, llevarían a la priorización de estrategias de mucho riesgo. No obstante, lo paradójico en el jugador patológico es que el dinero es lo de menos, de hecho, cuando consiguen un premio sienten alivio porque van a poder continuar jugando más tiempo y esto supone realmente para ellos “un día de suerte”.

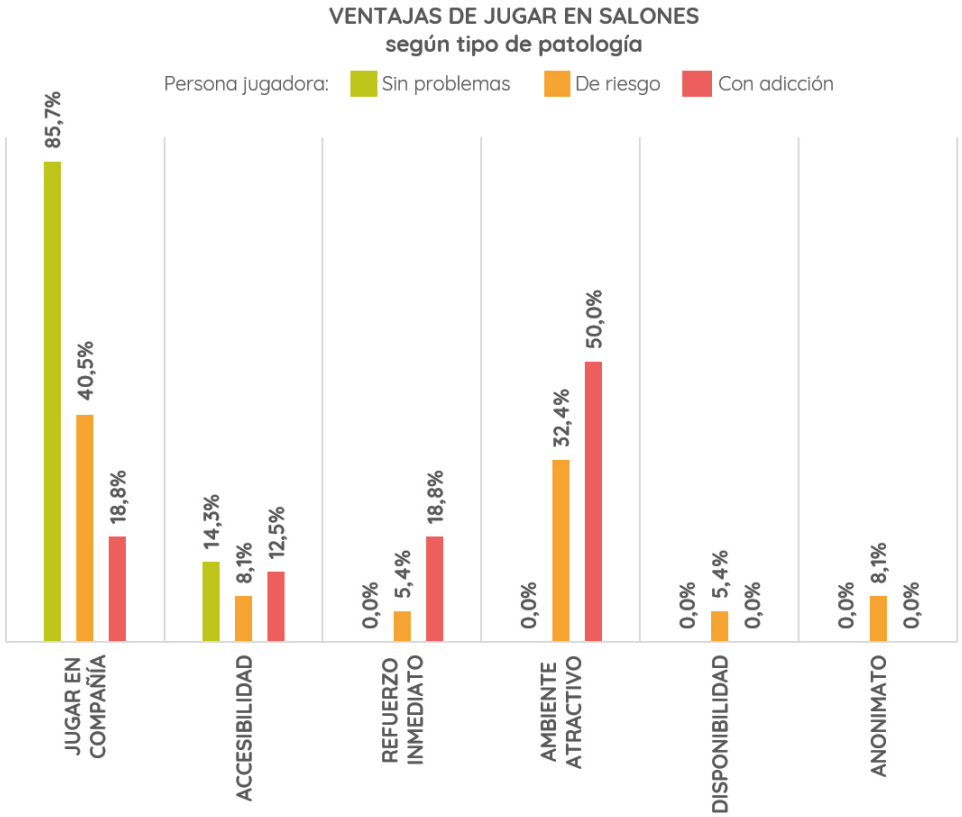


Figura 29. Ventajas de jugar en salones. Diferencias en función de la patología asociada

4.3. RIESGO PERCIBIDO DE LOS JUEGOS DE APUESTA

Conocer el valor que tiene el juego para las personas jóvenes permite avanzar en la comprensión de los principales factores de riesgo asociados a los problemas de juego que, sin duda, tendrán implicaciones prácticas para la prevención. Estas mismas ventajas que las personas jóvenes perciben que tiene el juego son las que generan una actitud proclive a jugar, a pesar de las consecuencias negativas que les está acarreando: pérdida de dinero, problemas sociales y familiares y adicción al juego.

En la encuesta realizada a las personas jóvenes se preguntaba directamente si pensaban que el jugar de forma habitual tenía riesgos. Las respuestas aparecen en las figuras siguientes:

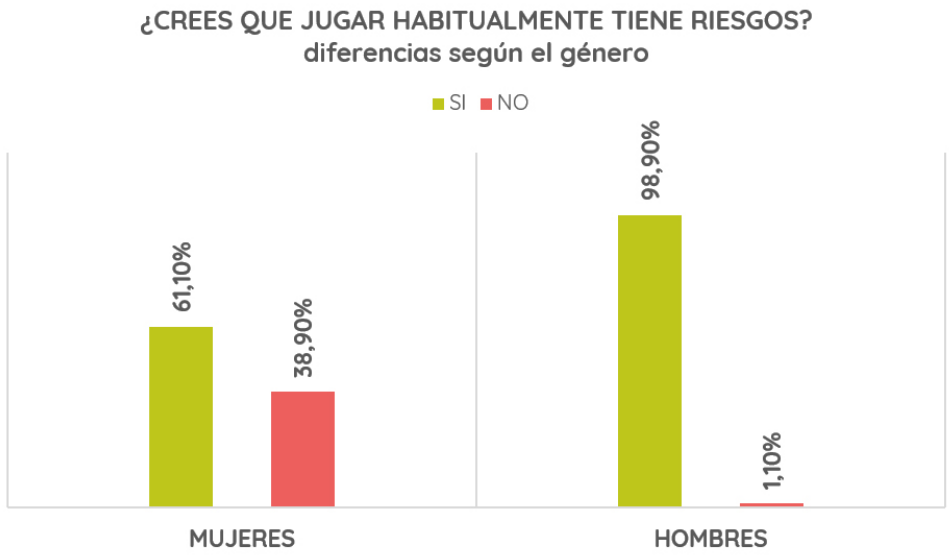


Figura 30. Percepción de riesgo. Diferencias de género

Resulta muy significativo que los hombres, que están mucho más expuestos que las mujeres al juego, y que además también tienen tasas de prevalencia de juego patológico más elevado, consideren casi en su totalidad que el jugar habitualmente tiene riesgos (98,9%). Y que casi el 40% de las mujeres, que tienen una menor incidencia de trastorno de juego y de exposición al mismo, consideren que jugar habitualmente no es peligroso.

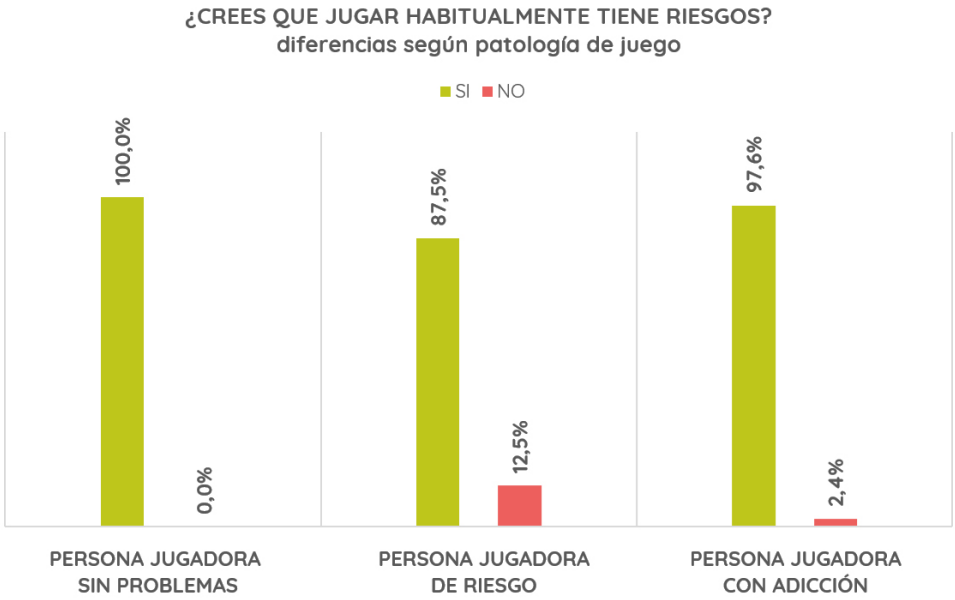


Figura 31. Percepción de riesgo. Diferencias según patología asociada

La mayoría de las personas encuestadas considera que el jugar habitualmente tiene riesgos. Si distinguimos entre los diferentes grupos, todas las personas que no tienen problemas con el juego piensan que, efectivamente, el jugar excesivamente tiene riesgos, lo cual podría hacer pensar que la percepción de riesgo tiene un papel protector, pero sin embargo la práctica totalidad de las personas jugadoras patológicos y la gran mayoría (87,5 %) de las personas jugadoras de riesgo también lo piensa, lo cual indica que la percepción de riesgo no es una variable que tenga demasiada influencia en reducir la incidencia de los problemas de juego. Se da la circunstancia de que la mayoría de las personas jugadoras de riesgo que piensan que el juego no acarrea problemas son mujeres, de lo cual se deduce, de nuevo, que la percepción del riesgo tiene un papel limitado en la prevención de la adicción al juego, puesto que las mujeres son las que menos se exponen. Se trata, sin duda, de un tema sobre el que hace falta más investigación al respecto.

Los principales riesgos del juego que señalan las personas que fueron encuestadas se pueden agrupar en cuatro grandes categorías:

1. **Generan adicción. Frases como "pierdes el control", "cada vez necesitas jugar más", "necesitas jugar para recuperar lo perdido", etc.**
2. **Problemas psicológicos: "cambio de humor"; "suicidio"; "sentimientos de culpa, tristeza", etc.**
3. **Pérdidas económicas: "pierdes todo el dinero"; "te quedas en la ruina"; "te juegas el dinero de las necesidades básicas"; "falta de conciencia del dinero perdido"**
4. **Pérdidas familiares y repercusión social: "te quedas solo"; "te juzgan socialmente"; "destrozo de la familia", etc.**

Las figuras siguientes representan gráficamente cada uno de los riesgos que describen las personas encuestadas, así como las diferencias por género y en función de los problemas generados por el juego

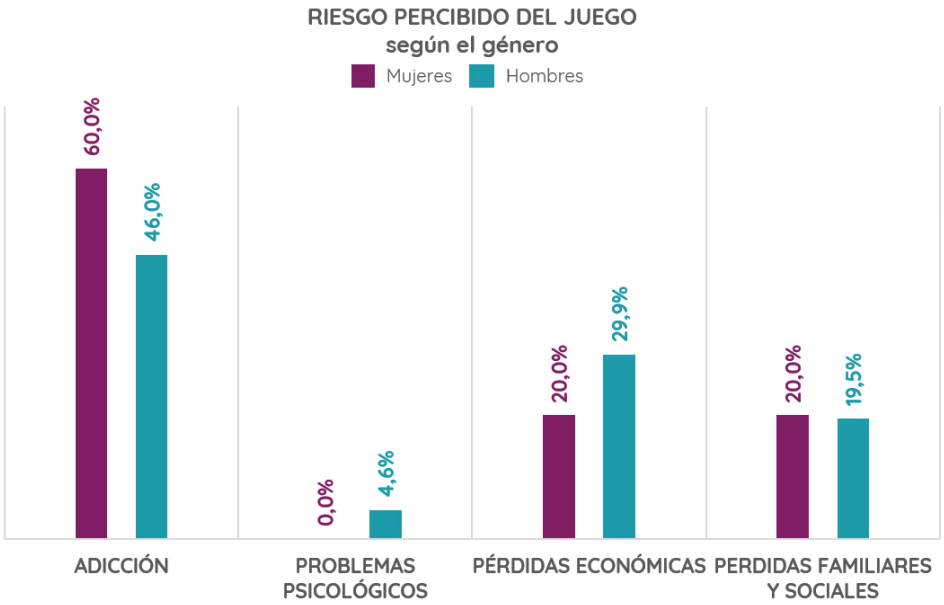


Figura 32. Consecuencias negativas del juego. Diferencias de género

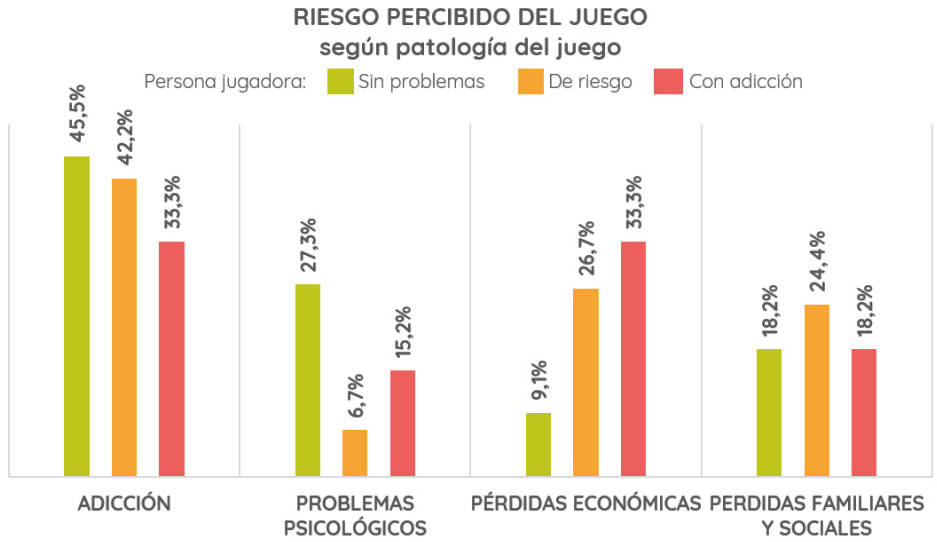


Figura 33. Consecuencias negativas del juego. Diferencias según patología asociada

No hay diferencias entre mujeres y hombres en cuáles son las consecuencias de jugar habitualmente, ya que en ambos casos el principal riesgo que perciben es que el juego habitual provoca adicción, lo cual es una certeza que ha sido demostrada científicamente. En segundo lugar ocuparían las pérdidas, tanto económicas, como de calidad de las relaciones interpersonales.

Las únicas diferencias ocurren cuando se analiza el riesgo percibido por parte de los diferentes grupos ya que, si bien la adicción es la principal consecuencia negativa del jugar habitualmente, las personas con problemas de adicción al juego valoran igualmente las pérdidas económicas, probablemente porque eso ya les ha afectado. Es preciso tener en cuenta que todos los juegos están pensados para que a la larga gane la casa y pierda el jugador. Las personas con problemas de adicción al juego lo hacen con mucha frecuencia y, de hecho, son la principal fuente de ingresos de las casas de juego, puesto que son quienes más dinero pierden.

4.4. PUBLICIDAD

4.4.1 La publicidad y la inducción a jugar

La publicidad es el recurso principal de las empresas para presentar un producto de forma que resulte atractivo para el consumidor, con el objetivo de que se lleven a cabo las conductas necesarias para obtenerlo, que generalmente tienen un coste económico.

Para la juventud actual los medios de comunicación ejercen un papel fundamental no solo en la generación de actitudes proclives al consumo, sino también sobre nuevas formas de relacionarse e interactuar, que va a ser uno de los valores añadidos que las empresas de juego incluyen en sus productos.

Uno de los ejemplos más característicos de este fenómeno es la **normalización de las apuestas deportivas entre las personas jóvenes**, lo cual ha generado que se entiendan –erróneamente- como un tipo de juego donde el conocimiento de los deportes y la destreza en el estudio y la planificación previa a la apuesta pueda suponer una ventaja para la persona que hace la apuesta. Además, cuando el azar se une con el incentivo económico, se genera un potente factor motivador que hace que estén dispuestos a correr el riesgo de invertir para obtener más dinero del que han gastado.

La publicidad asociada a figuras de éxito del deporte y personajes conocidos ha dado un valor añadido a estos juegos y ha favorecido el que se entiendan como una forma de ocio que está ampliamente reconocida (y promocionada). Esta publicidad de juego online es, además, mucho más intrusiva, ya que se manifiesta por canales online en los que se mezcla publicidad con técnicas de marketing que inciden en los procesos cognitivos y afectivos especialmente relevantes en la génesis de la adicción. Nos referimos, entre otros, a los sesgos cognitivos que afectan a las experiencias, las creencias y la relación de las personas jóvenes con el juego online.

Las **atribuciones y expectativas** justifican la conducta de juego, la orientan y generalmente favorecen que se mantenga. Lo que ocurre es que, al igual que acontece con otras cuestiones vitales tan importantes como la felicidad, el ser humano no se comporta de forma estrictamente racional. Incluso en los procesos puros de razonamiento no se aplica la lógica precisa que guía el funcionamiento de los ordenadores, sino que nos manejamos con heurísticos cognoscitivos, es decir, atajos mentales que sirven para adaptarnos a un entorno con una información difusa e inmensa, que redundan en una mayor eficiencia, pero que en ocasiones pueden "jugarnos" malas pasadas. Las personas no solemos entender bien conceptos de probabilidad. Incluso acostumbramos a tomar decisiones sin atender a las mismas. Para agravar todavía más el problema, la propia estructura y funcionamiento de los juegos de azar afectan severamente a la estimación de probabilidad, todo lo cual tiene como consecuencia el que se favorezca seguir jugando, a pesar de que lo más sensato sería dejarlo.

Cuando se hace evidente que el juego solo provoca pérdidas económicas, malestar emocional y es la principal causa de las discusiones familiares y de los problemas laborales, pero al jugador le resulta imposible dejarlo, la forma de superar esa grave incongruencia es justificando la conducta a través de la distorsión de los pensamientos. Sesgos cognitivos del tipo "otra vez será", "no era mi día de suerte" y "casi gano", tan creíbles como falaces, sirven para mitigar la angustia psicológica que provoca la disonancia cognitiva y para mantener la conducta desadaptativa.

Los **principales sesgos cognitivos** implicados en la adicción al juego y que son inducidos por la publicidad pueden clasificarse en tres grupos:

1. **Sesgos sobre el control.**

   Se trata de la creencia de que se poseen habilidades o recursos personales que le permiten ganar en el juego más de lo que sería previsible por puro azar, por el hecho de tener alguna estrategia que le permite influir en el resultado. Los más característicos son la **ilusión de control**, que es la creencia de que llevando a cabo ciertas estrategias o rituales es más probable que aparezca el evento que se ha apostado; o la correlación ilusoria o **pensamiento mágico**, que se trata de pensar que es la confluencia de ciertos elementos lo que induce a la aparición de dicho evento.

2. **Sesgos de predicción.**

   Son creencias erróneas acerca de la posibilidad de acertar en la predicción de la aparición del evento. Dichos errores se refieren a las propias características de los estímulos (heurísticos de representatividad o familiaridad, falacia del jugador), o de las características personales propias, de entre los cuales el sesgo del experto quizá sea el más característico y el que tiene más relevancia en las personas jóvenes con el juego online.

3. **Sesgos de interpretación.**

   Se trata de explicaciones de los resultados que condicionan las siguientes apuestas: explicaciones a posteriori, confusión entre azar y suerte o fijación de las ganancias.

   En el caso del juego online, la publicidad se centra sobre todo en el sesgo del experto. Si se analizan algunos de los anuncios, se evidencia una clara incitación al consumo apelando a que las apuestas se deben hacer de forma racional, fría y sin dejarse llevar por la emoción, lo cual es incongruente con el hecho en sí de apostar en vivo durante la celebración de un evento deportivo, puesto que en estas circunstancias lo que impele a la apuesta es el impulso provocado por la situación de competición. Además, muchos de los anuncios apelan a la confianza en la marca, avalada con sellos (algunos de ellos de juego responsable), por la relación entre la empresa de juego y equipos de fútbol de prestigio, etc. lo cual induce a pensar que se trata de una empresa con solera en este tipo de actividades y que, por lo tanto, el jugador tendrá más posibilidades de ganar.

   En todos estos casos, se trata de falacias, ya que es harto improbable disfrutar de la actividad apostando por ella y actuar fríamente, sin dejarte llevar por la pasión. En muchos casos, pero especialmente en el juego, la toma de decisiones es emocional y las pasiones no dejan realizar cálculos fríamente que, además, suelen ser bastante complejos en el caso del juego. De hecho, si la decisión de apostar fuera estrictamente racional, nunca se debería apostar, puesto que la esperanza matemática siempre es favorable a la empresa de juego.

En definitiva, la lógica de quien gestiona el juego es invitar al jugador a analizar datos y calcular, lo cual puede resultar fascinante y provoca una necesidad de apostar, haciendo creer que se tiene algún tipo de control gracias a su habilidad, lo cual incrementa el potencial adictivo del juego. Todo esto, apelando al juego a jóvenes, quienes tienen más dificultades en la planificación y el control de las conductas adictivas y que piensan, además, que tienen más capacidad en la predicción y control y que las consecuencias de los errores tienen menos importancia de lo que realmente tienen.

4.4.2 La regulación de la publicidad del juego en España: el cuento de nunca acabar

En España el tema de la publicidad y el juego online es una **cuestión controvertida** por varios motivos. Cuando se legalizaron los bingos, casinos y tragaperras, se restringió su publicidad debido a su potencial riesgo de generar ludopatía. Décadas después aparece el juego online sin ningún tipo de amparo legal y no solamente se permite que se ofrezca, sino que además se publicita ampliamente. Se da la circunstancia de que se mantiene la restricción de la publicidad para el juego legal y el online, que era ilegal, se permite su publicidad.

Todo esto se ha hecho, además, en ausencia de un reglamento de publicidad sobre el juego online, hasta el punto de que el **Estado ha dejado en manos de la propia industria su propio código de autorregulación a través de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial** (una entidad denominada Autocontrol) que, con independencia de su utilidad y sin poner en duda su credibilidad, no puede sustituir la actividad del legislador, ni el gobierno cesar en su responsabilidad de proteger a los ciudadanos, mediante la regulación de una actividad que puede provocar adicción. La Ley 13/2011 de regulación del juego obligaba a que se regulara la publicidad del juego antes de otorgar las preceptivas licencias para operar. Sin embargo, a día de hoy todavía no existe un reglamento de publicidad, a pesar de que ha habido tres borradores de Real Decreto: en febrero de 2015, noviembre de 2017 y febrero de 2020. Parece que el Gobierno lo tiene difícil a la hora de intentar regular la publicidad del juego.

En el Anexo se expone el Anteproyecto de real Decreto de Comunicaciones Comerciales de febrero de 2020 y las alegaciones presentadas desde la Unidad de Investigación: "*Juego y Adicciones Tecnológicas*"

El **juego online**, además, se transmite por canales y condiciones que afectan a las escasas reglas que impone la Ley General de Publicidad para restringir su exposición a los menores de edad, ya que se publicita en medios escritos sin ningún tipo de limitación en espacios determinados, sin respetar las franjas de protección infantil en la radio al retransmitir partidos de fútbol, sin limitación es espacios públicos y, sobre todo, a través de Internet con anuncios, banners, etcétera.

Todo esto, en lo que se refiere a horarios y formatos publicitarios. Pero existe otro aspecto fundamental de la publicidad que afecta principalmente al juego online y que es necesario tener en cuenta, en la medida que incita a un consumo adictivo. Se trata de los sesgos que induce la publicidad, y a los que se ha hecho referencia previamente. Estos son, entre otros, el sesgo del

experto y la confianza en la marca, que son dos de los heurísticos responsables de conductas de riesgo y mantenimiento de la adicción.

Finalmente, la importancia que las empresas del juego le otorgan a la publicidad y promoción se evidencia por el hecho de que en 2019 los **gastos de las empresas de juego online en promoción** fueron de más de 300 millones de euros, mientras que su aportación por el Impuesto sobre Actividad de Juego no llegó a 60 millones, lo que da cuenta de la desproporción entre lo que dedican a publicidad y gastos promocionales y lo que el juego online aporta a las arcas públicas, que es mucho menos de lo que tributa cualquier otro juego presencial. Todo eso con el agravante de que muchas de ellas están radicadas en paraísos fiscales y de que los gastos de operación son mucho menores. Esto hace que se devuelva proporcionalmente más dinero al jugador (en torno al 95%) lo cual, lejos de ser un beneficio, es un riesgo para adicción, puesto que, efectivamente, las personas jugadoras proporcionalmente ganan más que con otros tipos de juego. Pero a la larga, siempre pierden.

Al igual que en las tres primeras condiciones ambientales (intimidad, comodidad y consumo de sustancias), el resto de variables (disponibilidad, accesibilidad y publicidad) pueden modificarse mediante las adecuadas políticas de juego que regulen esta actividad teniendo como principal objetivo la salud de los ciudadanos y previniendo la aparición de trastornos como la adicción al juego. Solo hace falta la voluntad de llevarlo a cabo. Conocimientos sobre cómo hacerlo, la ciencia ya aporta de sobra. Un ejemplo de ello aparece en las alegaciones que se presentaron por parte de la Unidad de Investigación: "Juego y Adicciones Tecnológicas" de la Universitat de València al proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales y Juego Responsable en noviembre de 2017 y que se muestra al final de este apartado.

4.4.3 Percepción de la publicidad por parte de las personas jóvenes de la Comunitat Valenciana

Los resultados obtenidos sobre la pregunta ***"¿Qué es lo que vende la publicidad del juego online?"*** demostraron la influencia de la publicidad para destacar los estímulos que han normalizado las apuestas entre jóvenes:

1. ***"Bonos para jugar/promoción de dinero gratis"***
2. ***"Dinero fácil y rápido/sin esfuerzo"***
3. ***"Emoción y hacerte rico fácil y rápido"***
4. ***"Ganar dinero rápido si eres bueno"***
5. ***"Diversión, socializar y ganar dinero/dedicación profesional"***
6. ***"Emoción por ganar y falsas expectativas"***
7. ***"Si apuestas, ganas"***
8. ***"Vida idílica"***
9. ***"Induce a jugar excesivamente"***
10. ***"Ganar dinero fácil/entretenimiento/bonos que inducen a jugar excesivamente"***

11. *“Ganar fácilmente y mayor disfrute del deporte, felicidad”*
12. *“Éxito y glamour”*
13. *“Mejores cuotas”*
14. *“Ganancias aseguradas”*
15. *“Muestran gente ganadora para que juegues”*
16. *“Asociación apuesta-esfuerzo”*
17. *“Diversión, obtención de dinero fácil y, si no tienes, te dan bonos”*
18. *“Riqueza y felicidad”*
19. *“Es bueno jugar porque está de moda”*
20. *“Es fácil apostar”*
21. *“La creencia de que apostar es un deporte”*
22. *“Uso de señuelas de alcohol barato y acceso a mujeres”*
23. *“Experiencia positiva de apostar mientras ves el fútbol”*

Llama especialmente la atención los personajes famosos que recuerdan vinculados a la publicidad de juego, siendo los más destacados:

1. Carlos Sobera
2. Cristiano Ronaldo
3. Julio Maldini
4. José Coronado
5. Jorge Javier Vázquez
6. Iniesta
7. Rafa Nadal
8. Cholo Simeone
9. Josef Ajran
10. Lucas Vázquez
11. Gerard Piqué
12. Belén Esteban
13. Neymar
14. Los personajes del “Chiringuito de Jugones”

Figura 34. Personajes más recordados por su participación en la publicidad del juego

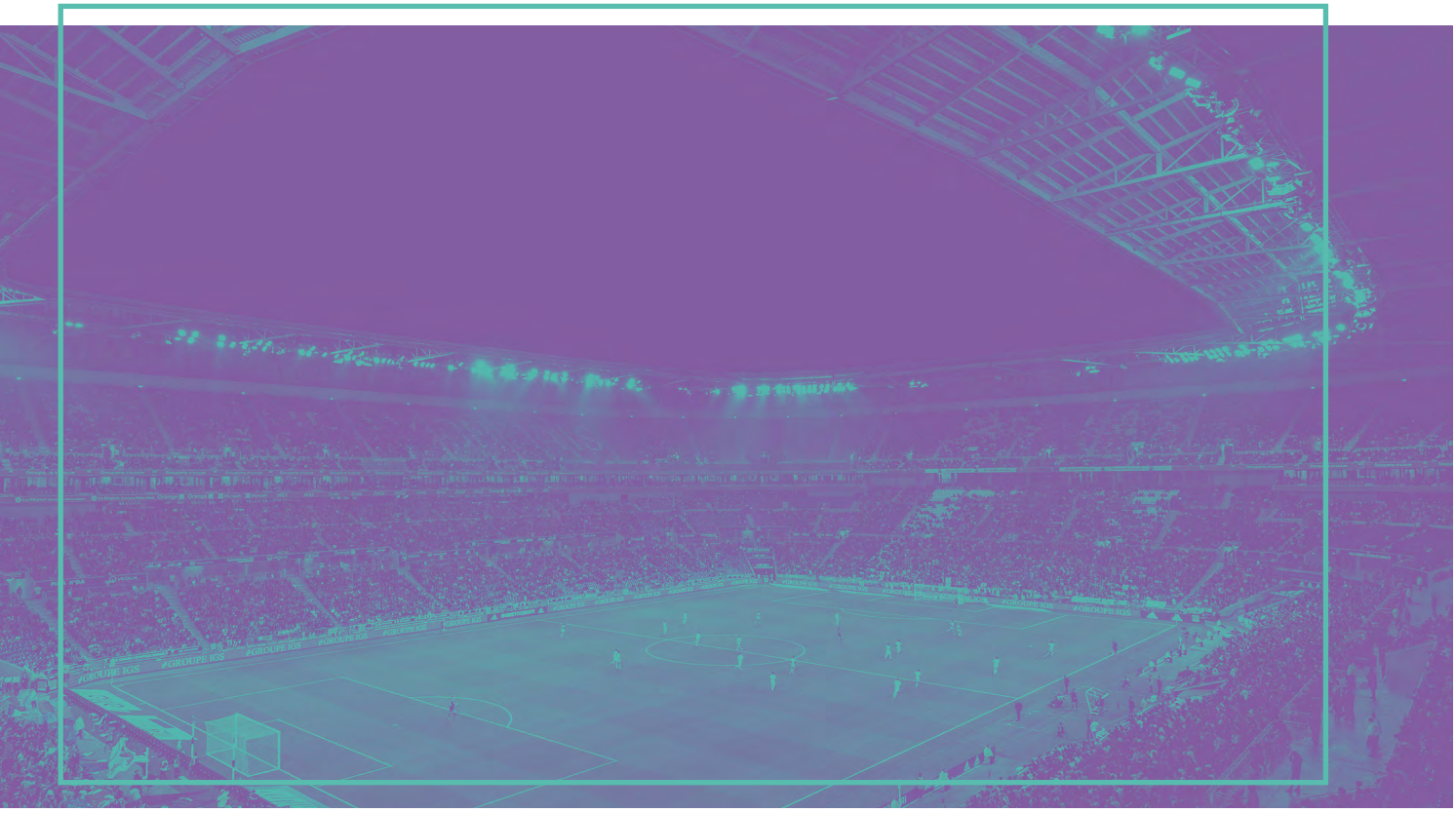
Los participantes del estudio manifestaron conocer al menos una veintena de páginas webs para acceder al juego online, siendo la más valorada, la operadora de apuestas deportivas Bet365 porque "*contiene todos los mercados para apostar, no te limitan las apuestas, ofrecen buenas cuotas y la aplicación del móvil es muy buena. Además, es la que recomiendan los tipsters de Instagram, es rápida, fiable, segura e informa de los partidos en directo. Ofrecen bonos sustanciales, pagan en 24 horas y no necesitas desplazarte a una sala para jugar*".

La mayoría de lo que las personas jóvenes indican como ventaja son evidentes riesgos para la adicción:

- Contiene todos los mercados para apostar: **DISPONIBILIDAD**
- No te limitan las apuestas: **RAPIDEZ DEL JUEGO**
- Ofrecen buenas cuotas: **SESGO DEL EXPERTO**
- Aplicación del móvil es muy buena: **ACCESIBILIDAD**
- Es la que recomiendan los tipsters de Instagram: **SESGO DEL EXPERTO**
- Es rápida: **INMEDIATEZ**
- Es fiable, segura: **SESGOS COGNITIVOS**
- Informa de los partidos en directo: **INMEDIATEZ**

Las razones informadas abiertamente a la pregunta ***"¿Por qué disfrutas más de la competición al apostar?"***, fueron las siguientes:

1. ***"Es un pique, si sigues los equipos y la liga puedes predecir mejor y, si aciertas, demuestras que sabes de fútbol. Aunque siempre hay una parte de suerte"***
2. ***"Al no ser fanático del fútbol, la posibilidad de ganar dinero con ello me resulta más emocionante"***
3. ***"Por la adrenalina que supone, sobre todo si es tu equipo el que gana y se cumple lo apostado"***
4. ***"Hace que siga cada minuto con interés y concentración"***
5. ***"Como hay dinero en juego, disfrutas más el partido y te concentras"***
6. ***"La posibilidad de ganar dinero supone un extra de motivación y aporta tensión y diversión"***
7. ***"Me siento más involucrada y con más interés en lo que va ocurriendo, quién marca, cuando, etc."***
8. ***"Puedes ganar dinero haciendo algo que, además, te gusta de normal"***
9. ***"Te activa mucho y hace que estés más pendiente del partido al tiempo que ya estás pensando en la siguiente apuesta"***
10. ***"Sientes más emoción: es como estar jugando un partido paralelo contra ti mismo"***
11. ***"El dinero de la apuesta lo hace más emocionante"***
12. ***"Porque si no juega mi equipo, la posibilidad de apostar me anima a hacerlo a un equipo u otro indistintamente"***
13. ***"Le añade emoción extra si puedo ganar, incluso en partidos de equipos que no me importan"***



Por último, en base a la información analizada sobre la pregunta "***¿Por qué no disfrutas con la misma emoción si no apuestas?",*** los datos indican unas razones muy claras asociadas a la dimensión económica del juego online: "No hay posibilidad de ganar dinero" y "Pierde el aliciente y la emoción"

Además, la mayoría de la muestra estudiada informa de haber accedido al juego sin intención, provocado mayormente por la publicidad emergente a través de Internet, incluso mientras pretendían realizar actividades o consultas que nada tenían que ver con los juegos de azar:

1. **"Saltó la publicidad emergente y me entraron ganas de jugar"**
2. **"Saltó la publicidad emergente mientras buscaba ver una película o serie para ver, pero no jugué"**
3. **"A menudo, salta la publicidad de juego mientras ves algún video en youtube, empiezas a revisar cuotas y al rato te preguntas: ¿qué hago aquí si yo no quería apostar?**
4. **"Se abrió la publicidad de juego, me quedé a curiosear y al final aposté"**
5. **"Salta la publicidad buscando tu propio perfil aunque no busques jugar"**
6. **"Pop ups al descargar una canción"**
7. **"Saltó la publicidad y entré sin querer, pero me pidieron datos y eso hizo que no jugara"**
8. **"Se abrió la publicidad sin buscarlo y volví a jugar tras un tiempo sin hacerlo"**
9. **"Salta la publicidad sin poder evitarlo, comienzas a mirar las cuotas y si hay algo que te llama la atención y tienes dinero, ya está: juegas"**
10. **"Saltan anuncios muy abusivos a pesar de que no los busques"**

4.5. MARKETING Y TÉCNICAS PROMOCIONALES

Gracias al desarrollo de las técnicas de marketing digital de las empresas de juego online, estas comienzan a **promocionar el negocio introduciendo bonos de juego** enfocados al reclamo económico de cada producto, la experiencia que busca el jugador y presentándose como embajadores de la marca y patrocinadores de los clubs deportivos más prestigiosos.

El modelo de negocio del juego online se basa en el diseño de juegos que no son justos, lo cual quiere decir que, tanto en casinos, póquer o apuestas deportivas online, la empresa que organiza el juego, a la larga siempre gana. Si nos centramos en el modelo de negocio de las apuestas deportivas online, las cuotas se prediseñan mediante algoritmos que permiten a la operadora de apuestas presentar las cuotas o pronósticos no solo basándose en probabilidades, sino incorporando un margen que les asegure ganar un determinado beneficio por las apuestas en su conjunto. De lo contrario, no habría negocio. En el caso de las apuestas cruzadas, todavía es más segura e inmediata la ganancia, puesto que se cobra directamente mediante un porcentaje, a modo de comisión de cada operación realizada.

Los juegos de casino son muy rentables, ya que las jugadas se suceden con mucha rapidez, lo que supone que el jugador gasta mucho en un corto periodo de tiempo. Por este motivo, la mayoría de empresas ofrecen todas las modalidades de juego online (póquer, bingo, apuestas y juegos de casino) en lo que se pueda establecer lo que las empresas denominan "rejuego", que no es otra cosa que volver a apostar lo que previamente se ha ganado, en lugar de cobrarlo.

Para mantener esa tensión en el juego las empresas buscan ofrecer las motivaciones y experiencias de los clientes potenciales, se diseñan las comunicaciones comerciales y las técnicas de marketing para atraerlos y, una vez se inician, retenerlos mediante los premios promocionales constantes que ofrecen a través de los bonos, entre otras técnicas.

En el caso concreto de los bonos, estos se basan en lo que en psicología del aprendizaje se conoce como "muestra del reforzador" y que fue descrito en la década de los sesenta del pasado siglo por Ayllon y Azrin. Este procedimiento se utiliza para desarrollar hábitos que no se encuentran en el repertorio conductual de las personas. Con esta técnica se pretende que se asocie una determinada actividad con la obtención de una recompensa, asociación que resultaría muy poco probable de conseguir por medios más convencionales y, por lo tanto, sería difícil que apareciera de forma natural, aunque se promocionara con información u otras técnicas. Los ámbitos habituales en los que se ha aplicado este procedimiento han sido los educativos, clínicos y comunitarios, promoviendo conductas funcionales y saludables, generalmente en personas con discapacidad o riesgo de exclusión social.

Los operadores de juego, sin embargo, utilizan esta técnica para inducir y consolidar una conducta de consumo excesiva en una población que difícilmente llegaría a adquirir este hábito a través de las fórmulas publicitarias convencionales.

Así pues, el objetivo está claro: que el jugador inicial se registre con el incentivo del bono que incrementa su dinero para apostar. La consecuencia para el jugador es entrar en una espiral adictiva, debido a los requisitos que las empresas obligan con respecto al bono: "depositar dinero –

apostar - depositar más dinero". Tras esto, retener al jugador es crucial y, de nuevo entran en juego toda una amplia gama variada de bonos diferentes a los de bienvenida que marcan las acciones de marketing para retener al jugador.

Dichos bonos se suelen ofrecer a través del correo electrónico o mediante mensajes de móvil a clientes ya registrados que han agotado el bono de bienvenida inicial y/o llevan un tiempo sin jugar. De esta manera, el mensaje que se transmite se construye para animar a un cliente potencial a iniciarse o continuar jugando y ganar con "dinero gratis".

Más allá de la confianza en la marca, el factor relevante es el atractivo del bono que hará que el potencial jugador tome la decisión de registrarse en una u otra web. Sin embargo, la empresa también sabe que el jugador muy pocas veces lee la letra pequeña y no es consciente de los requisitos de apuestas vinculados al bono que acaba de adquirir: apostar por el valor del bono con dinero real por un número determinado de veces que marca cada operador.

TIPOS DE BONOS

De bienvenida	Se activa realizando un primer depósito de dinero real en la cuenta de juego.
De recarga	Se ofrecen semanalmente para incitar que se vuelva a jugar y están basandose un porcentaje sobre el depósito.
De lealtad/fidelización	Club VIP que compensa a las personas jugadoras más leales regalando generosos bonos según su nivel VIP (gasto)
High Rollers	Es para a persona que gasta mucho en casinos y para conservarlo y fomentar el juego se le ofrecen generosos bonos por depósitos superiores a 500€ o 1.000€.
Invita a un amigo	Bono para el jugador que consiga que un amigo se registre, abra una cuenta y deposite efectivo.
Reembolsos/devoluciones	Se obsequian a las personas jugadoras que han perdido durante la sesión de juego para fomentar que siga jugando cuando flaquea la liquidez.

Figura 35. Principales tipos de bonos ofertados por las casas de juego

En definitiva, la estrategia de los bonos es clara: fomentar el depósito inicial de efectivo en la cuenta de juego y generar la urgencia del uso del bono, alertando de su fecha de caducidad. Sin embargo, las condiciones de los bonos se presentan de forma ambigua e inducen a malentendidos, lo cual hace que muchos jugadores no sepan que, si no cumplen los requisitos de apuestas, no podrán cobrar. Es más, si el jugador se da cuenta en algún momento de las cantidades efectivas que debe depositar para lograr obtener las ganancias suficientes como para poder cobrar, desiste y se dispone a sacar su efectivo, automáticamente se le cancela la cuenta de juego. Por lo tanto, cuánto más restrictivas sean estas condiciones, mayor es la rentabilidad para la casa de juego por cada cliente nuevo.

RESULTADOS SOBRE EL USO DE BONOS

Los resultados obtenidos relacionados con las diferencias del uso de bonos en función del sexo son significativos e indican que los varones, son los que hacen un mayor uso del juego:

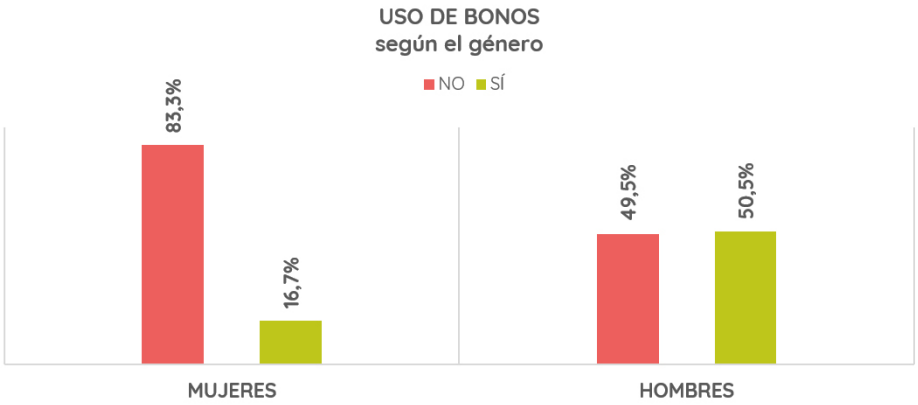


Figura 36. Porcentaje de jugadores que han usado bonos. Diferencias según género

La utilización del potente producto comercial del bono también difiere significativamente en función de las tipologías de jugadores analizadas: jugadores sin problemas, jugadores de riesgo y jugadores patológicos o adictos al juego.

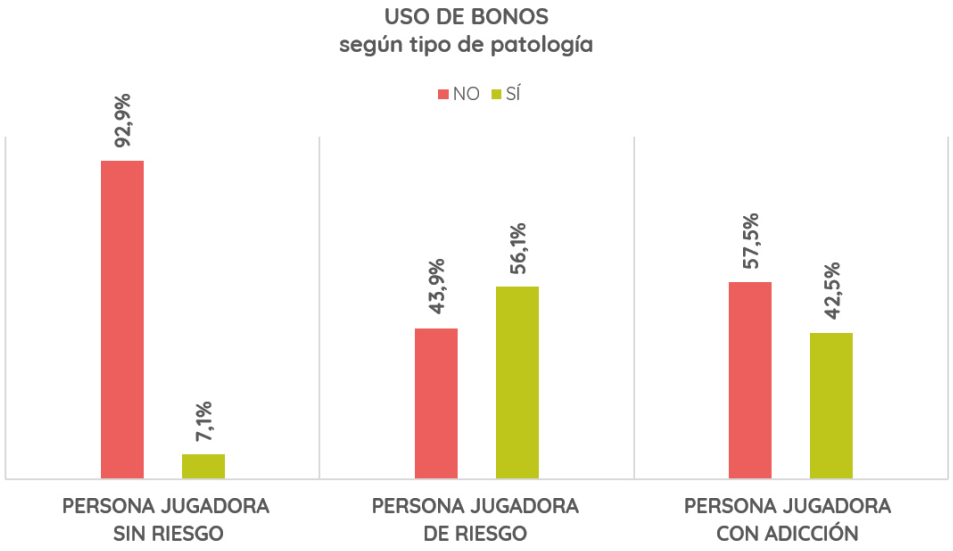


Figura 37. Porcentaje de jugadores que han usado bonos. Diferencias según patología asociada

Comparativamente, el porcentaje más elevado de uso de bonos aparece en las personas jugadoras de riesgo, aquellos que ya tienen un patrón de juego habitual que supone un elevado riesgo para convertirse en jugadores patológicos. Los datos son congruentes con la rápida evolución del paso del juego recreativo al juego habitual, tal y como muestra el incremento de los porcentajes de uso del bono que, sin duda, corresponden a un cambio motivacional fundamental: ya no juega por diversión, sino porque ha entendido –erróneamente- que puede ganar dinero con el juego. De esta manera, busca hacer uso de los premios promocionales con el fin de hacer apuestas más elevadas y acceder a premios más sustanciales (ver Figura 35, sobre la función de los bonos). En cambio, el porcentaje de uso de bonos en las personas jugadoras patológicos decrece, lo cual supone un hallazgo congruente con el hecho de que las promociones dejan de ser importantes cuando ya se ha perdido el control del juego y existe una dependencia. No obstante, la experiencia clínica indica que, a pesar de que el bono deja de ser un factor relevante cuando ya existe la adicción, sí supone una opción interesante, en tanto que su utilización les va a permitir satisfacer su deseo intenso de juego durante más tiempo.

RESULTADOS SOBRE LA UTILIDAD DE LOS BONOS

Llama la atención que en ambos grupos de jóvenes hombres y mujeres utilizan los bonos, principalmente, para apostar más. En el caso de las mujeres, esta es la única razón que informan para su uso. No obstante, los hombres van más allá y también utilizan los premios promocionales con otros fines: a) hacer mayores apuestas con menos dinero, b) porque creen erróneamente que es una ventaja que se les regala cuando depositan efectivo, c) que les puede hacer ganar más, aunque reconocen que han tenido que seguir depositando más efectivo, d) para cobrarlo en algún momento, e) por la posibilidad de apostar sin gastar dinero y f) para no tener que meter la tarjeta bancaria.

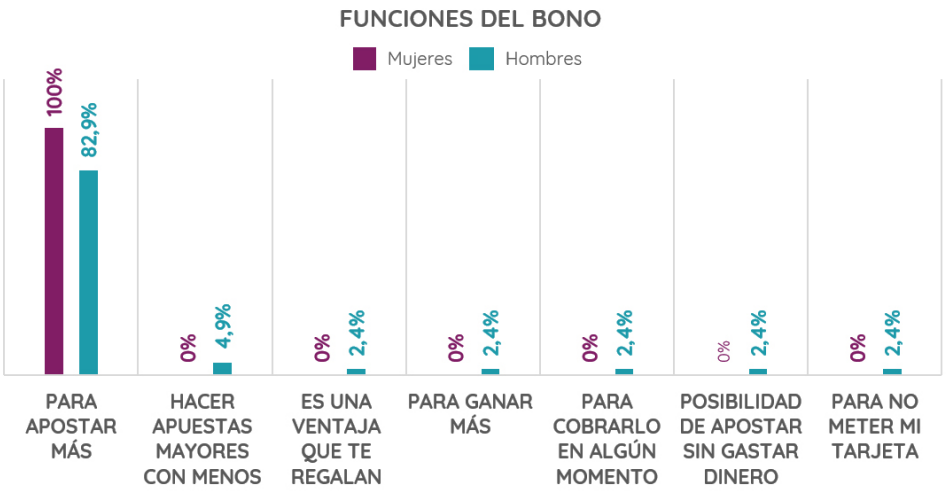


Figura 38. Funciones del bono. Diferencias según género

4.6. LA ADMINISTRACIÓN, LAS EMPRESAS Y EL JUEGO RESPONSABLE

Según aparece en la página web de la DGOJ, "*El Juego Responsable consiste en la* ***elección racional y sensata*** *de las opciones de juego, que tenga en cuenta la situación y circunstancias personales del jugador, impidiendo que el juego se pueda convertir en un problema. El Juego Responsable implica una decisión informada y educada por parte de los consumidores con el único objetivo del entretenimiento, la distracción y en el cual* ***el valor de lo jugado no supera nunca lo que el individuo se puede permitir…*** *El Juego Responsable es una* ***actividad de ocio y entretenimiento*** *y nunca interfiere en las obligaciones sociales, profesionales o familiares*".

Y continúa con una serie de recomendaciones, tales como las siguientes:

1. *"Juega por diversión, no por dinero o para evadir problemas.*
2. *No persigas o intentes recuperar las pérdidas.*
3. *Juega para divertirte, disfruta al ganar pero considera que también puedes perder.*
4. *No pidas dinero prestado para jugar.*
5. *Juega solo el dinero que hayas decidido destinar a la diversión. No utilices nunca el dinero que destines habitualmente a sus gastos fijos, como comida, transporte, ...*
6. *En tiempo de crisis emocional disminuye el autocontrol: evita jugar en esos momentos.*
7. *No permitas que el juego afecte a tus relaciones con la familia y amigos.*
8. *Establece un límite de tiempo y de dinero para jugar.*
9. *El único juego medido es el juego divertido"*

Todas las empresas de juego online autorizadas a operar en España están obligadas a tener en su web una sección sobre juego responsable, que consiste en una serie de recomendaciones genéricas a las cuales se puede acceder rastreando por la web tras sortear todo tipo de banners, anuncios o ventanas emergentes de publicidad y estrategias de marketing incitadoras al juego, que llegan a ser irresistibles para el jugador patológico.

Una vez que se accede a la sección correspondiente de juego responsable se informa sobre la necesidad de jugar de manera responsable y se suelen dar algunas pautas que las personas jugadoras deberían tener en cuenta, como ponerse límites de ingresos o del tiempo de juego, no jugar si se encuentra mal anímicamente y no jugar para recuperar las deudas o como una fuente de ingresos, etc. Se trata de simples sugerencias que no se fomentan cuando uno se pone a jugar, de manera que en realidad solamente sirven para lavar la cara y cumplir con la norma.

La Figura 39 son las recomendaciones de una empresa del sector a la hora de apostar.

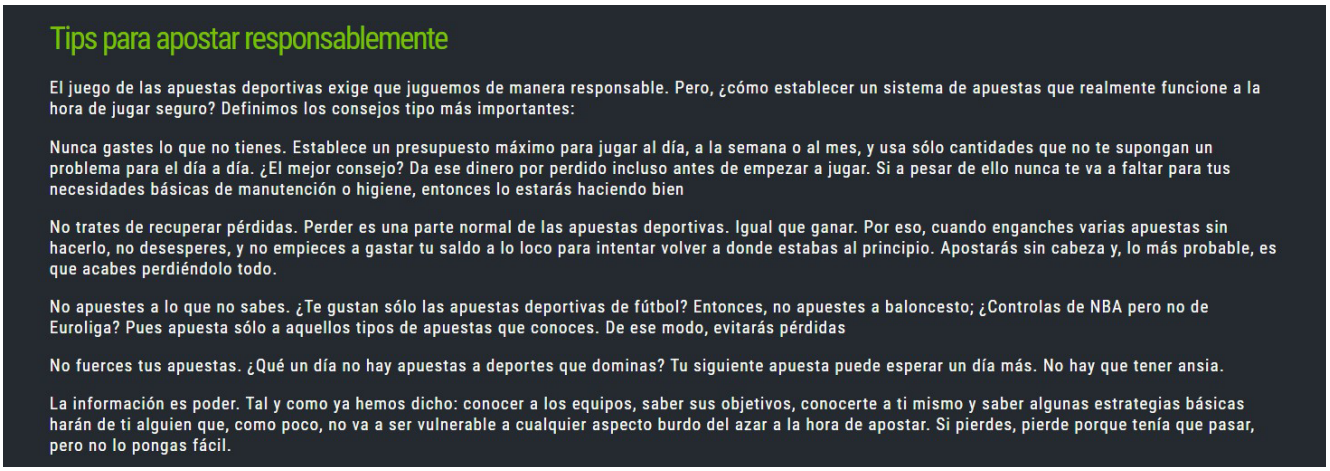


Figura 39. Recomendaciones de juego responsable que aparece en la web de una empresa de juego

La propia DGOJ tiene una página sobre juego responsable, a través de la cual se informa a los ciudadanos sobre el juego (tanto los riesgos como los supuestos beneficios) denominada "**JugarBien.es**", en la cual se describe qué es el juego, los riesgos que tiene y se presentan estas recomendaciones para jugar de una forma que resulte menos perjudicial

Estando de acuerdo en que la información sobre prevención es necesaria, es preciso recalcar que NO es suficiente. Eso ocurre en todos los programas de prevención de conductas de riesgo, en general, y de adicciones en particular.

En el caso que nos ocupa, la Administración no puede quedarse en la mera información, puesto que ya se ha visto que a pesar de que todos las personas jugadoras tienen la percepción de que el juego tiene riesgos para la salud, ello no es suficiente para que dejen de jugar o lo hagan de forma mesurada ni "responsable". Esto todavía es más claro cuando la información sobre el juego se presenta de forma naif, minimizando los riesgos del juego y las consecuencias del trastorno de juego. No obstante, lo más cuestionable de la iniciativa del juego responsable es la atribución de la responsabilidad de la enfermedad al propio jugador por el hecho de "no jugar bien", descargando de dicha responsabilidad tanto a los operadores, que son quienes presentan los juegos cuyas características estructurales son las que causan la adicción, como a la propia Administración quien, mediante una adecuada regulación, es la encargada de establecer las condiciones ambientales del juego que, como ya se ha indicado, son un importante condicionante del desarrollo y mantenimiento de la adicción al juego.

Figura 40. Web de la página de juego responsable de la DGOJ

No obstante, las medidas de regulación dirigidas específicamente a prevenir la adicción al juego han sido ciertamente escasas, a pesar de que se han sugerido en diferentes ámbitos (foros científicos, cámaras legislativas, direcciones generales, etcétera).

Las actuaciones en materia de regulación que se han propuesto se basan principalmente en tres grandes áreas que generan los principales riesgos de los propios juegos (Chóliz y Sáiz-Ruiz, 2016):

a) publicidad y estrategias promocionales
b) acceso al juego (disponibilidad y accesibilidad) y
c) regulaciones específicas de los juegos.

Se trata de medidas que ya se han venido reclamando por parte de la sociedad y del ámbito científico, ya que se conocen desde hace tiempo los efectos negativos que tiene el juego, especialmente en la adolescencia.

Junto a la web de juego responsable "JugarBien.es" aparece el logo "**Juego Seguro**" en las webs de todas las empresas que tienen autorización administrativa para operar. Se trata de un logo equívoco, ya que da una falsa sensación de seguridad al jugador que, al ser respaldado por la propia Administración, cree erróneamente que allí no perderá su dinero ni se arruinará, pero lo cierto es que lo único que quiere decir es que la empresa está autorizada a operar. Es decir, más que "Juego Seguro" quiere decir "Juego Legal".

Figura 41. Logo que emite la DGOJ que indica que la empresa tiene autorización legal para operar en España

4.6.1. Percepción por parte de las personas jóvenes de las políticas de juego responsable

La Encuesta 2 tenía varias preguntas acerca del juego responsable y de las medidas que habría que tomar para prevenir la adicción.

Ante la pregunta: ***"¿Qué te parece el Juego Responsable?"***, los participantes del estudio indicaron las siguientes respuestas:

1. *"Una tontería, es lo que pone la publicidad, los que saben ya juegan responsablemente"*
2. *"No es útil porque no ayuda a las personas jugadoras, aunque hay un apartado en las páginas por normativa"*
3. *"Cumple con la ley informando, pero no sirve para nada"*
4. *"Eso no le importa a nadie"*
5. *"Que todo el que no juegue responsablemente tiene un grave problema que ha de corregir"*
6. *"Es jugar con cabeza para prevenir problemas graves"*
7. *"Es jugar como yo lo hago, sin ser un viciado"*
8. *"Es jugar sin pasarse, ¿no?"*
9. *"Para el adicto al juego, es totalmente indiferente"*
10. *"Es la responsabilidad propia para jugar sin gastar más de lo que se puede"*
11. *"No sirve para nada cuando ya has perdido el control"*
12. *"Bien para el que pueda"*
13. *"Mal, el juego incita a este tipo de ocio y al final, se te puede ir de las manos"*
14. *"Es jugar sin ser adicto"*
15. *"No hay suficiente información"*
16. *"Muy pocos lo consiguen"*
17. *"No existe el juego responsable, la gente está enganchada y no entiende de esto"*
18. *"Incompatible: quien juega no puede ser responsable"*
19. *"Es una idea idílica imposible de alcanzar en el jugador que ya tiene problemas"*

Estas respuestas se dividieron en cuatro factores de segundo orden;

1. **Asunción oficial:**

   Las personas jóvenes asumen la concepción de juego responsable dada por la Administración, aunque sin emitir juicios de valor: "es jugar con cabeza para evitar posibles problemas"; "es jugar sin ser adicto"; "es jugar sin pasarse", etc.

2. **Irreal:**

   Asumen que no es posible jugar de manera que no cause problemas: “muy pocos lo consiguen”; “es una idea idílica imposible de alcanzar en el jugador que ya tiene problemas”

3. **Actitud positiva:**

   “Bien para el que pueda”; “Es como yo lo hago”; “Es jugar sin ser adicto”

4. **Actitud negativa:**

   “No es útil porque no ayuda a las personas jugadoras, aunque hay un apartado en las páginas por normativa”; “Eso no le importa a nadie”; “Mal, el juego incita a este tipo de ocio y al final, se te puede ir de las manos”

De los resultados de la entrevistas no se obtuvieron diferencias significativas en la percepción del juego responsable entre hombres y mujeres, ni tampoco en función de la tipología de jugadores. Predomina la asunción oficial, mediante la cual se acepta el hecho de que unas pautas adecuadas de juego previenen la aparición de problemas.

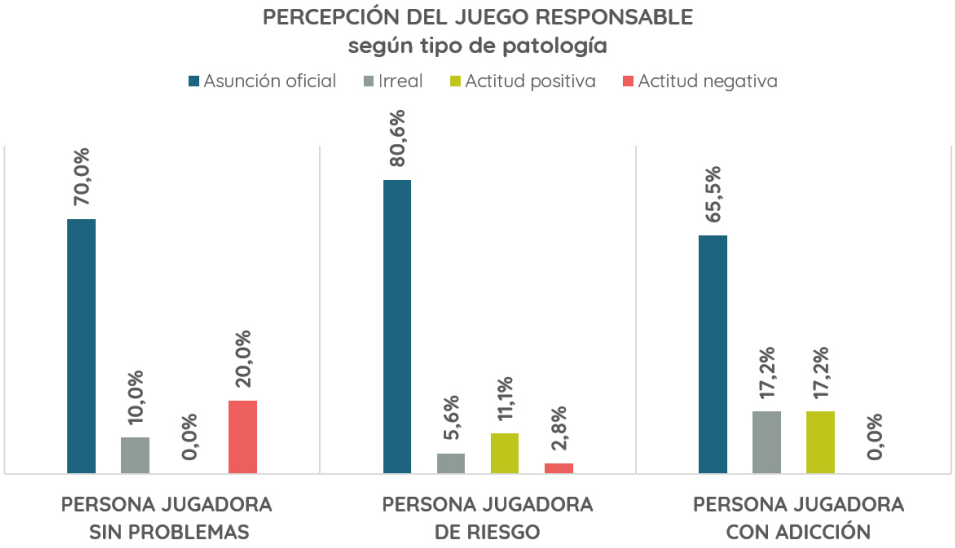


Figura 42. Percepción que tienen las personas jugadoras del juego responsable. Diferencias en función de la patología asociada

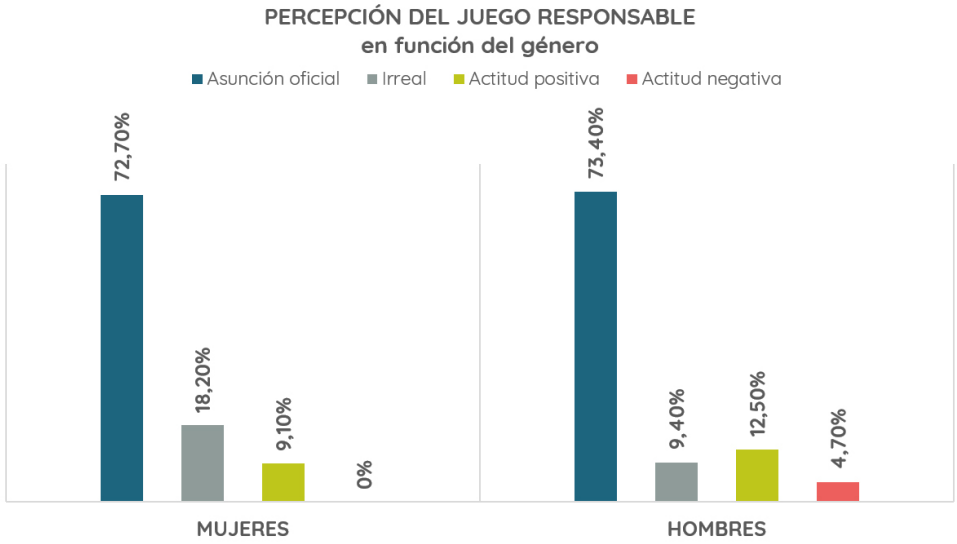


Figura 43. Percepción que tienen las personas jugadoras del juego responsable. Diferencias en función del género

Los datos sugieren que no solo las recomendaciones de juego responsable no tienen efecto en la forma habitual de jugar, sino que, además, las empresas eluden su responsabilidad y la sitúan sobre el jugador, lo cual genera mucha más culpa, vergüenza y arrepentimiento tras las pérdidas. Se trata de una sintomatología muy alarmante que hace que el jugador intente poner solución al problema adictivo sin pedir ayuda y, no solo no lo consiga, sino que el mayor agravio en las consecuencias del juego, unido al sentimiento de desesperanza por no encontrar una salida, pueden derivar en un fatal desenlace.

Las nuevas campañas publicitarias de algunas empresas de juego ya transmiten sin escrúpulos que el problema de la adicción depende única y exclusivamente de la forma de juego del jugador y nada tiene que ver con la elevada exposición y los efectos de la publicidad engañosa y las estrategias de marketing. Si a esto le añadimos que la sociedad no solo no limita el riesgo, sino que lo incita mediante la transmisión de valores especulativos, tenemos un grave problema quienes pretendamos la prevención de la adicción. Si no se remedia, con este panorama es previsible que la afectación de los problemas relacionados con la adicción al juego juvenil sigan incrementándose, a pesar de la evidencia que indica que la exposición en edades tempranas tiene un peor pronóstico y una mayor vulnerabilidad para el desarrollo de otro tipo de adicciones en la vida adulta. De ahí, la necesidad urgente de la Administración y el sector del juego para llevar a cabo políticas encaminadas a prevenir eficazmente la adicción al juego y proteger la salud y el bienestar de las personas por encima de los intereses económicos. Es el único factor protector que permitiría retrasar al máximo la aparición de la exposición al juego el mayor tiempo posible.

4.6.2. Percepción por parte de las personas jóvenes de las acciones necesarias para prevenir la adicción al juego

La información cualitativa recopilada a través de los testimonios recogidos en este apartado se estima que puede ser de ayuda para comprender el papel de la sociedad sobre el trastorno del juego que actualmente ya se ha reconocido como un problema de salud pública.

A continuación, se presentan los principales comentarios y reflexiones de la juventud valenciana sobre qué se puede hacer desde diferentes ámbitos

ACCIONES DESDE LA FAMILIA

Ante la pregunta: ***"¿Crees que la familia puede hacer algo para evitar el problema de la adicción al juego en las personas jóvenes?"*** las respuestas fueron las siguientes:

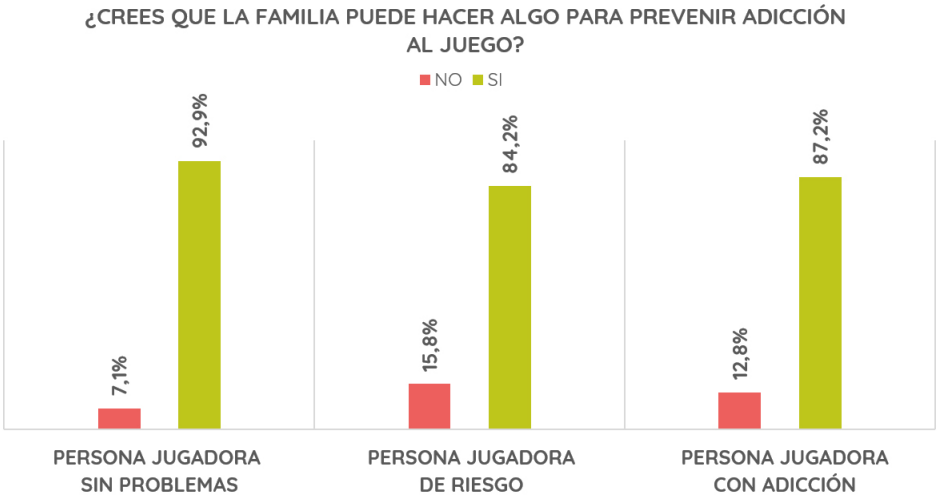


Figura 44. Creencias sobre la posibilidad de que la familia pueda hacer algo para prevenir la adicción al juego

En la mayoría de los casos se piensa que la familia puede hacer algo en la prevención, no habiendo diferencias estadísticamente significativas en función de los problemas generados por el juego.

Ante la pregunta de **qué crees que puede hacer la familia**, las respuestas fueron las siguientes:

- *"Buscar ayuda profesional si se enteran de que está jugando"*
- *"Decir "si te pasas, te lo pierdes", como en el alcohol, porque es algo muy extendido socialmente"*
- *"Tratar el tema para evitar el juego y, si no es el caso, buscar ayuda terapéutica"*
- *"Enseñar a jugar de forma responsable y no como vende la publicidad"*
- *"Supervisar y controlar el dinero"*
- *"Prohibir el juego, cortar el dinero y apagar la televisión para evitar la publicidad"*
- *"Control parental para restringir el acceso a las webs de juego"*
- *"Educar desde niños en juego responsable y dar pautas"*
- *"Pasar tiempo con los hijos y motivarles hacia otras actividades"*
- *"Informar de los riesgos de la adicción si no se juega responsablemente y se tiene autocontrol"*
- *"Cortar el dinero y acostumbrar a los hijos a que no se puede jugar porque no hay dinero"*
- *"Educar sobre la realidad del juego y los riesgos de la adicción"*
- *"Tratar los riesgos de la adicción al juego y ser modelos de conducta"*
- *"Aconsejar y ayudar, pero el cambio es de la persona"*
- *"Terapias familiares"*
- *"Actuar como modelos de conducta porque los hijos aprenden lo que ven"*
- *"Educar sobre el valor del dinero y la cultura del esfuerzo"*
- *"Informar a los hijos sobre los riesgos de la adicción al juego, aunque es más importante que lo haga un profesional"*

- *"Supervisar y organizar el tiempo libre de los hijos con actividades sanas que les interesen de verdad"*
- *"Controlar sus cuentas bancarias"*
- *"No prohibirlo porque generan mayor curiosidad y dejar que sean los hijos quienes valoren por sí mismos"*
- *"No dar tanta libertad con el móvil"*
- *"Ayudar proporcionando alternativas al juego"*
- *"Educar en lo que está bien y en lo que no, adelantando los riesgos de la adicción al juego"*
- *"Más diálogo y control"*
- *"Que se comparta ocio familiar para que no haya la necesidad de buscar alivio emocional o felicidad mediante el juego"*
- *"Control parental en las tecnologías y mayor control de lo que hacen los hijos en general"*
- *"Ser estrictos y no darles dinero si se descubre el juego"*
- *"Educar en valores y buscar ayuda psicológica si es el caso"*
- *"No aprobar el juego al descubrirlo en los hijos"*
- *"Educar sobre los riesgos del juego e informar del apoyo familiar disponible ante cualquier problema"*

Las respuestas quedaron agrupadas en seis categorías:

1. Control activo
2. Información de riesgos
3. Educación
4. Búsqueda de ayuda externa
5. Ser modelo de conducta
6. No hacer nada

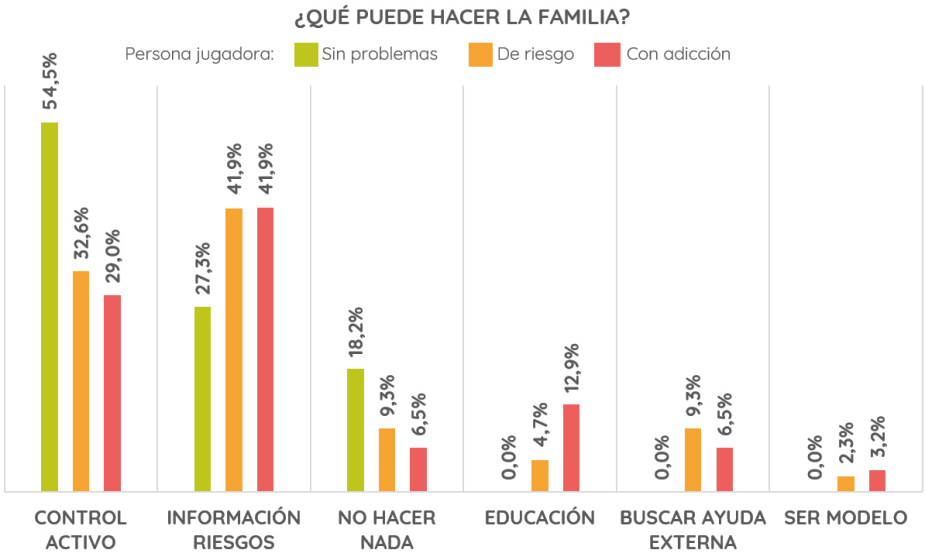


Figura 45. Acciones que puede hacer la familia para prevenir la adicción al juego

Las personas jóvenes que no tienen problema con el juego consideran que la familia debería ejercer un control activo sobre las personas que juegan, mientras que quienes tienen problemas (tanto las personas jugadoras de riesgo como quienes manifiestan adicción al juego) indican que el principal papel de la familia, más que llevar a cabo un control, deberían informar de los riesgos.

Estas creencias son incongruentes con las medidas verdaderamente eficaces, puesto que todas las personas reconocen que el jugar habitualmente tiene riesgos (ver Figura 31), de manera que parece que la mera información no es suficiente para prevenir los problemas que ocasiona el juego. Por otro lado, las medidas más eficaces para el tratamiento de la adicción al juego pasan en un primer momento por un control activo por parte de los familiares sobre la conducta de la persona jugadora. Sin embargo, son los que no tienen problemas los que asumen la importancia del control activo, mientras que quienes en verdad lo necesitan no lo reconocen.

ACCIONES DESDE LA SOCIEDAD

Ante la pregunta: "¿Crees que la sociedad debería hacer algo para solucionar el problema de la adicción al juego?" las respuestas fueron las siguientes:

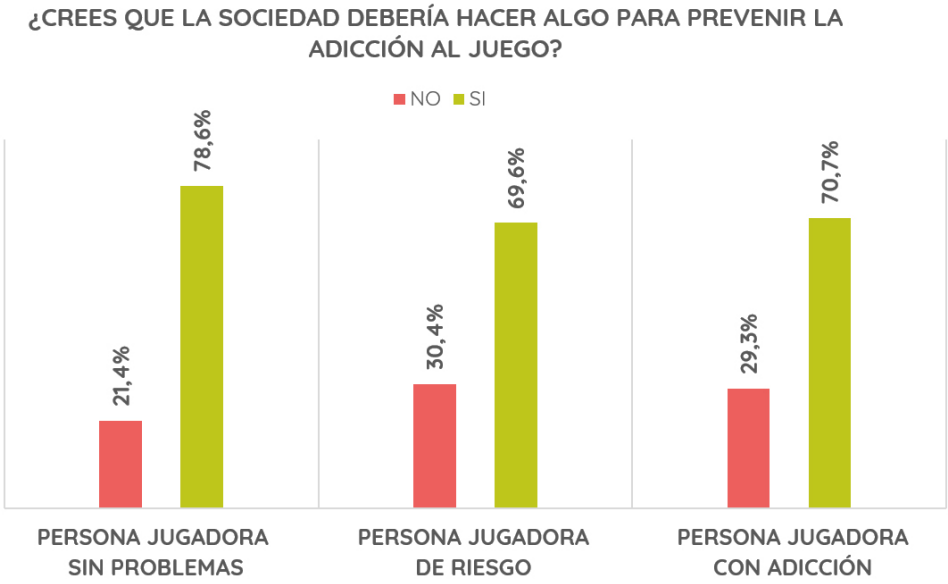


Figura 46. Creencias sobre la necesidad de que la sociedad haga algo para prevenir la adicción al juego

Aunque en la mayoría de los casos se piensa que la sociedad debería hacer algo para prevenir la aparición de los problemas de adicción al juego, los porcentajes son sensiblemente inferiores a los de la familia. En este caso las personas jugadoras sin problemas son los más concienciados al respecto.

Ante la pregunta de **qué crees que debería hacer la sociedad**, las respuestas fueron las siguientes:

- *"Crear asociaciones de autoayuda"*
- *"Concienciar sobre el juego responsable para que ese sea el mensaje"*
- *"Concienciar sobre el problema de la adicción al juego"*
- *"No eliminar los aspectos negativos de las nuevas formas de juego"*
- *"Dejar de normalizar el juego porque apostar no es normal"*
- *"Ser autocrítica y concienciar sobre el problema del juego"*
- *"Sensibilizar de que no es posible ganar dinero jugando"*

- *"Informar de los riesgos del juego"*
- *"Castigar a quien permite jugar a un menor y a las empresas que lo permiten"*
- *"No jugar, pero siempre habrá ludópatas"*
- *"Sensibilizar de que apostar no es normal ni entretenido"*
- *"No acudir a las salas de juego y apuestas"*
- *"Hacer campañas de sensibilización de los riesgos del juego y la adicción"*
- *"Informar y concienciar a través de profesionales"*
- *"Movilizarse para eliminar las salas cercanas a los centros escolares"*
- *"Concienciar: las personas adictas son una lacra para sus familias"*
- *"Detectar tendencias de juego peligrosas en las personas jugadoras"*
- *"Ofrecer charlas informativas dirigidas a jóvenes"*
- *"Campañas de prevención de la adicción al juego"*
- *"Programas de prevención escolar, como se hace con las drogas"*
- *"Enseñar autocontrol"*
- *"Movilizarse para que no se sigan abriendo salas de juego y se obligue a controlar el acceso a menores"*
- *"Movilizarse para que se limiten los horarios de apertura de las salas de juego"*
- *"Concienciar de que lo único que se puede esperar del juego es perder"*
- *"Movilizarse para el cierre de salas de juego"*
- *"Movilizarse para que se prohíba la publicidad del juego y se controle el acceso de menores"*
- *"Movilizarse para eliminar las máquinas de los bares"*
- *"Movilizarse para cerrar y prohibir salas de juego cerca de zonas infantiles o muy transcurridas"*
- *"Movilizarse para eliminar las salas de apuestas"*
- *"Concienciar de los riesgos de la adicción: un problema que afecta a toda la sociedad"*
- *"No frecuentar lugares de juego"*
- *"Movilizarse y presionar al gobierno para que regule y proteja la salud"*
- *"Prevenir y exigir medidas de control"*
- *"Movilizarse para que se prohíba la asociación apuestas-deporte"*
- *"Movilizarse para exigir más restricciones"*
- *"Concienciar mediante testimonios reales sobre las consecuencias de la adicción al juego"*

Las respuestas quedaron agrupadas en **tres categorías**:

1. **Concienciación**
2. **Acción contra el juego**
3. **Apoyo a la gente con problemas**

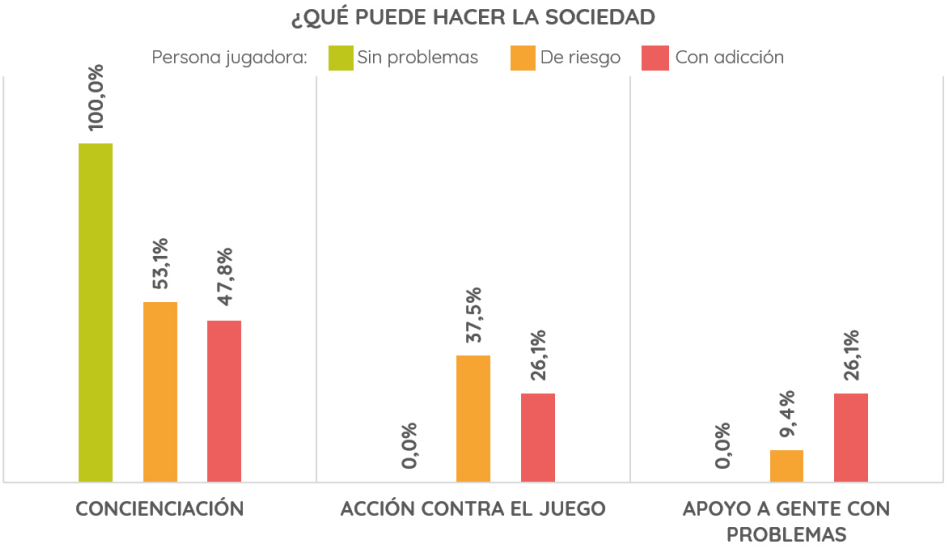


Figura 47. Acciones que puede hacer la sociedad para prevenir la adicción al juego

Aunque la mayoría piensan que la principal acción que se debería llevar a cabo desde la sociedad son acciones de concienciación, en el caso de las personas que no tienen problemas con el juego eso lo indican la totalidad de las personas jugadoras. Otro tipo de acciones, tales como acciones contra el juego o apoyo a las personas que tienen problemas, lo consideran en segunda opción las personas jugadoras de riesgo y las personas adictas al juego, respectivamente.

ACCIONES DESDE EL GOBIERNO

Ante la pregunta: ***"¿Crees que el Gobierno debería hacer algo para solucionar el problema de la adicción al juego?"*** las respuestas fueron las siguientes:

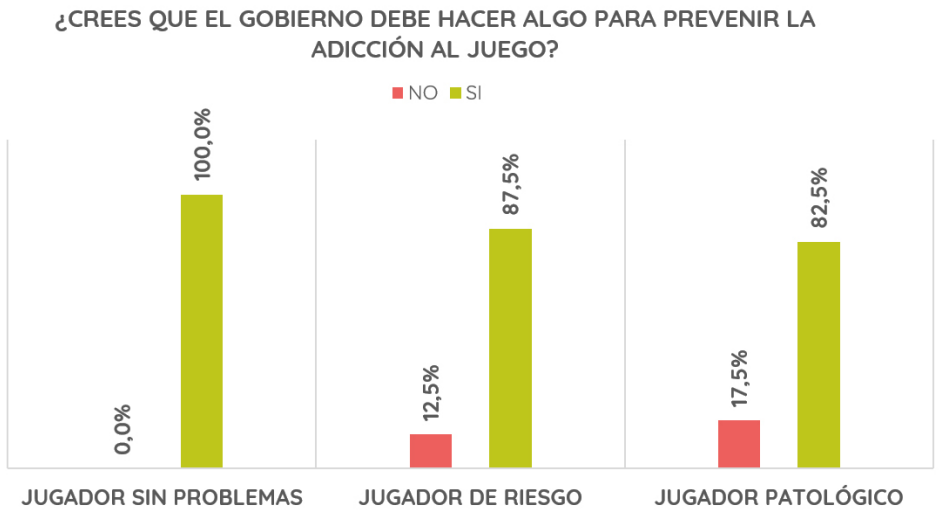


Figura 48. Creencias sobre la necesidad de que el Gobierno haga algo para prevenir la adicción al juego

De nuevo son quienes no tienen problemas los más concienciados con que otras instancias ejerzan algún papel activo en la prevención. No hay diferencias estadísticamente significativas entre las personas jugadoras de riesgo y quienes tienen adicción al juego.

Ante la pregunta de **qué crees que puede hacer el gobierno**, las respuestas fueron las siguientes:

- *"Complicado: muchos juegos son del Estado y no todos los que juegan son adictos"*
- *"El alcohol y el tabaco tampoco se prohíben, dar ayuda desde la sanidad pública para la adicción al juego"*
- *"Alejar locales de apuestas de centros educativos y limitar la franja horaria de la publicidad"*
- *"Sanciones más estrictas en bares y locales de juego"*
- *"Restringir la publicidad fuera del horario infantil"*
- *"No lo harán, hay mucho interés en que continúe la adicción al juego"*
- *"Prohibir las casas de apuestas"*
- *"Evitar la publicidad de todo tipo para romper la normalización del juego"*
- *"Evitar la publicidad, suspender licencias y limitar las salas de juego"*
- *"Regular la proliferación de locales de juego"*
- *"Informar de casos reales que se han arruinado con el juego"*
- *"No poner tantas máquinas en los bares"*
- *"Evitar que sea tan fácil acceder a jugar y limitar la publicidad"*
- *"Limitar la publicidad durante los partidos"*
- *"Prohibir la publicidad con mensajes de ganancias rápidas y fáciles y no utilizar modelos conocidos"*
- *"Que la restricción de la publicidad durante la covid se mantenga y se reduzca el número de salas de juego"*
- *"Limitar los horarios de juego y el gasto"*
- *"Reducir la publicidad del juego y realizar campañas de contrapublicidad para concienciar de problema"*
- *"Prohibir locales de juego cercanos a centros escolares"*
- *"Eliminar toda la publicidad de juego"*
- *"Aprobar una Ley de juego"*
- *"Controlar el acceso a menores e incrementar las sanciones por incumplimiento"*
- *"Dar charlas en colegios e institutos, controlar el acceso y restringir la publicidad"*
- *"Limitar las pérdidas"*
- *"Prohibir los bonos y las falsas publicaciones mediante sanciones"*
- *"Prohibir el acceso a personas con problemas de juego"*
- *"No anunciarlo como si fuera una actividad normal"*
- *"Realizar campañas de prevención de la adicción al juego"*
- *"Eliminar las tragaperras de los bares y limitar el juego online"*
- *"Eliminar la publicidad y controlar el acceso de menores"*
- *"Prohibir que haya tanta oferta de juego: bares, locales y juego online"*

- *"Prohibir el juego, solo trae problemas"*
- *"Disminuir la visibilidad del juego"*
- *"Evitar la exposición prohibiendo los locales y la publicidad"*
- *"Incrementar los impuestos de juego para restringirlo"*
- *"Que las loterías no existieran y prohibir la publicidad de juego"*
- *"Prohibir la publicidad del juego, igual que se hizo con el tabaco"*

Las respuestas quedaron agrupadas en seis categorías:

1. Prohibición-restricción
2. Regulación
3. Prevención
4. Educación, información
5. Tratamiento
6. No hacer nada

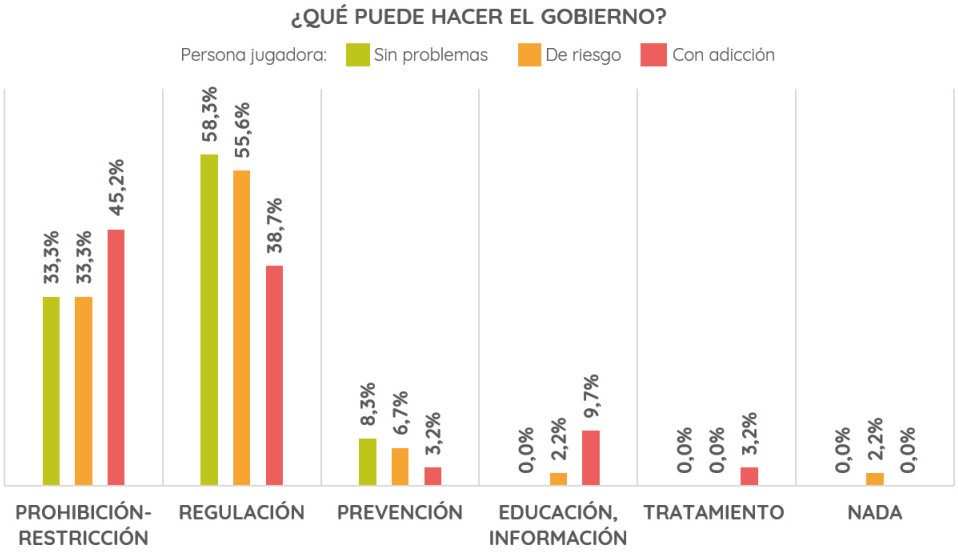


Figura 49. Acciones que puede hacer el Gobierno para prevenir la adicción al juego

Las personas con problemas de adicción son quienes estarían más dispuestos a que el gobierno tomara medidas expeditivas, mientras que la regulación es la acción que prefieren tanto las personas jugadoras que no tienen problemas con el juego como aquellas personas que están en riesgo.

4.7. DEL "¡JUEGA, JUEGA, JUEGA!" AL "JUEGA CON RESPONSABILIDAD": ES PEOR EL REMEDIO QUE LA ENFERMEDAD

Los anuncios de 888.com (póquer, casino y apuestas) se convirtieron en icónicos de la desmesura de la publicidad del juego.

Tan es así, que ha sido de los pocos anuncios que se instaron a retirar por parte de Autocontrol, una asociación conformada por las empresas que se publicitan, así como por los medios de comunicación y tiene como objetivo, según aparece en su web: "*trabajar por una publicidad responsable: veraz, legal, honesta y leal*".

Muchos medios informativos dijeron que Autocontrol sancionó, multó u obligó a retirar el anuncio, etc. ante la demanda de dos particulares. En realidad, lo que hizo Autocontrol fue denunciar que 888 había incumplido la norma 6.11 del Código de Conducta el sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades del Juego de la propia Autocontrol porque: "*el anuncio muestra situaciones de juego repetitivas, con sensación de descontrol y, sobre todo, refleja una actitud compulsiva, que lleva al protagonista a sentir emociones fuertes. A juicio de la Sección, ello se desprende de la repetición (siempre 3 veces) de varias situaciones a la vez al tiempo que, tanto en pantalla como en locución, se incluyen verbos imperativos que trasladan un mensaje de repetición continua del juego y de la apuesta ("entra, entra, entra", "apuesta, apuesta, apuesta", "juega, juega, juega"). Así, concluyó que estos llamamientos al juego repetitivo se vinculan claramente a un incremento de la emoción e incurren en la prohibición de la norma 6.11 del Código dado que, en el conjunto del anuncio se nota que, poco a poco, va creciendo el nerviosismo del protagonista, que finalmente llega a sentir una emoción muy fuerte cuando se produce un gol*".

Figura 50. Escenas de diferentes anuncios de 888 que incumplieron normas del Código Ético de publicidad autoimpuesto por las empresas de juego

La sentencia de Autocontrol acuerda declarar que el anunció infringe la norma 6.11 del Código de Conducta, insta al anunciante a rectificar la publicidad y le impone el pago de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación de la reclamación.

Es decir, no hay ninguna sanción, puesto que Autocontrol es una asociación sin ánimo de lucro conformada por empresas con ánimo de lucro que disponen las reglas que ellos consideran para que la publicidad de sus asociados sea "responsable". 888.com es una empresa asociada a Autocontrol y fue sancionada porque no cumplió las normas que ella misma firmó que acataría.

Como consecuencia de ello, **888.com ha cambiado de formato de anuncios a otros menos agresivos**, que no solamente cumplen con el código de Autocontrol, sino que están avalados por la Administración, asumiendo que cumplen con la normas de juego responsable. Este tipo de anuncios pasaría todos los códigos de conducta de Autocontrol y de juego responsable y, sin embargo, son mucho más peligrosos para la salud.

Figura 51. Escenas de los nuevos anuncios de 888 que incorporan logos y mensajes de juego responsable culpabilizando al jugador de su problema de adicción

Así, los nuevos anuncios de 888.com dan a entender que lo principal es que no te pases jugando. Con independencia de que eso es complicado, ya que el juego es adictivo (lo cual implica que engancha) y que ese no es el objetivo de la publicidad -ya que la empresa se publicita para que las personas jueguen cuanto más, mejor-, **los anuncios resultan más nocivos que los de Carlos Sobera por varias cuestiones**:

1. Presenta al juego de apuestas como una actividad en la que se disfruta. Una cosa es la tensión emocional ante la incertidumbre del riesgo que se toma y otra el disfrute. Los juegos de apuesta no generan placer, sino tensión. Entre otras cosas porque la mayoría de las veces se pierde y eso no es placentero.
2. Hace responsable al jugador del problema de la adicción al juego. Esta es la crítica fundamental contra el juego responsable. Es como si se le criticara al yonqui de su problema de adicción a la heroína porque consume de forma irresponsable. O al alcohólico o al fumador…
3. Después del anuncio aparecen sobreimpresos varios logos que avalan ese producto por parte de la sociedad y la Administración, creando una falsa sensación de seguridad en el jugador con esta empresa:
    a) **Logo de Fejar.** Al presentar el logo de la Federación de Jugadores de Azar Rehabilitados, que deben representar a los afectados por el juego, parece que el producto está avalado por los exjugadores y que, por lo tanto, no es nocivo. Eso no es en absoluto cierto: nada ha cambiado en los juegos de azar ni en la gestión que se hace por parte de las empresas para que dejen de ser nocivos por hacer un anuncio más "light". El juego es igualmente nocivo que cuando lo presentaba Sobera.

b) **Logos de la Administración.** Nunca debería aparecer el logo de la página de juego responsable de la Dirección General de Juego (que además se llama "JugarBien.es" y eso ya es muy discutible) en un anuncio de un producto adictivo, como es el juego. La página web de juego responsable de la DGOJ debería ir en contra, precisamente, de la publicidad del juego. De nuevo se asume que los juegos de 888 dejan de ser adictivos. Y, por lo tanto, la culpa la tiene el jugador.

c) **Los eslóganes de "Juega con responsabilidad".** La ciencia ha demostrado que no hay juego sin riesgo. Obviamente hay personas que tienen mayor o menor vulnerabilidad por sus características personales, sociales o incluso étnicas, pero ello no quiere decir que si juegas de una determinada forma ("responsable" para más inri) estés inmune. A nivel social es seguro que habrá un porcentaje de personas que van a tener problemas con el juego, aunque sea por una cuestión de probabilidad. Por lo tanto, la Administración no debería publicitar el juego, ni avalar la publicidad.

En el Anexo se presentan las alegaciones al (tercer) Real Decreto de publicidad presentadas desde la Unidad de Investigación: "Juego y adicciones tecnológicas" de la Universitat de València.

4.8. JUEGO ÉTICO: MÁS ALLÁ DEL JUEGO RESPONSABLE

Juego Ético nace en la Universitat de València como una propuesta de regulación del juego que tenga como principal objetivo la prevención de la adicción. Para cumplir este objetivo se deben llevar a cabo acciones desde los ámbitos sociales, incluyendo muy especialmente las políticas de juego que deben llevar a cabo las administraciones públicas (estatal y autonómica)

El **"Juego Ético"** se basa en los siguientes **principios**:

1. **Desde una perspectiva económica:**
   - El juego es una actividad económica de gran magnitud, que es muy rentable para quien gestiona el juego, ya que los beneficios están directamente relacionados con la cantidad de dinero que se juega que, como se ha podido constatar, es muy elevada.
   - Los beneficios económicos de las empresas que gestionan el juego proceden directamente de las pérdidas de las personas jugadoras, que son mayores cuanto más dinero se juega, ya que la esperanza matemática siempre es favorable para quien gestiona el juego. Es decir, se trata de una actividad económica de suma cero (según la teoría de juegos) que no genera ningún producto con un valor añadido, sino que los beneficios de la empresa provienen directamente de las pérdidas de las personas jugadoras.
2. **Desde una perspectiva psicológica:**
   - El juego es una actividad potencialmente adictiva, ya que activa los mismos circuitos cerebrales de recompensa que las drogas de abuso y la sintomatología clínica del juego patológico es similar a la de las drogodependencias, alcoholismo o tabaquismo.

- El juego patológico, como trastorno adictivo, es una enfermedad mental, cuyos propios síntomas (necesidad de jugar cantidades crecientes de dinero, malestar o irritabilidad cuando se intenta dejar de jugar, intentos infructuosos por abandonar el juego, volver a jugar para intentar recuperar las pérdidas, etc.) conducen al jugador a una espiral de juego excesivo y pérdidas cada vez mayores.

Es necesario recalcar que las personas jugadoras patológicos siguen jugando a pesar de ser conscientes de los prejuicios que les está ocasionando el juego tanto a él como a sus familias y que la información sobre las graves consecuencias que tiene el juego en sus vidas no es suficiente para hacer que dejen de jugar. Las personas jugadoras patológicos no son libres de dejar de jugar, dado que el proceso explicativo de la adicción es la dependencia del juego, al igual que ocurre en el resto de adicciones con las drogas, el tabaco o el alcohol.

Así pues, para conseguir el objetivo de prevenir la adicción al juego no hay otra solución que regular la actividad de forma que s**e impida la pérdida excesiva de dinero** por parte de las personas jugadoras, ya que esta es la principal causa del juego patológico. Además, se debe regular **la publicidad de apuestas o casinos online y las estrategias de marketing** porque dificultan el control emocional de las personas con problemas de juego y de aquellas que ya sufren la adicción. Por último, se deben regular también **los diseños de los juegos** que afectan directamente a los niveles de adicción y disminuyen considerablemente el tiempo de consolidación de la dependencia del juego.

El asesoramiento en estos tres niveles de acción es el que se provee por parte de la Unidad de Investigación: "Juego y adicciones tecnológicas" de la Universitat de València, a las administraciones y poderes públicos interesados

Figura 52. Logo de la Asociación Juego Ético

El "Juego Ético" reconoce y asume que, al limitar las pérdidas de las personas jugadoras, regular las estrategias de publicidad, marketing y el diseño de los propios juegos, también se reducen los beneficios de las empresas del sector. No obstante, cuando se produce un conflicto de derechos, como es la obtención de los máximos beneficios económicos y la prevención de la enfermedad, una sociedad moderna debe proteger la salud de sus ciudadanos. El logo de la Asociación Juego Ético pretende promover un equilibrio justo entre la salud y la actividad del juego. La balanza, símbolo de la Justicia es, al mismo tiempo, el símbolo de la Psicología, apelando a que las normas que se establezcan deben estar basadas en la evidencia científica.

DATOS

La **principal ventaja de jugar en casa** con juegos telemáticos es la comodidad, lo cual hace que no haya barreras para el juego, favoreciendo el juego excesivo. No hay diferencias entre mujeres y hombres en este aspecto.

Las mujeres, no obstante, ven en el juego en casa una forma de escapar de situaciones aversivas.

Las **ventajas principales de los salones** son: jugar en compañía y el ambiente atractivo. No hay diferencias entre mujeres y hombres.

La principal ventaja para las personas jugadores que no tienen problemas es jugar en compañía, mientras que para las que padecen adicción al juego es el ambiente atractivo de los locales del juego. Para las personas jugadoras que no tienen problemas con el juego, el ambiente no les resulta atractivo, mientras que las personas jugadoras patológicas no juegan en compañía.

El 97,6% de las personas jugadoras patológocas piensa que jugar habitualmente tiene riesgos pero, sin embargo, continúan haciéndolo con frecuencia.

El **principal riesgo percibido** por las personas jugadoras es que el jugar habitualmente provoca adicción. Para las personas jugadoras patológicas, además de la adicción, son las pérdidas económicas el riesgo más importante que tiene el juego.

Las pérdidas económicas, sin embargo, no son un riesgo que perciban las personas jugadoras sin problemas, lo cual corrobora el hecho de que las personas jugadoras patológicas no solo son las que más juegan, sino las que más dinero pierden con el juego.

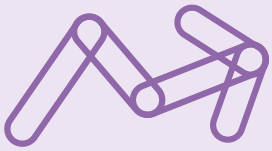
La **publicidad del juego online** apareció antes de la legalización del juego y ha aumentado de forma exponencial. Los diferentes gobiernos de España han dejado en su responsabilidad de regular la publicidad a la asociación AUTOCONTROL, que está conformada por las empresas del sector y los medios de comunicación. La asociación es voluntaria.

Las empresas de juego online gastan cuatro veces más en publicidad y promoción del juego que lo que pagan a Hacienda en el impuesto especial al juego.

Las empresas de juego (principalmente las de juego online) aplican estrategias agresivas de marketing, tales como bonos, tarjetas de fidelización, etc.

La mitad de las personas con problemas de juego han usado **bonos**. Más del 90% de las que no tienen problemas con el juego nunca han usado bonos.

El principal objetivo de usar los bonos, tanto para mujeres como para hombres, es apostar más.



TENDENCIA

Los primeros anuncios de publicidad del juego online se produjeron muchos años antes de que este se legalizara. **Con la legalización, en 2011, la publicidad aumentó exponencialmente**.

En julio de 2020, casi diez años después de la legalización del juego, t**odavía no se ha regulado su publicidad**. Ha habido tres anteproyectos: febrero de 2015, noviembre de 2017, que no acabaron su recorrido, y febrero de 2020, actualmente en tramitación.

Con el estado de alarma a causa de la pandemia de Covid-19 se suspendió temporalmente la publicidad de juego, pero esta se restituyó antes incluso de la supresión del estado de alarma

El borrador de **anteproyecto de Real Decreto de Publicidad**, todavía en tramitación, aborda algunas de las principales cuestiones, tales como las limitaciones en el horario, aplicación de bonos, etc.

CONCLUSIONES

01 Los **valores consumistas**, primacía del beneficio económico e inmediatez en ganar dinero, unido a la **competitividad** por obtener mayores beneficios a costa de los demás, favorecen una actitud favorable a los juegos de apuestas y de azar.

02 Las actitudes favorables al juego, el modelado de los grupos de referencia (familiares o amigos), así como la presión social para implicarse en el juego son **factores que incitan a iniciarse** en los juegos de apuesta.

03 Los **juegos más adictivos** pueden realizarse tanto en locales de juego u hostelería (principalmente en máquinas) como a través de dispositivos móviles (telemáticamente). Lo que las personas jugadoras consideran que son ventajas de cada uno de ellos, en realidad son riesgos de adicción.

04 El **ambiente físico de los salones** es especialmente atractivo para las personas jugadoras patológicas, quienes juegan solos, mientras que las personas jugadoras que no tienen problemas juegan en compañía y el ambiente no les resulta especialmente grato.

05 El **riesgo percibido** no parece que tenga un efecto disuasor. Tanto las personas que tienen problemas como los que no, consideran que jugar habitualmente tiene riesgos y a pesar de ello siguen haciéndolo.

06 La **publicidad** presenta al juego de forma amable, como si fuera una actividad que tiene muchas ventajas, lo cual favorece que las personas jóvenes experimenten con el juego. Un porcentaje de ellas desarrollará adicción al juego y otro mucho mayor tendrá problemas importantes con el juego.

07 De entre los juegos más adictivos, el juego online es el que tiene una **publicidad más agresiva**. Las loterías tienen mucha publicidad, pero son juegos poco adictivos. La publicidad del juego online va dirigida a población juvenil, principalmente.

08 La publicidad del juego online se lleva realizando antes incluso de que este fuera legalizado.

09 La Ley del juego que legalizaron los diferentes gobiernos de España han autorizado la publicidad, cuando la deberían haber regulado previamente. En su defecto, la podrían haber restringido, pero no se hizo. Actualmente está en tramitación un proyecto de Real Decreto de Publicidad que aborda las principales cuestiones de la publicidad que afectan a la adicción.

10 El principio fundamental del **juego responsable**, que es que el estar bien informado garantiza una elección sensata en el juego es una falacia, ya que no hay juego sin riesgo.

11 Las personas jugadoras han asimilado la postura oficial del juego responsable. Las personas que tienen problemas con el juego adoptan una actitud positiva hacia el juego, mientras que los que no tienen problemas tienen más bien una actitud negativa. No hay diferencias en función del género.

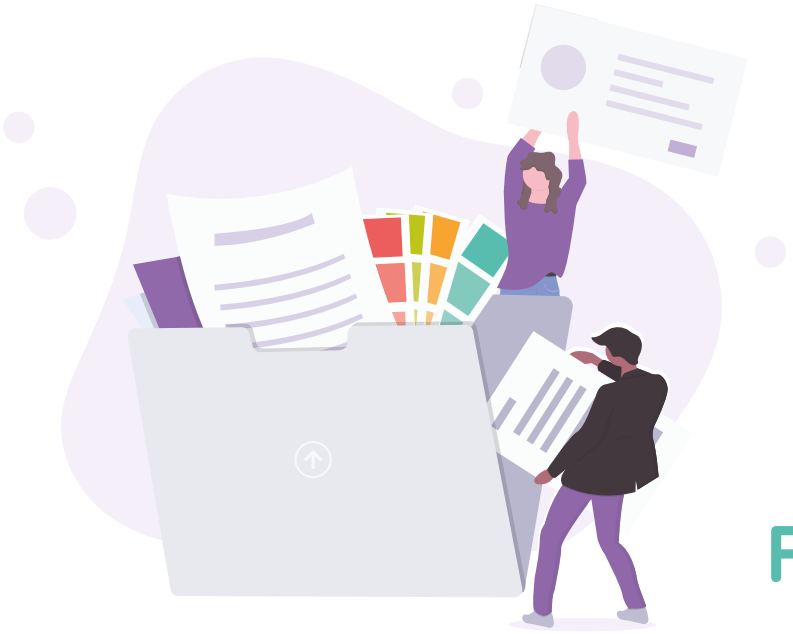
12 El juego responsable tiene como **consecuencia** que la persona jugadora patológica asuma que él o ella tiene la culpa de la situación en la que se encuentra, convirtiéndose en una forma de lavado de cara de las empresas del sector.

13 La Administración ha desarrollado una Estrategia de juego responsable que se basa en informar a las personas jugadoras sobre los beneficios y perjuicios que tiene el juego. Esta Estrategia se ha demostrado ineficaz y hasta contraproducente, puesto que culpabiliza al jugador de la situación en la que se encuentra. Es necesario **abordar el problema del juego** desde una perspectiva científica y no de marketing.

14 El **juego ético** aboga en los principios de que el jugar es adictivo y puede provocar un problema de salud, pero es un actividad económica cuyos beneficios se obtienen de lo que pierden las personas jugadoras, especialmente las personas jugadoras patológicas, que son los que más dinero apuestan.

15 El juego ético pretende que el juego sea una actividad que no provoque problemas de salud y para ello se deben tomar estrictas medidas que impidan que las personas jugadoras pierdan más de lo que pueden permitirse.

ANEXOS



FUENTES

Los datos con los que se han obtenido los resultados de esta Memoria se extraen de diferentes fuentes:

- **Memorias y bases de datos.**
  - Bases de datos propias (Unidad de Investigacíón: "Juego y adicciones tecnológicas" de la Universitat de València)
  - Bases de datos de otras entidades o instituciones (Dirección General de Ordenación de Juego, Conselleria de Hacienda y Modelo Económico de la Generalitat Valenciana, Cejuego, etc.).
- **Estudios realizados por la Unidad de Investigación: "Juego y adicciones tecnológicas":**
  - Estudios 1 y 2: encuestas con otros objetivos de investigación adicionales
  - Estudios 3 y 4: entrevistas elaboradas ad hoc para esta Memoria

Capítulo 1: Juego y jóvenes

Los datos, resultados y conclusiones del capítulo 1 se obtienen de las siguientes fuentes:

- **Estudios e informes:**
  - Gómez-Yáñez, J.A. y Lalanda, C. (2020). Anuario de Juego en España, 2019. Instituto de Juego y Gobernanza. Universidad Carlos III de Madrid. Consejo Empresarial de Juego, CEJUEGO
  - Memoria de Juego de la Comunitat Valenciana. Conselleria de Hacienda y Modelo Económico. Generalitat Valenciana
  - Memorias de la Dirección General de Ordenación de Juego. Ministerio de Consumo.
    - Memoria anual del juego 2018
    - Informes trimestrales del juego online 2019
- **Bases de datos:**
  - Base de datos de la Dirección General de Ordenación de Juego del Estudio de prevalencia de juego en España
  - Bases de datos de la Unidad de Investigación: "Juego y adicciones tecnológicas" de la Universitat de València:
    - Oleadas de juego 2014-2020
    - Programa de prevención de adicción al juego Ludens. Años 2019 y 2020

Capítulo 2: ¿Qué problemas tiene la juventud de la Comunitat Valenciana con el juego de apuestas?

Los datos, resultados y conclusiones del capítulo 2 se obtienen de las siguientes fuentes:

- **Estudio 1. Encuesta "Menores":** Estudio del patrón de juego y adicción al juego en menores de edad
- **Estudio 2. Encuesta "Jóvenes":** Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de 18-30 años
- **Estudio 3. Entrevista "Salones":** Entrevistas personales a jóvenes en el entorno de juego

Capítulo 3: La motivación para jugar

Los datos, resultados y conclusiones del capítulo 3 se obtienen de las siguientes fuentes:

- **Estudio 2. Encuesta "Jóvenes":** Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de 18-30 años
- **Estudio 4. Entrevista "Jugador@s":** Entrevistas personales a jóvenes que participan en los juegos de apuestas

Capítulo 4: Percepción social del juego

Los datos, resultados y conclusiones del capítulo 3 se obtienen de las siguientes fuentes:

- **Estudio 2. Encuesta "Jóvenes":** Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de 18-30 años
- **Estudio 3. Entrevista "Salones":** Entrevistas personales a jóvenes en el entorno de juego
- **Estudio 4. Entrevista "Jugador@s":** Entrevistas personales a jóvenes que participan en los juegos de apuestas

ESTUDIO 1

Encuesta “Menores”: Estudio del patrón de juego y adicción al juego en menores de edad.

Participantes: 6.053 personas (3.051 mujeres y 3.002 hombres) de edades comprendidas entre 15 y 17 años residentes en las tres provincias de la Comunitat Valenciana.

Objetivo: Análisis del patrón de juego y de los problemas asociados al juego en menores de edad.

Procedimiento: Encuesta autocumplimentada en entorno escolar previo al pase del programa de prevención de adicción al juego: Ludens

Duración de cumplimentación de la encuesta: 15 minutos por participante

Variables analizadas:

- Frecuencia de juego de todos los juegos legales de azar.
- Criterios diagnósticos del DSM-5
- Lugares de juego
- Factores asociados al inicio
- Motivación para el juego

Análisis realizados:

- Descriptivos y medidas de tendencia central
- Correlaciones entre variables
- Pruebas t de diferencia de medias
- Chi cuadrado

Periodo: Noviembre de 2018 – Marzo de 2020

Fecha: Edad:: Sexo:

A continuación vamos a hacerte unas preguntas sobre los juegos de azar. El cuestionario es anónimo y las respuestas solamente se analizarán estadísticamente. Responde con sinceridad. Muchas gracias por tu colaboración

1	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Loterías (Nacional, Primitiva, Euromillón, cupones ONCE, etc.)	O	O	O	O	O	O
2	Quiniela	O	O	O	O	O	O
3	"Rasca" de la ONCE	O	O	O	O	O	O
4	Máquinas tragaperras en bares, salones de juego, etc	O	O	O	O	O	O
5	Juegos de casino (ruleta, blackjack….) en salones, casinos u otro lugar	O	O	O	O	O	O
6	Póquer presencial (en casinos, bares, torneos, etc.)	O	O	O	O	O	O
7	Concursos de preguntas por televisión en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono	O	O	O	O	O	O
8	Bingo	O	O	O	O	O	O

2	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar ONLINE en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Póquer online	O	O	O	O	O	O
2	Bingo online	O	O	O	O	O	O
3	Casino online (ruleta, blackjack, etc.)	O	O	O	O	O	O
4	Slot online (tragaperras online)	O	O	O	O	O	O
5	Apuestas deportivas (en bares, salones, móvil, tablet, ordenador, etc.)	O	O	O	O	O	O
6	Otro tipo de apuestas online (di cuáles) …	O	O	O	O	O	O

3	**Responde si te ha ocurrido alguno de estos hechos durante los últimos meses**	**SI**	**NO**
1	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado pensando durante mucho tiempo en el juego, o planeando jugar?	O	O
2	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado mucho tiempo pensando en la forma de conseguir dinero para jugar?	O	O
3	¿Alguna vez ha habido periodos de tiempo en los que has necesitado apostar cantidades de dinero cada vez mayores para sentir la misma excitación?	O	O
4	¿Alguna vez has intentado dejar de jugar o controlar lo que juegas?	O	O
5	¿Eso te produjo inquietud o irritabilidad alguna vez, cuando lo intentaste?	O	O
6	Estando jugando, ¿has intentado parar o dejar de jugar, pero no lo has conseguido?	O	O
7	¿Te ha ocurrido eso tres veces, o más?	O	O
8	¿Has jugado como una forma de evadirte de problemas personales?	O	O
9	¿Has jugado para aliviar problemas, como la culpabilidad, ansiedad o depresión?	O	O
10	¿Ha habido algún periodo de tiempo en el cual, si perdías dinero, volvías más tarde o al día siguiente para recuperarlo?	O	O
11	¿Alguna vez has mentido a familiares o amigos sobre cuánto juegas o cuánto dinero has perdido?	O	O
12	¿Te ha pasado eso tres veces, o más?	O	O
13	¿Alguna vez has firmado un cheque falso o has cogido dinero que no era tuyo, sino de tu familia u otras personas, para jugar?	O	O
14	¿Has tenido problemas con alguno de tus familiares o amigos a causa del juego?	O	O
15	¿Has tenido problemas en el colegio, como faltar a las clases o bajar la nota, etc. a causa del juego?	O	O
16	En lo que se refiere al trabajo ¿has tenido problemas, perdido oportunidades importantes o incluso has llegado a perder el trabajo a causa del juego?	O	O
17	¿Alguna vez has pedido dinero prestado a familiares u otras personas debido a tener problemas económicos importantes a causa del juego?	O	O

4	En el caso de que hayas jugado a alguno de los juegos de azar, ¿por qué juegas?	SI	NO
1	Porque no me encuentro bien de ánimo y el juego me ayuda a aliviar mi malestar	O	O
2	Porque me encuentro aislado o rechazado, pero con el juego soy alguien importante	O	O
3	Porque soy bueno con estos juegos y me gusta demostrarlo (a mí o a los demás)	O	O
4	Porque necesito un premio grande para cumplir mis objetivos o saldar deudas	O	O
5	Por el placer que da el ganar más de lo que he apostado	O	O
6	Por pura diversión o para pasar el rato	O	O
7	Porque juegan mis amigos	O	O
8	Para ganar dinero	O	O

5 ¿Desde dónde haces las apuestas deportivas o de otro tipo? (puedes responder más de una opción)

- ☐ No hago apuestas
- ☐ En las máquinas de apuestas de los bares o pubs
- ☐ Desde el ordenador de casa o en casa de algún amigo
- ☐ Desde el móvil o la tablet
- ☐ En salones de juego u otros locales (casinos, bingos…)
- ☐ Desde otros lugares o dispositivos (di cuáles) ….

6	Señala con una cruz si es cierto lo que aparece en las siguientes frases. Debes contestar tanto para las apuestas como para la ruleta, aunque puede que las respuestas sean diferentes.	APUESTAS		RULETA	
		SI	NO	Si	NO
1	Porque no me encuentro bien de ánimo y el juego me ayuda a aliviar mi malestar	O	O	O	O
2	Porque me encuentro aislado o rechazado, pero con el juego soy alguien importante	O	O	O	O
3	Porque soy bueno con estos juegos y me gusta demostrarlo (a mí o a los demás)	O	O	O	O
4	Porque necesito un premio grande para cumplir mis objetivos o saldar deudas	O	O	O	O
5	Por el placer que da el ganar más de lo que he apostado	O	O	O	O
6	Por pura diversión o para pasar el rato	O	O	O	O
7	Porque juegan mis amigos	O	O	O	O
8	Para ganar dinero	O	O	O	O

7 ¿Cómo te iniciaste en el juego? (puedes señalar más de una opción)

- ☐ No he jugado nunca a nada
- ☐ A través de bonos, en los que daban dinero para jugar
- ☐ A través de juegos, por Internet, pero sin dinero
- ☐ Con los amigos y las amigas
- ☐ Con algún familiar. ¿Con quién?….

8 ¿Dónde comenzaste a jugar? (puedes señalar más de una opción)

- ☐ En casa
- ☐ En el bar
- ☐ En salones de juego u otros locales (casinos, bingos…)
- ☐ Desde el móvil o la tablet
- ☐ Desde otros lugares o dispositivos (di cuáles) ….

9	Di si es cierta, o no, cada una de las siguientes afirmaciones	SI	NO
1	Necesito apostar si quiero divertirme viendo el fútbol	O	O
2	Además de fútbol, también suelo hacer otro tipo de apuestas	O	O
3	Conozco personas que ganan mucho dinero apostando	O	O
4	Mis familiares o amigos me dicen que juego demasiado	O	O
5	Apostar me resulta divertido	O	O
6	Casi siempre me pongo un límite antes de apostar	O	O
7	En el caso de que te pongas límites, ¿lo sueles sobrepasar?	O	O

ESTUDIO 2

Encuesta "Jóvenes": Estudio del patrón de juego y adicción al juego en jóvenes de 18-30 años.

Participantes: 3.651 jóvenes (1.894 mujeres y 1.757 hombres) de edades comprendidas entre 18 y 30 años residentes en las tres provincias de la Comunitat Valenciana.

Objetivo: Análisis del patrón de juego y de los problemas asociados al juego en menores de edad.

Procedimiento: Selección de jóvenes residentes en la Comunitat Valenciana de una encuesta más amplia realizada en todo el territorio nacional en población general. La encuesta se ha cumplimentado online en oleadas desde 2014

Duración de cumplimentación de la encuesta: 20 minutos por participante

Variables analizadas para este estudio:

- Frecuencia de juego de todos los juegos legales de azar.
- Criterios diagnósticos del DSM-5
- Lugares de juego
- Factores asociados al inicio
- Motivación para el juego

Análisis realizados:

- Descriptivos y medidas de tendencia central
- Correlaciones entre variables
- Pruebas t de diferencia de medias
- Chi cuadrado

Periodo: Febrero de 2014 – Abril de 2020

A continuación vamos a hacerte unas preguntas sobre los juegos de azar. El cuestionario es anónimo y las respuestas solamente se analizarán estadísticamente. Responde con sinceridad. Muchas gracias por tu colaboración.

1	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Loterías (Nacional, Primitiva, Euromillón, cupones ONCE, etc.)	O	O	O	O	O	O
2	Quiniela	O	O	O	O	O	O
3	"Rasca" de la ONCE	O	O	O	O	O	O
4	Máquinas tragaperras en bares, salones de juego, etc	O	O	O	O	O	O
5	Juegos de casino (ruleta, blackjack….) en salones, casinos u otro lugar	O	O	O	O	O	O
6	Póquer presencial (en casinos, bares, torneos, etc.)	O	O	O	O	O	O
7	Concursos de preguntas por televisión en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono	O	O	O	O	O	O
8	Bingo	O	O	O	O	O	O

2	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar ONLINE en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Póquer online	O	O	O	O	O	O
2	Bingo online	O	O	O	O	O	O
3	Casino online (ruleta, blackjack, etc.)	O	O	O	O	O	O
4	Slot online (tragaperras online)	O	O	O	O	O	O
5	Apuestas deportivas (en bares, salones, móvil, tablet, ordenador, etc.)	O	O	O	O	O	O
6	Otro tipo de apuestas online (di cuáles) …	O	O	O	O	O	O

3	**Responde si te ha ocurrido alguno de estos hechos durante los últimos meses**	**SI**	**NO**
1	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado pensando durante mucho tiempo en el juego, o planeando jugar?	O	O
2	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado mucho tiempo pensando en la forma de conseguir dinero para jugar?	O	O
3	¿Alguna vez ha habido periodos de tiempo en los que has necesitado apostar cantidades de dinero cada vez mayores para sentir la misma excitación?	O	O
4	¿Alguna vez has intentado dejar de jugar o controlar lo que juegas?	O	O
5	¿Eso te produjo inquietud o irritabilidad alguna vez, cuando lo intentaste?	O	O
6	Estando jugando, ¿has intentado parar o dejar de jugar, pero no lo has conseguido?	O	O
7	¿Te ha ocurrido eso tres veces, o más?	O	O
8	¿Has jugado como una forma de evadirte de problemas personales?	O	O
9	¿Has jugado para aliviar problemas, como la culpabilidad, ansiedad o depresión?	O	O
10	¿Ha habido algún periodo de tiempo en el cual, si perdías dinero, volvías más tarde o al día siguiente para recuperarlo?	O	O
11	¿Alguna vez has mentido a familiares o amigos sobre cuánto juegas o cuánto dinero has perdido?	O	O
12	¿Te ha pasado eso tres veces, o más?	O	O
13	¿Alguna vez has firmado un cheque falso o has cogido dinero que no era tuyo, sino de tu familia u otras personas, para jugar?	O	O
14	¿Has tenido problemas con alguno de tus familiares o amigos a causa del juego?	O	O
15	¿Has tenido problemas en el colegio, como faltar a las clases o bajar la nota, etc. a causa del juego?	O	O
16	En lo que se refiere al trabajo ¿has tenido problemas, perdido oportunidades importantes o incluso has llegado a perder el trabajo a causa del juego?	O	O
17	¿Alguna vez has pedido dinero prestado a familiares u otras personas debido a tener problemas económicos importantes a causa del juego?	O	O

4	En el caso de que hayas jugado a alguno de los juegos de azar, ¿por qué juegas?	SI	NO
1	Porque no me encuentro bien de ánimo y el juego me ayuda a aliviar mi malestar	O	O
2	Porque me encuentro aislado o rechazado, pero con el juego soy alguien importante	O	O
3	Porque soy bueno con estos juegos y me gusta demostrarlo (a mí o a los demás)	O	O
4	Porque necesito un premio grande para cumplir mis objetivos o saldar deudas	O	O
5	Por el placer que da el ganar más de lo que he apostado	O	O
6	Por pura diversión o para pasar el rato	O	O
7	Porque juegan mis amigos	O	O
8	Para ganar dinero	O	O

5 ¿Desde dónde haces las apuestas deportivas o de otro tipo? (puedes responder más de una opción)

- ☐ No hago apuestas
- ☐ En las máquinas de apuestas de los bares o pubs
- ☐ Desde el ordenador de casa o en casa de algún amigo
- ☐ Desde el móvil o la tablet
- ☐ En salones de juego u otros locales (casinos, bingos...)
- ☐ Desde otros lugares o dispositivos (di cuáles) ....

6	Señala con una cruz si es cierto lo que aparece en las siguientes frases. Debes contestar tanto para las apuestas como para la ruleta, aunque puede que las respuestas sean diferentes.	APUESTAS		RULETA	
		SI	NO	Si	NO
1	Porque no me encuentro bien de ánimo y el juego me ayuda a aliviar mi malestar	O	O	O	O
2	Porque me encuentro aislado o rechazado, pero con el juego soy alguien importante	O	O	O	O
3	Porque soy bueno con estos juegos y me gusta demostrarlo (a mí o a los demás)	O	O	O	O
4	Porque necesito un premio grande para cumplir mis objetivos o saldar deudas	O	O	O	O
5	Por el placer que da el ganar más de lo que he apostado	O	O	O	O
6	Por pura diversión o para pasar el rato	O	O	O	O
7	Porque juegan mis amigos	O	O	O	O
8	Para ganar dinero	O	O	O	O

7 ¿Cómo te iniciaste en el juego? (puedes señalar más de una opción)

- ☐ No he jugado nunca a nada
- ☐ A través de bonos, en los que daban dinero para jugar
- ☐ A través de juegos, por Internet, pero sin dinero
- ☐ Con los amigos y las amigas
- ☐ Con algún familiar. ¿Con quién?....

8 ¿Dónde comenzaste a jugar? (puedes señalar más de una opción)

- ☐ En casa
- ☐ En el bar
- ☐ En salones de juego u otros locales (casinos, bingos...)
- ☐ Desde el móvil o la tablet
- ☐ Desde otros lugares o dispositivos (di cuáles) ....

9	Di si es cierta, o no, cada una de las siguientes afirmaciones	SI	NO
1	Necesito apostar si quiero divertirme viendo el fútbol	O	O
2	Además de fútbol, también suelo hacer otro tipo de apuestas	O	O
3	Conozco personas que ganan mucho dinero apostando	O	O
4	Mis familiares o amigos me dicen que juego demasiado	O	O
5	Apostar me resulta divertido	O	O
6	Casi siempre me pongo un límite antes de apostar	O	O
7	En el caso de que te pongas límites, ¿lo sueles sobrepasar?	O	O

ESTUDIO 3

Entrevista: “Salones”: Entrevistas personales a jóvenes en el entorno de juego

Participantes: 221 jóvenes (33 mujeres y 188 hombres) de entre 16 y 30 años.

Objetivo: Análisis del patrón de juego y de los problemas asociados al juego en personas que juegan en salones de juego.

Procedimiento: Encuesta a la salida de un salón de juego a personas que acaben de apostar.

Duración de la encuesta: 20 minutos

Variables analizadas para este estudio:

- Frecuencia de juego de todos los juegos legales de azar.
- Criterios diagnósticos del DSM-5
- Factores asociados al inicio, desarrollo y mantenimiento de la conducta de juego
- Motivación para el juego
- Factores de riesgo

Análisis realizados:

- Descriptivos y medidas de tendencia central
- Correlaciones entre variables
- Pruebas t de diferencia de medias
- Chi cuadrado

Periodo: 2015, 2017, 2020

Fecha: Hora: Lugar de juego:

Edad: Sexo: ☐ Hombre ☐ Mujer Nacionalidad:

1. Situación laboral: ☐Estudiante ☐Trabajo ☐Paro

2. Estudios: … ☐Actuales ☐Acabados

3. Código postal de residencia ¿Con quién vives?

4. ¿Qué cantidad tienes de ingresos mensuales?

5. En qué ocupas tus ratos libres de ocio?

6. ¿Prácticas algún deporte habitualmente?

7. ¿Cuáles?

8. ¿Estás federado?☐ SI ☐NO

9	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Loterías (Nacional, Primitiva, Euromillón, cupones ONCE, etc.)	O	O	O	O	O	O
2	Quiniela	O	O	O	O	O	O
3	"Rasca" de la ONCE	O	O	O	O	O	O
4	Máquinas tragaperras en bares, salones de juego, etc	O	O	O	O	O	O
5	Juegos de casino (ruleta, blackjack….) en salones, casinos u otro lugar	O	O	O	O	O	O
6	Póquer presencial (en casinos, bares, torneos, etc.)	O	O	O	O	O	O
7	Concursos de preguntas por televisión en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono	O	O	O	O	O	O
8	Bingo	O	O	O	O	O	O

10	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar ONLINE en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Póquer online	O	O	O	O	O	O
2	Bingo online	O	O	O	O	O	O
3	Casino online (ruleta, blackjack, etc.)	O	O	O	O	O	O
4	Slot online (tragaperras online)	O	O	O	O	O	O
5	Apuestas deportivas (en bares, salones, móvil, tablet, ordenador, etc.)	O	O	O	O	O	O
6	Otro tipo de apuestas online (di cuáles) …	O	O	O	O	O	O

10. ¿Cómo sueles jugar? ☐Solo ☐Acompañado ☐Indistintamente

11. ¿A qué edad comenzaste a jugar?

¿A qué juego?

¿Ganaste en las primeras veces?

¿Cuánto?

¿Qué hiciste con el premio?

12. ¿Desde cuándo juegas regularmente?

13. ¿Cuánto tiempo sueles estar jugando cada vez que vienes a los salones, bingos, etc.?

14. ¿Cuándo sueles jugar? ☐Mañana ☐Tarde ☐Noche ☐Indistintamente

15. Cuánto te gastas cada vez?…

16. ¿Cuánto ha sido la mayor cantidad de dinero que has llegado a jugar?…

¿En qué juego?

17. (En el caso de que sea menor):

¿Dónde sueles cobrar las ganancias? ☐En el mismo local ☐En la casa de juegos ☐En otro lugar

¿Quién cobra las ganancias? ☐Yo mismo ☐Mi padre ☐Mi madre ☐Amigos mayores de edad ☐Amigos menores de edad ☐Otros

18. ¿Juegas en otros lugares?: ☐Bares ☐Salas de juegos ☐Casino ☐Casa (PC) ☐Móvil ☐Otros...

19. De los que has mencionado, ¿cuál de ellos prefieres?

¿Por qué?

20. ¿Consumes alcohol?

¿Consumes alcohol cuando juegas? ☐SI ☐NO ☐Depende de dónde juegue...

21. ¿Consumes alguna otra sustancia?

¿Consumes alguna otra sustancia cuando juegas?.... ☐ SI ☐ NO ☐ Depende dónde juegue...

22. ¿Cómo comenzaste a jugar?...

23. Por qué comenzaste a jugar?...

24. ¿Por qué juegas actualmente?

· Porque no me encuentro bien de ánimo y el juego me ayuda a aliviar el malestar	☐ SI	☐ NO
· Porque me encuentro aislado o rechazado y el juego me hace sentirme mejor o importante	☐ SI	☐ NO
· Porque soy bueno con estos juegos y me gusta demostrármelo	☐ SI	☐ NO
· Porque necesito dinero para cumplir con mis objetivos o saldar deudas	☐ SI	☐ NO
· Por el placer que da el ganar más de lo que he apostado	☐ SI	☐ NO
· Para ganar dinero	☐ SI	☐ NO
· Otros motivos:		

25.¿Antes de comenzar a jugar tienes decidido cuánto dinero vas a gastar? ☐ SI ☐ NO

Si te pones un límite, ¿lo cambias según vaya el juego? ☐ SI ☐ NO

26	**Responde si te ha ocurrido alguno de estos hechos durante los últimos meses**	**SI**	**NO**
1	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado pensando durante mucho tiempo en el juego, o planeando jugar?	O	O
2	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado mucho tiempo pensando en la forma de conseguir dinero para jugar?	O	O
3	¿Alguna vez ha habido periodos de tiempo en los que has necesitado apostar cantidades de dinero cada vez mayores para sentir la misma excitación?	O	O
4	¿Alguna vez has intentado dejar de jugar o controlar lo que juegas?	O	O
5	¿Eso te produjo inquietud o irritabilidad alguna vez, cuando lo intentaste?	O	O
6	Estando jugando, ¿has intentado parar o dejar de jugar, pero no lo has conseguido?	O	O
7	¿Te ha ocurrido eso tres veces, o más?	O	O
8	¿Has jugado como una forma de evadirte de problemas personales?	O	O
9	¿Has jugado para aliviar problemas, como la culpabilidad, ansiedad o depresión?	O	O
10	¿Ha habido algún periodo de tiempo en el cual, si perdías dinero, volvías más tarde o al día siguiente para recuperarlo?	O	O
11	¿Alguna vez has mentido a familiares o amigos sobre cuánto juegas o cuánto dinero has perdido?	O	O
12	¿Te ha pasado eso tres veces, o más?	O	O
13	¿Alguna vez has firmado un cheque falso o has cogido dinero que no era tuyo, sino de tu familia u otras personas, para jugar?	O	O
14	¿Has tenido problemas con alguno de tus familiares o amigos a causa del juego?	O	O
15	¿Has tenido problemas en el colegio, como faltar a las clases o bajar la nota, etc. a causa del juego?	O	O
16	En lo que se refiere al trabajo ¿has tenido problemas, perdido oportunidades importantes o incluso has llegado a perder el trabajo a causa del juego?	O	O
17	¿Alguna vez has pedido dinero prestado a familiares u otras personas debido a tener problemas económicos importantes a causa del juego?	O	O

		1 En absoluto	2 No estoy de acuerdo	3 Indeciso	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
1	Realmente quiero hacer algo en lo que se refiere a mi conducta de juego	O	O	O	O	O
2	A veces me pregunto si soy un ludópata	O	O	O	O	O
3	Si no cambio pronto mi conducta de juego, mis problemas empeorarán	O	O	O	O	O
4	Ya he hecho algún cambio en mi conducta de juego	O	O	O	O	O
5	He jugado mucho en el pasado, pero me las he arreglado para cambiar mi patrón de juego	O	O	O	O	O
6	A veces me pregunto si mi conducta de juego está perjudicando a otras personas	O	O	O	O	O
7	Soy un jugador problemático	O	O	O	O	O
8	No solamente pienso en cambiar mi conducta de juego, sino que ya estoy haciendo algo al respecto	O	O	O	O	O
9	Ya he cambiado mi conducta de juego y estoy viendo la forma de evitar volver a mi anterior patrón de juego	O	O	O	O	O
10	Tengo un serio problema con el juego	O	O	O	O	O
11	A veces me pregunto si tengo el control de mi conducta de juego	O	O	O	O	O
12	Mi conducta de juego está causando mucho daño	O	O	O	O	O
13	Estoy haciendo cosas activamente para dejar de jugar	O	O	O	O	O
14	Quiero ayuda para evitar los problemas con el juego que tenía antes	O	O	O	O	O
15	Reconozco que tengo un problema con el juego	O	O	O	O	O
16	Hay momentos en los que me pregunto si juego demasiado	O	O	O	O	O
17	Soy un ludópata	O	O	O	O	O
18	Estoy trabajando duro para cambiar mi conducta de juego	O	O	O	O	O
19	He hecho algunos cambios en mi conducta de juego pero quiero ayuda para evitar jugar como lo hacía antes	O	O	O	O	O

ESTUDIO 4

Entrevista: "Jugador@s": Entrevistas personales a jóvenes que participan en el juego

Participantes: 112 jóvenes (18 mujeres y 94 hombres) de entre 17 y 30 años.

Objetivo: Entrevista en profundidad sobre los factores asociados al inicio, desarrollo y mantenimiento de los problemas de juego

Procedimiento: Entrevista personal grabada y transcrita en hoja de cálculo.

Duración de la entrevista: 45 minutos

Variables analizadas para este estudio:

- Frecuencia de juego de todos los juegos legales de azar.
- Criterios diagnósticos del DSM-5
- Factores asociados al inicio, desarrollo y mantenimiento de la conducta de juego
- Motivación para el juego
- Factores de riesgo

Análisis realizados:

- Descriptivos y medidas de tendencia central
- Correlaciones entre variables
- Pruebas t de diferencia de medias
- Chi cuadrado

Periodo: febrero-abril de 2020

Fecha: Hora: Lugar de juego:

Edad: Sexo: ☐ Hombre ☐ Mujer Nacionalidad:

1. Situación laboral: ☐Estudiante ☐Trabajo ☐Paro

2. Estudios: … ☐Actuales ☐Acabados

3. Código postal de residencia ¿Con quién vives?

4. ¿Qué cantidad tienes de ingresos mensuales?

5. En qué ocupas tus ratos libres de ocio?

6. ¿Prácticas algún deporte habitualmente?

7. ¿Cuáles?

8. ¿Estás federado?☐ SI ☐NO

9	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Loterías (Nacional, Primitiva, Euromillón, cupones ONCE, etc.)	O	O	O	O	O	O
2	Quiniela	O	O	O	O	O	O
3	"Rasca" de la ONCE	O	O	O	O	O	O
4	Máquinas tragaperras en bares, salones de juego, etc	O	O	O	O	O	O
5	Juegos de casino (ruleta, blackjack….) en salones, casinos u otro lugar	O	O	O	O	O	O
6	Póquer presencial (en casinos, bares, torneos, etc.)	O	O	O	O	O	O
7	Concursos de preguntas por televisión en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono	O	O	O	O	O	O
8	Bingo	O	O	O	O	O	O

10	**Indica cuántas veces has jugado a estos juegos de azar ONLINE en los últimos meses**	**No juego nunca**	**Alguna vez**	**1-3 al mes**	**1-2 a la semana**	**3-4 a la semana**	**Casi todos los días**
1	Póquer online	O	O	O	O	O	O
2	Bingo online	O	O	O	O	O	O
3	Casino online (ruleta, blackjack, etc.)	O	O	O	O	O	O
4	Slot online (tragaperras online)	O	O	O	O	O	O
5	Apuestas deportivas (en bares, salones, móvil, tablet, ordenador, etc.)	O	O	O	O	O	O
6	Otro tipo de apuestas online (di cuáles) …	O	O	O	O	O	O

10. ¿Cómo sueles jugar? ☐Solo ☐Acompañado ☐Indistintamente

11. ¿A qué edad comenzaste a jugar?

¿A qué juego?

¿Ganaste en las primeras veces?

¿Cuánto?

¿Qué hiciste con el premio?

12. ¿Desde cuándo juegas regularmente?

13. ¿Cuánto tiempo sueles estar jugando cada vez que vienes a los salones, bingos, etc.?

14. ¿Cuándo sueles jugar? ☐Mañana ☐Tarde ☐Noche ☐Indistintamente

15. Cuánto te gastas cada vez?…

16. ¿Cuánto ha sido la mayor cantidad de dinero que has llegado a jugar?…

¿En qué juego?

17. (En el caso de que sea menor):

¿Dónde sueles cobrar las ganancias? ☐En el mismo local ☐En la casa de juegos ☐En otro lugar

¿Quién cobra las ganancias? ☐Yo mismo ☐Mi padre ☐Mi madre ☐Amigos mayores de edad ☐Amigos menores de edad ☐Otros

18. ¿Juegas en otros lugares?: ☐Bares ☐Salas de juegos ☐Casino ☐Casa (PC) ☐Móvil ☐Otros...

19. De los que has mencionado, ¿cuál de ellos prefieres?

¿Por qué?

20. ¿Consumes alcohol?

¿Consumes alcohol cuando juegas? ☐SI ☐NO ☐Depende de dónde juegue...

21. ¿Consumes alguna otra sustancia?

¿Consumes alguna otra sustancia cuando juegas?.... ☐ SI ☐ NO ☐ Depende dónde juegue...

22. ¿Cómo comenzaste a jugar?...

23. Por qué comenzaste a jugar?...

24. ¿Por qué juegas actualmente?

· Porque no me encuentro bien de ánimo y el juego me ayuda a aliviar el malestar	☐ SI	☐ NO
· Porque me encuentro aislado o rechazado y el juego me hace sentirme mejor o importante	☐ SI	☐ NO
· Porque soy bueno con estos juegos y me gusta demostrármelo	☐ SI	☐ NO
· Porque necesito dinero para cumplir con mis objetivos o saldar deudas	☐ SI	☐ NO
· Por el placer que da el ganar más de lo que he apostado	☐ SI	☐ NO
· Para ganar dinero	☐ SI	☐ NO
· Otros motivos:		

25.¿Antes de comenzar a jugar tienes decidido cuánto dinero vas a gastar? ☐ SI ☐ NO

Si te pones un límite, ¿lo cambias según vaya el juego? ☐ SI ☐ NO

26	**Responde si te ha ocurrido alguno de estos hechos durante los últimos meses**	**SI**	**NO**
1	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado pensando durante mucho tiempo en el juego, o planeando jugar?	O	O
2	¿Alguna vez ha habido periodos de dos semanas, o más, en los que has estado mucho tiempo pensando en la forma de conseguir dinero para jugar?	O	O
3	¿Alguna vez ha habido periodos de tiempo en los que has necesitado apostar cantidades de dinero cada vez mayores para sentir la misma excitación?	O	O
4	¿Alguna vez has intentado dejar de jugar o controlar lo que juegas?	O	O
5	¿Eso te produjo inquietud o irritabilidad alguna vez, cuando lo intentaste?	O	O
6	Estando jugando, ¿has intentado parar o dejar de jugar, pero no lo has conseguido?	O	O
7	¿Te ha ocurrido eso tres veces, o más?	O	O
8	¿Has jugado como una forma de evadirte de problemas personales?	O	O
9	¿Has jugado para aliviar problemas, como la culpabilidad, ansiedad o depresión?	O	O
10	¿Ha habido algún periodo de tiempo en el cual, si perdías dinero, volvías más tarde o al día siguiente para recuperarlo?	O	O
11	¿Alguna vez has mentido a familiares o amigos sobre cuánto juegas o cuánto dinero has perdido?	O	O
12	¿Te ha pasado eso tres veces, o más?	O	O
13	¿Alguna vez has firmado un cheque falso o has cogido dinero que no era tuyo, sino de tu familia u otras personas, para jugar?	O	O
14	¿Has tenido problemas con alguno de tus familiares o amigos a causa del juego?	O	O
15	¿Has tenido problemas en el colegio, como faltar a las clases o bajar la nota, etc. a causa del juego?	O	O
16	En lo que se refiere al trabajo ¿has tenido problemas, perdido oportunidades importantes o incluso has llegado a perder el trabajo a causa del juego?	O	O
17	¿Alguna vez has pedido dinero prestado a familiares u otras personas debido a tener problemas económicos importantes a causa del juego?	O	O

		1 En absoluto	2 No estoy de acuerdo	3 Indeciso	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
1	Realmente quiero hacer algo en lo que se refiere a mi conducta de juego	O	O	O	O	O
2	A veces me pregunto si soy un ludópata	O	O	O	O	O
3	Si no cambio pronto mi conducta de juego, mis problemas empeorarán	O	O	O	O	O
4	Ya he hecho algún cambio en mi conducta de juego	O	O	O	O	O
5	He jugado mucho en el pasado, pero me las he arreglado para cambiar mi patrón de juego	O	O	O	O	O
6	A veces me pregunto si mi conducta de juego está perjudicando a otras personas	O	O	O	O	O
7	Soy un jugador problemático	O	O	O	O	O
8	No solamente pienso en cambiar mi conducta de juego, sino que ya estoy haciendo algo al respecto	O	O	O	O	O
9	Ya he cambiado mi conducta de juego y estoy viendo la forma de evitar volver a mi anterior patrón de juego	O	O	O	O	O
10	Tengo un serio problema con el juego	O	O	O	O	O
11	A veces me pregunto si tengo el control de mi conducta de juego	O	O	O	O	O
12	Mi conducta de juego está causando mucho daño	O	O	O	O	O
13	Estoy haciendo cosas activamente para dejar de jugar	O	O	O	O	O
14	Quiero ayuda para evitar los problemas con el juego que tenía antes	O	O	O	O	O
15	Reconozco que tengo un problema con el juego	O	O	O	O	O
16	Hay momentos en los que me pregunto si juego demasiado	O	O	O	O	O
17	Soy un ludópata	O	O	O	O	O
18	Estoy trabajando duro para cambiar mi conducta de juego	O	O	O	O	O
19	He hecho algunos cambios en mi conducta de juego pero quiero ayuda para evitar jugar como lo hacía antes	O	O	O	O	O

ALEGACIONES AL REAL DECRETO DE COMUNICACIONES COMERCIALES

Unidad de Investigación: Juego y adicciones tecnológicas
Departamento de Psicología Básica
Avda Blasco Ibáñez, 21
46010-València

Dirección General de Ordenación del Juego,
Ministerio de Consumo

Asunto: Observaciones presentadas desde la **Unidad de Investigación: Juego y Adicciones Tecnológicas** de la Universitat de València al proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales del Juego

Transcurridos casi nueve años desde la aprobación de la Ley 13/2011 de Regulación del Juego, el Ministerio de Consumo, a través de la Dirección General de Ordenación del Juego ha presentado un proyecto de Real Decreto, a fin de dar cumplimiento a lo establecido en los artículos 7 ("Publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego") y 8 ("Protección de los consumidores y políticas de juego responsable") de la mencionada Ley.

Después de su lectura y estudio, presentamos las siguientes alegaciones al proyecto del Real Decreto.

JUSTIFICACIÓN DE LAS ALEGACIONES

I. Sobre la oportunidad de la norma

La Ley 13/2011, de 27 de mayo de regulación del juego (en adelante LRJ) establece en su artículo 1 "*El objeto de esta Ley es la regulación de la actividad de juego, en sus distintas modalidades, que se desarrolle con ámbito estatal con el fin de garantizar la protección del orden público, luchar contra el fraude, prevenir las conductas adictivas, proteger los derechos de los menores y salvaguardar los derechos de los participantes en los juegos, sin perjuicio de lo establecido en los Estatutos de Autonomía.*

La Ley regula, en particular, la actividad de juego a que se refiere el párrafo anterior cuando se realice a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos e interactivos, en la que los medios presenciales deberán tener un carácter accesorio, así como los juegos desarrollados por las entidades designadas por esta Ley para la realización de actividades sujetas a reserva, con independencia del canal de comercialización de aquéllos."

En este sentido en los artículos 7 y 8 de la LRJ, regulan cómo debe ser la publicidad patrocinio y promoción de las actividades del juego, así como la protección de los consumidores y el desarrollo de las políticas de juego responsable, indicando el apartado 2 del artículo 7 que **reglamentariamente** se establecerán las condiciones que se incluirán en los respectivos títulos habilitantes de la autorización de la actividad publicitaria y sus límites.

Por otra parte la disposición final segunda de la LRJ, establece:

Se autoriza al Gobierno de la Nación a adoptar, a propuesta del titular del Ministerio de Economía y Hacienda, en el plazo de un año desde la entrada en vigor de esta Ley, cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo e implementación de lo previsto en la misma.

El mandato del apartado 2 del artículo 7 y la habilitación establecida en la Disposición final segunda **han sido incumplidos** sin justificación alguna permitiendo que durante estos últimos nueve años la publicidad y la promoción de los juegos online haya proliferado de forma exponencial. La incentivación del juego ha favorecido los efectos perniciosos del mismo, lo cual ha tenido consecuencias muy graves en el ámbito económico, sobre la salud de los ciudadanos y ha afectado negativamente a las formas democráticas.

1. Desde un punto de vista **económico** se ha creado una red de intereses entre empresas de juego, medios de difusión, entidades deportivas y en las entidades que controlan las redes sociales, con el consecuente incremento y consumo desmesurado de los juegos y apuestas online, que no se ha visto reflejado ni en la recaudación fiscal ni en la generación de empleo.

Para tener una visión global de lo que ha sucedido se presenta el siguiente cuadro:

	Cantidades jugadas[3] 2013 (en millones €)	Cantidades jugadas 2018 (en millones €)	Impuestos juego 2018[4] (en millones €)	Empleo 2018[5]	Gasto en publicidad 2018 (en millones €)
SELAE	8.518	9.000	1.680	18.612	77
ONCE	1.836	2.160	-	19.154	49
Juego privado (bingo, casino, máquinas)	14.916	18.252	1.125	47.178	
Juego online	5.592	17.327	49	Sin datos	332,7

A modo de resumen, estos datos ponen en evidencia que las cantidades jugadas en juegos online han pasado de 5.592 millones de euros en 2013 a 17.327 en 2018, lo cual supone un incremento del 210%, lo que contrasta con el incremento del 16% del resto de juegos públicos y privados, que pasan de 14.916 a 18.252 millones de euros en el mismo periodo de tiempo.

Este importante volumen de cantidades jugadas contrasta con la escasa recaudación fiscal que genera este tipo de juegos que, según facilita el propio sector en 2018, se recaudaron por todos los conceptos 146 millones de euros. Esta cifra debe ser considerablemente menor, si atendemos a los datos de las cuentas generales del Estado que publica la Intervención General y que indica que los ingresos por estos juegos fueron de escasamente 49 millones de euros, una cantidad exigua si lo comparamos con los 1.680 millones de euros de SELAE y los 1.125 del juego privado. La ONCE no paga impuestos.

Si atendemos a las cifras de empleo, ni las memorias de la DGJ ni las del propio sector hacen referencia de cuánto empleo genera el juego online de regulación estatal, si bien debe ser incomparablemente inferior al resto de juegos presenciales.

A la vista de lo anteriormente expuesto, el Ministerio de Consumo y el de Hacienda deberían elaborar un proyecto de reforma de la Ley 13/ de 27 de mayo para modificar la fiscalidad de los juegos online de ámbito estatal. La misma debería ir en el sentido de que las empresas de juego online aporten al erario público unos ingresos similares a los de los juegos presenciales. De esta forma se cooperaría no solo a reducir el déficit público sino, sobre todo, a reducir las cantidades de juego en estos juegos improductivos y, en consecuencia, la adicción de nuestras personas jóvenes.

2. Desde un punto de vista de **impacto para la salud**, el juego online es potencialmente más adictivo que el offline, y eso es algo que se conoce en la literatura científica desde hace tiempo[6]. Además, también se ha comprobado la existencia de una elevada correlación entre juego online y juego patológico, ya que las personas jugadoras de Internet padecen tasas de juego patológico entre

3 Datos procedentes de las memorias de la DGOJ
4 Datos procedentes de la Intervención General del Estado
5 Anuario de juego, fundación Codere
6 Griffiths, M.D., Parke, A., Wood, R., & Parke, J. (2006). Internet gambling: An overview of psychosocial impacts. UNLV Gaming Research & Review Journal,10(1), 27.
McBride, J., & Derevensky, J. (2009). Internet gambling behavior in a sample of online gamblers. International Journal of Mental Health and Addiction, 7(1),149-167.
Petry, N. M. (2006b). Internet gambling: an emerging concern in family practice medicine?. Family practice, 23(4), 421-426

4-6 veces superior a las personas jugadoras offline[7]. Este motivo es más que suficiente para, desde un punto de vista de salud pública, evitar cualquier medida que promocione el juego online, tanto de la publicidad como de las estrategias de marketing. En España, además, la legalización del juego online ha venido acompañada de graves consecuencias para la salud en nuestra sociedad. En concreto:

a. Actualmente es la segunda causa de trastorno de juego para los pacientes sometidos a tratamiento a causa de adicción al juego[8] y la primera en el caso de jóvenes[9].

b. Es el juego con peores consecuencias para la salud en jóvenes, especialmente el que se refiere a apuestas deportivas[10].

3. En lo que se refiere a las consecuencias sobre las formas **democráticas,** aunque difícil de cuantificar, estas tienen un valor simbólico muy importante, en cuanto que suponen un atentado contra principios esenciales del estado de derecho. Cuando se legalizó el juego privado en 1977 se restringió su publicidad debido a su potencial peligrosidad. Incluso a día de hoy el juego privado offline tiene prohibida la publicidad de facto por dicho motivo. Sin embargo, a principios de 2000 se inicia el juego online de forma ilegal[11], puesto que operaban sin el necesario título habilitante, ya que la Ley ni siquiera contemplaba esta actividad. Lo hicieron, además, con una publicidad que hasta ese momento era inédita, como fue el patrocinio de equipos de fútbol y otras comunicaciones comerciales. Se dio, en fin, la paradoja, de que el juego online, que operaba de forma ilegal, se beneficiaba además de la posibilidad de publicitarse, mientras que gran parte del juego legal la tenía restringida.

   Cuando finalmente se aprueba la Ley 13/2011 se da un plazo de un año para llevar a cabo un reglamento que especifique en el título habilitante las condiciones bajo las cuales se permite la publicidad. Un año después, en junio de 2012, el Gobierno procedió a conceder las licencias sin haber desarrollado la reglamentación necesaria y la concedió también a las mismas empresas

7 Wood, R. y Williams, R. (2009). Internet gambling: Prevalence, ptterns, problems, and policy options. Informe preparado para Ontario Problem Gambling Research Centre

8 Martínez, C. (2017). Diferencias entre las personas jugadoras patológicos de juegos online y de máquinas tragaperras. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona

9 Chóliz, M. (2016). The challenge of online gambling: the effect of legalization on the increase in online gambling addiction. Journal of Gambling Studies, 32(2), 749-756.

10 Chóliz, M. y Marcos, M. (2019). La epidemia de la adicción al juego online en la adolescencia. Revista Española de Drogodependencias, 44, 20-37.

11 Según Sentencia del Tribunal Supremo de 17 de mayo de 2017, en el apartado noveno, punto 5: "*La regulación de los juegos de azar exigía la inclusión de la modalidad de juego en un catálogo, la homologación de los medios técnicos y la posterior autorización administrativa para que la práctica de tal juego sea lícita, sistema que se establece con carácter general para «la totalidad de los juegos o actividades en los que se aventuren cantidades de dinero u objetos económicamente evaluables, en forma de envites o traviesas sobre los resultados, y que permitan su transferencia entre los participantes» y «con independencia de que predomine en ellos el grado de habilidad, destreza o maestría de los participantes, o sean exclusiva o primordialmente de suerte, envite o azar, y tanto si se desarrollan mediante la utilización de máquinas automáticas, como si se llevan a cabo a través de la realización de actividades humanas» (art. 1 del RD 444/1977). En un sistema normativo como el descrito, la falta de referencia en tales normas al juego online y, en concreto, la falta de inclusión de modalidades de juego online en el catálogo de juegos permitidos, y la falta de autorización alguna para la práctica de tales juegos online,* **no puede interpretarse como justificativa de que el juego online no estaba prohibido en dicha normativa.**
Por el contrario, supone que la práctica de juego online, cuando reunía las características previstas en dichas normas (que se aventurasen cantidades de dinero u objetos económicamente evaluables, en forma de envites o traviesas sobre los resultados, y permitiese su transferencia entre los participantes), **no estaba autorizada** *y, por tanto,* **era ilícita.**"

que se habían estado publicitando cuando realizaban su actividad ilegalmente. Desde la aprobación de la LRJ se han sacado tres concursos de licencias sin restricción alguna y todavía ningún gobierno ha realizado el preceptivo reglamento.

Todo esto nos conduce a la impresión de que el Estado ha desarrollado este reglamento de forma que se acomodara a los intereses de algunas empresas, en lugar de que estas se ajusten a la normativa general, que tiene que regirse por principios sociales, entre los cuales el derecho a la salud debe prevalecer sobre los intereses económicos de las empresas.

II. Sobre el cumplimiento de los acuerdos y compromisos políticos

La Memoria del Análisis del Impacto Normativo (MAIN) recoge la necesidad de limitar la exposición de la ciudadanía y, en particular, de los colectivos más vulnerables, a la publicidad de juegos de azar y apuestas. Según se indica en la propia Memoria, "*… el notorio aumento de la inversión publicitaria de las actividades de juego de ámbito estatal en estos últimos años y la consiguiente proliferación de las comunicaciones comerciales asociadas a este tipo de actividades ha generado una* ***creciente sensibilidad social*** *en relación con los posibles efectos que esta intensidad pueda estar comportando de cara a la banalización de los riesgos de la actividad de juegos de azar y apuesta así como la generación de conductas de consumo no saludables, comprometiendo a medio y largo plazo la sostenibilidad social de aquella… Esta* **demanda social, plenamente compartida por la mayor parte del arco parlamentario** *a lo largo de estos últimos años y* **por instituciones como el Defensor del Pueblo**.*"*

Sin embargo consideramos que el Real Decreto no cumple los objetivos que el mismo pretende defender, quebrantando los requerimientos del **Congreso de Diputados**, que pueden resumirse en los siguientes:

- En 2017 se presentaron diversas iniciativas parlamentarias en el Congreso de los Diputados solicitando la aprobación de un Real Decreto de comunicaciones comerciales de las actividades de juego de ámbito estatal.
- El 2 de noviembre de 2018 fue publicado en el Boletín Oficial de las Cortes una moción acordada por el Pleno del Congreso de los Diputados, a iniciativa del Grupo Parlamentario Confederal de Unidos Podemos - En Comú Podem - En Marea en el que se acordó de manera expresa "dar trámite inmediato y definitivo al Real Decreto ya en tramitación", fijando igualmente una serie de principios a seguir por dicho proyecto, que no han sido desarrollados en el presente borrador de Real Decreto.

La moción de UP, aprobada por todos los grupos parlamentarios, a excepción del PNV, que se abstuvo, cita en su punto 3:

"Dar trámite inmediato de un nuevo y definitivo Real Decreto que tenga en cuenta las alegaciones y aportaciones realizadas por las entidades e instituciones universitarias que trabajan en el campo del estudio y tratamiento de la ludopatía a los proyectos anteriores de decreto y que, en todo caso, siga los siguientes principios:

a) Una consideración del juego como una actividad económica de especial riesgo para la salud, con el fin de que en su regulación autonómica y estatal prevalezca una orientación de salud pública, así como de protección prioritaria del menor.

b) El establecimiento de un marco normativo unificado para el conjunto del Estado que permita a las comunidades autónomas y entidades locales la intervención efectiva sobre la proliferación

descontrolada de casas de apuestas.

c) Una regulación de comunicaciones comerciales de las actividades de juego basada en criterios científicos y de protección de la salud pública con limitaciones similares a las aplicables a tabaco y alcohol, esto es:

i) La publicidad, promoción y patrocinio debería estar restringida al propio contexto de juego (casinos, bingos o dentro de las webs de juego), prohibiéndose la publicidad en los medios de comunicación de masas y lugares públicos, entre los cuales se incluyen aquellos locales donde se llevan a cabo juegos sin que exista un control fehaciente de la identidad en el acceso a los mismos (bares, salones de juego, etc.). Estas medidas servirían tanto para el juego presencial como el online, prohibiéndose banners, cookies que tengan como objetivo la publicidad, etc.

ii) Excluir de esta limitación a las loterías, por ser el juego menos adictivo, salvo las presorteadas, aplicando a éstas, limitaciones horarias que permitan la protección del menor.

iii) Prohibir la aparición de personas relevantes, especialmente para los menores, en la publicidad de juego.

iv) Prohibición de promociones o regalos de crédito o bonos para realizar apuestas como reclamo publicitario.

v) Obligar a incluir de forma específica mensajes que adviertan de las consecuencias potencialmente adictivas del juego....

Además, en los acuerdos de legislatura entre el PSOE y Unidas Podemos se firmó un Acuerdo que tenía como compromiso aprobar "... una regulación de la publicidad de los juegos de azar y de las apuestas en línea de ámbito estatal similar a la de los productos del tabaco". Dicho compromiso, que también venía reflejado en la campaña electoral de UP en las últimas Elecciones Generales, ha sido claramente incumplido, ya que el tabaco tiene en la actualidad una restricción total de la publicidad que el juego no tiene en este borrador de Real Decreto.

Los argumentos que se exponen en la Memoria del Análisis del Impacto Normativo (MAIN) no justifican, a nuestro juicio, que este borrador de Real Decreto se aleje tanto de dicho Acuerdo, como de las promesas que Unidas Podemos realizaron en campaña electoral y del mandato del Congreso de los Diputados, prácticamente por unanimidad y a iniciativa, precisamente, del Grupo Parlamentario de Unidas Podemos.

1. Sobre la **nocividad del juego.** En el borrador de RD se apela a que el tabaco afecta a la mayoría de los que fuman y lo hace de forma más grave para la salud, lo cual justifica la prohibición de su publicidad. En el caso del juego, sin embargo "...no genera daño en la totalidad de las personas jugadoras, sino en una reducida parte de los mismos...". Y destacan las graves afecciones para la salud que tiene el consumo del tabaco.

   El hecho de que el tabaco, efectivamente, sea muy nocivo para la salud y de que afecte en mayor proporción, no quiere decir que el juego no sea especialmente nocivo y de que no requiera de una especial regulación que prohíba su publicidad. Más bien al contrario, el juego patológico es uno de los trastornos mentales con mayores índices de suicidio[12], con una patología mental[13] asociada

12 Battersby, M., Tolchard, B., Scurrah, M., & Thomas, L. (2006). Suicide ideation and behaviour in people with pathological gambling attending a treatment service. International journal of mental health and addiction, 4(3), 233-246.
Petry, N. M., & Kiluk, B. D. (2002). Suicidal ideation and suicide attempts in treatment-seeking pathological gamblers. The Journal of nervous and mental disease, 190(7), 462.

13 Petry, N. M., Stinson, F. S., & Grant, B. F. (2005). Comorbidity of DSM-IV pathological gambling and other psychiatric disorders: results from the National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions. The Journal of clinical psychiatry.
Zimmerman, M., Chelminski, I., & Young, D. (2006). Prevalence and diagnostic correlates of DSM-IV pathological gambling in psychiatric outpatients. Journal of Gambling Studies, 22(2), 255-262.

mucho mayor que la del tabaco (las enfermedades asociadas al tabaco, aun siendo graves, son solo orgánicas) y que afecta no solamente al jugador sino a su entorno, especialmente la familia[14]. De hecho, el juego se considera un problema de salud pública desde finales del siglo pasado[15], lo cual exige que tenga una restricción total de la publicidad. El Acuerdo al que habían llegado PSOE e UP nos sigue pareciendo un buen arreglo para la prevención de la adicción al juego.

2. Sobre la **prevalencia del trastorno de juego** en España.

   Según se defiende en la MAIN "*… la ludopatía se sitúa en España en una franja de las más contenidas de los países de nuestro entorno y, de hecho, estable en el tiempo … en torno al 0,3% de la población mayor de 18 años…"* y repite en varias ocasiones que se trata de un porcentaje muy pequeño que se ha venido conteniendo, lo cual indica que la publicidad no ha tenido como efecto el incremento en las tasas de ludopatía.

   A este respecto, conviene decir que solamente hay una encuesta epidemiológica a nivel estatal que analice la prevalencia del trastorno de juego, que es la que llevó a cabo la propia DGOJ en 2015, de manera que no se puede concluir que no haya habido cambios, ya que solamente tenemos una medida.

   Pero la cifra de 0.3% tampoco es cierta, ya que según los datos de la propia encuesta, el índice de trastorno de juego se sitúa en 0,72%[16]. A esto habría que añadir dos precisiones:

   - En el momento en el que se llevó a cabo la encuesta la oferta de juego online era mucho menor que en la actualidad, ya que se acababan de autorizar las slot online y posteriormente ha habido más licencias para operar y mayor oferta de juegos. Las slot online, que son uno de los juegos más adictivos y que en 2019 supusieron un gasto de 4.265 millones de euros, eran desconocidas en el momento de realizar la encuesta. Igualmente, el gasto en el resto de modalidades de juego online subió en una cantidad parecida debido al incremento de la oferta que ha habido estos últimos años. Es muy probable, por lo tanto, que la cifra de personas afectadas de trastorno de juego sean superiores en la actualidad a las de 2015.
   - Los datos obtenidos con amplias muestras de jóvenes de entre 15 y 19 años utilizando la misma herramienta que la que se utilizó en la encuesta de la DGOJ muestran cifras superiores, incluso en menores de edad[17], rondando el 2,1%.

3. Sobre la importancia de la **publicidad** para combatir el **juego ilegal**

   La MAIN apela también al hecho de que la prohibición de la publicidad conduciría a que las personas jugadoras se desplazarían al juego ilegal cuando dice que: "… una prohibición absoluta de la publicidad del juego online … supondría la capacidad de distinguir los productos legales de los ilegales en España, sin que esa prohibición afectase al consumo de los juegos online ni, en particular al consumo intensivo de los mismos…". Pensar que las empresas de juego online se

14 Krishnan, M., & Orford, J. (2002). Gambling and the family: From the stress-coping-support perspective. International Gambling Studies, 2(1), 61-83.
15 Korn, D. A., & Shaffer, H. J. (1999). Gambling and the health of the public: Adopting a public health perspective. Journal of gambling studies, 15(4), 289-365.
16 Chóliz, M., Marcos, M., & Lázaro-Mateo, J. (2019). The Risk of Online Gambling: a Study of Gambling Disorder Prevalence Rates in Spain. International Journal of Mental Health and Addiction, 1-14.
17 Chóliz, M. y Marcos, M. (2019). La epidemia de la adicción al juego online en la adolescencia: un estudio empírico del trastorno de juego. Revista Española de Drogodependencias, 44, 20-37

gastan más de 300 millones de euros simplemente para que las personas jugadoras distingan el juego legal del ilegal cuando quienes hacen uso de juegos ilegales lo hacen a través de VPNs o herramientas específicas como TOR, que requieren de conocimientos y sofisticaciones tecnológicas que la mayoría de ciudadanos desconoce, es un argumento que no se sostiene. En todo caso, para evitar que las personas jugadoras accedan al juego ilegal se debe hacer por otros medios, como es prevenir la adicción al juego dejando de promocionarlo, cerrando las webs ilegales y sancionando a quien lo promueve.

Se habla en muchas ocasiones de "canalización de la demanda" para hacer referencia a la actividad del jugador, lo cual no describe en absoluto las características de un comportamiento adictivo ni las condiciones que lo determinan. Se utiliza una terminología económica para hacer referencia a un comportamiento, cuya explicación es mucho más acertada y ajustada por parte de la ciencia psicológica, ya que analiza las variables que afectan al comportamiento individual del jugador.

En el caso que nos ocupa, la publicidad tiene como objetivo la promoción de una actividad concreta, en este caso, el juego online. La prohibición de la publicidad, a diferencia de lo que se defiende en el MAIN, sin ninguna explicación científica que lo explique ni evidencia empírica que lo avale, no conducirá al juego ilegal, sino que hará que muchas personas jóvenes menores de edad no encuentren interés por el juego, no se expongan y, por lo tanto, no desarrollen el trastorno de juego. Volviendo al ejemplo del tabaco, las medidas tomadas por el Gobierno sobre prevención del tabaquismo, entre ellas la prohibición de la publicidad (además de otras de regulación que también harían falta desarrollar en el caso del juego), condujeron a que más de un millón de personas dejaran de fumar y de que se redujera a la mitad el número de cajetillas de tabaco que se consumen en España. La eliminación de la publicidad del tabaco no hizo que los fumadores se pasaran a fumar tabaco de contrabando. Simplemente, hubo menos jóvenes menores de edad que se iniciaron en el tabaco.

En el MAIN se pone como ejemplo Italia para justificar que la prohibición de la publicidad conduciría al juego ilegal, pero sin aportar datos empíricos y obviando otras consideraciones muy relevantes y singulares del país transalpino entre el juego y ciertas organizaciones que condicionan no solo la publicidad, sino la propia organización social del juego (y de otras actividades económicas). No se hace referencia a la eficacia de las medidas tomadas en otros países, como Noruega, que condujeron a una reducción de las tasas de ludopatía después de tomar medidas de regulación basadas en los conocimientos que aporta la ciencia y que deberían servirnos como modelo de regulación[18].

18 Rossow, I., Hansen, M. B., y Storvoll, E. E. (2013). Changes in youth gambling after the removal of slot machines in Norway. Nordic studies on alcohol and drugs, 30(4), 317-330.
Rossow, I., & Hansen, M. B. (2016). Gambling and gambling policy in Norway. An exceptional case. Addiction, 111(4), 593-598

4. Sobre la publicidad de las **estrategias de marketing** para promocionar e incrementar el uso del juego

   La promoción del juego es radicalmente contraria a la filosofía del juego responsable, que está presente en el Título II del presente Real Decreto. Por lo tanto, si el juego responsable es uno de los pilares en los que se basa la política regulatoria, debería prohibirse explícitamente cualquier tipo de actividades promocionales y, por lo tanto, tampoco debería tener sentido la publicidad de las mismas. Nos referimos en concreto a bonos, tarjetas de fidelización, etc. así como a los juegos gratuitos. Es decir, todas aquellas estrategias de marketing que inducen al juego, dado que este es potencialmente adictivo y la causa de un trastorno mental, motivo por el cual un estado social y de derecho debería prohibir las estrategias comerciales que incitan a jugar, ya que es seguro que habrá ciudadanos que enfermarán a causa de ello.

   A pesar de que, efectivamente, el potencial adictivo del juego es menor que el de algunas de las drogas más características, como nicotina u opiáceos, y de que no todas las personas que juegan van a desarrollar un trastorno adictivo, actualmente no se conocen todas las variables personales y sociales que hacen que una persona en concreto sea más vulnerable a padecer el trastorno de juego, que es una enfermedad mental. Y aunque un día se llegara a conocer con precisión cuáles son esas variables, que es algo a lo que la ciencia aspira pero no es fácil que se consiga, sería imposible una organización social que impidiera que las estrategias de marketing y de publicidad no afecten a dichas personas vulnerables, ya que la publicidad llega a todos los ciudadanos y las estrategias de marketing a todos los que en algún momento juegan.

   Por dicho motivo, y por un principio de precaución, deberían prohibirse todas las actividades promocionales del juego y, por ende, cualquier alusión a las mismas en el RD de comunicaciones comerciales.

Por todos estos motivos, no se entiende por qué el borrador de RD de comunicaciones comerciales no cumple con el mandato del Parlamento, así como con el Acuerdo entre PSOE y UP y con los compromisos electorales de UP en materia de publicidad del juego cuando, además, serían muy bien aceptados por muchos movimientos sociales, por los profesionales de la salud y por gran parte de comunidad científica.

III.Sobre la defensa de los menores y el cumplimiento de la Ley

Si algo caracteriza un estado social y de derecho es la protección de los vulnerables, especialmente la infancia, así como el cumplimiento de la Ley. En este sentido, en lo que se refiere a la protección de menores, la legislación actual es clara al respecto, ya que la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, en su artículo 7 referido a los derechos del menor establece que: "*Está prohibida la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores... Los programas dedicados a juegos de azar y apuestas solo pueden emitirse entre una y cinco de la mañana... Quedan exceptuados de tal restricción horaria los sorteos de las modalidades y productos de juego con finalidad pública*" (Artículo 7.2 de la LGCA).

Por encima de dicha Ley no se encuentra ningún Real Decreto ni, por supuesto, acuerdo de regulación con las empresas, como es el caso de Autocontrol. Cualquier interpretación que suponga una excepcionalidad a la ley debería ser justificada de acuerdo a derecho. Sin embargo, las excepciones expuestas ni siquiera están avaladas científicamente, además de que existe una demanda expresa

por parte del Congreso de los Diputados de que ni siquiera se publiciten en medios de comunicación de masas. Algunas de las excepciones más extraordinarias que se plantean en este Real Decreto son las siguientes:

a. **Apuestas de competiciones en directo**, a partir de las 20:00. Las apuestas en directo (deportivas y de otro tipo) son uno de los juegos más adictivos. Las de fútbol, en concreto, son las que más afectan a jóvenes. Por todo ello, desplazarlas del horario de 1-5 de la mañana a las 20:00, que ni siquiera es de protección infantil, atenta contra el principio de protección de menores y contra la prevención de la adicción al juego, también para mayores de edad.

b. **Loterías presorteadas y bingo**, a partir de las 22:00. De nuevo se produce una excepción, puesto que el bingo es un juego adictivo que tiene una incidencia especial en mujeres, motivo por lo el cual debería atenderse a esta particularidad desde una perspectiva de género. En el caso de las loterías presorteadas, se trata de una modalidad de lotería que, por sus características estructurales es más adictiva que las convencionales y que está relacionada con el juego patológico en jóvenes menores de edad Para algunos autores, la lotería presorteada es un primer paso para progresar a otras modalidades de juego más adictivas, como las tragaperras o los juegos de casino. Por lo tanto, no hay justificación para desplazar la publicidad de estos productos del horario general de 1 a 5 de la mañana.

Tratándose de un Real Decreto, de rango menor que el de una Ley, que deja tan explícitamente claros los límites horarios, consideramos que las excepciones en absoluto están justificadas. En parecidos términos se expresó el Consejo de Estado en dictamen de 4 de octubre de 2018 para el anterior borrador de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales, en los que ya indicó que: "... las comunicaciones comerciales relativas a apuestas de contrapartida y cruzadas únicamente podrán emitirse entre la 1 y las 5 horas de la mañana...) añadiendo que "esta observación tiene carácter **esencial** a los efectos previstos en el artículo 130.3 del Reglamento Orgánico del Consejo de Estado".

El artículo 2 de la LGCA indica que: *"Son servicios de comunicación audiovisual aquellos cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador del servicio y cuya principal finalidad es proporcionar, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales"*. Entendemos, por lo tanto, que la limitación de 1 a 5 de la madrugada hace referencia a cualquier programa de emisión televisiva, radiofónica, así como a los contenidos audiovisuales a través de Internet. En este último caso, para asegura del cumplimiento de la ley, la publicidad solamente debería estar disponible dentro de la web del juego (sin banners ni publicidad fuera de dicha web) y en horario de 1 a 5 de la mañana.

A la vista de todo lo anterior y la propia redacción del Real Decreto consideramos:

a. que, si bien el Real Decreto intenta sujetarse a lo establecido en los artículo 7 y 8 de LRJ, existen una serie de excepciones a la regulación sobre la publicidad e incentivación de conductas adictivas, que desvirtúan su finalidad y en el fondo viene a dar cobertura a la situación que actualmente tenemos en España y

b. para evitar que este Real Decreto de cobertura a las prácticas de promoción de los juegos online que actualmente se están dando solicitamos se efectúen una serie de modificaciones en el articulado que describimos a continuación.

ALEGACIONES AL ARTICULADO

ALEGACIÓN 1

Artículo 10

10.1: "Las comunicaciones comerciales deberán incluir un mensaje relativo a jugar con responsabilidad, tipo "juega con responsabilidad", "si juegas, sé responsable" o similar…"

Sustituir por:

10.1 "Las comunicaciones comerciales deberán incluir un mensaje relativo a que el juego provoca adicción, del tipo: "jugar provoca ludopatía", el juego es adictivo" o similar…"

Además, debe exigirse que dicho mensaje aparezca en cada comunicación radiofónica, no cada dos de ellas

Justificación:

El juego responsable es un concepto controvertido en la actualidad y que ha sido puesto en cuestión por parte de la comunidad científica como forma de prevención de la adicción al juego[19]. En el caso de los mensajes "juega con responsabilidad" inducen a la creencia de que cierta forma de jugar hace inmune a las personas de desarrollar la adicción, lo cual se ha demostrado que no solo es erróneo, sino perjudicial y contraproducente. Si lo que se pretende es introducir un mensaje preventivo similar al de los productos del tabaco, conviene no inducir falsas expectativas e informar verazmente con mensajes como: "jugar es adictivo"; "el juego puede provocar ludopatía"; "el juego perjudica gravemente la salud", etc.

ALEGACIÓN 2

10.4: Eliminación, por innecesario con el nuevo artículo 10.3

ALEGACIÓN 3

Artículo 11. Principio de protección de menores

Añadir 11.4. "Cualquier comunicación a las que hace referencia este RD que se difunda en el espacio radioeléctrico o Internet se emitirá exclusivamente de 1 a 5 de la mañana, con independencia del medio con el que se realice"

"Quedan exceptuados de esta restricción horaria los sorteos de las modalidades y productos de juego con finalidad pública"

Justificación:

Cumplir con la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual para proteger los derechos del menor.

19 Hancock, L., y Smith, G. (2017). Critiquing the Reno model I-IV international influence on regulators and governments (2004-2015) -the distorted reality of "responsible gambling". International Journal of Mental Health and Addiction, 1-26.
Chóliz, M. (2018). Ethical gambling: A necessary new point of view of gambling in public health policies. Frontiers in public health, 6, 12.

ALEGACIÓN 4

Artículo 12. Actividades de patrocinio

ARTÍCULO 12.1

Donde dice: "No se utilizará la imagen de marca, nombre comercial, denominación social, material o mensajes promocionales del patrocinador en eventos, bienes o servicios diseñados para menores de edad o destinados principalmente a ellos. "

Debe decir: "No se utilizará la imagen de marca, nombre comercial, denominación social, material o mensajes promocionales del patrocinador en eventos, bienes o servicios"

Justificación:

Cumplir con el mandato del Parlamento

ARTÍCULO 12.4

Donde dice: "Los operadores garantizarán que la emisión o difusión del patrocinio mediante comunicaciones comerciales a través de medios presenciales se ajuste a las limitaciones horarias establecidas en este real decreto para modalidades de servicios de comunicación audiovisual, con excepción del patrocinio deportivo de camisetas o equipaciones deportivas"

Debe decir: "Los operadores garantizarán que la emisión o difusión del patrocinio mediante comunicaciones comerciales a través de medios presenciales se ajuste a las limitaciones horarias establecidas en este real decreto para modalidades de servicios de comunicación audiovisual"

Justificación

El patrocinio de equipos deportivos no debe ser una excepción a la regla general de la limitación horaria de 1 a 5 de la madrugada incluso en equipaciones o instalaciones deportivas.

ALEGACIÓN 5

Artículo 13. Actividades de promoción

Nueva redacción: "Está absolutamente prohibida la publicidad de cualquier tipo de actividad promocional del juego"

Justificación

El juego de azar, en cuanto actividad adictiva que puede llegar a provocar un trastorno mental debería carecer de cualquier actividad de promoción. Mientras llega el caso, su publicidad al menos debería estar absolutamente prohibida, ya que se trata de actividades que pueden provocar daño para la salud.

ALEGACIÓN 6

Artículo 14. Aplicaciones de juego gratuito

Nueva redacción: "Está absolutamente prohibida la publicidad de las aplicaciones de juego gratuito"

Justificación

Las aplicaciones de juego gratuito son una forma de inducción al juego, que afectan principalmente a las personas más jóvenes, por lo cual deberían eliminarse. Mientras llega el caso, su publicidad al menos debería estar absolutamente prohibida, ya que se trata de actividades que pueden provocar daño para la salud.

ALEGACIÓN 7

Artículo 15: Aparición de personas …

Nueva redacción: "Se prohíbe la aparición en las comunicaciones comerciales de personas o personajes de relevancia o notoriedad pública sean aquellos reales o de ficción"

ALEGACIÓN 8

Artículo 16. Sistemas de exclusión publicitaria

Nueva redacción: "Se prohíben los sistemas de comunicaciones comerciales dirigidas a usuarios concretos, ya sea a través de servicios de la información o por cualquier otro canal"

ALEGACIÓN 9

Artículo 17. Comunicaciones comerciales en medios presenciales

Eliminación del apartado 2

Justificación

Se trata de entorno sobre el cual tienen competencias las respectivas comunidades autónomas. Es una invasión de las competencias.

ALEGACIÓN 10

Artículo 18. Comunicaciones comerciales en servicios de comunicación audiovisual

Nueva redacción:

1. "Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de comunicación audiovisual únicamente podrán emitirse entre la 01:00 y las 5:00 horas
2. Quedan exceptuados de esta restricción horaria los sorteos de las modalidades y productos de juego con finalidad pública"

Justificación

Cumplir con la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual para proteger los derechos del menor.

ALEGACIÓN 11

Artículo 19.

Apartado 1 letra a) **sustituir** el horario señalando para la hora de iniciación fijada en la 20.00 horas, por el de las 1.00 horas.

Apartado 2. **Eliminación**

Justificación

Cumplir con la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual para proteger los derechos del menor.

ALEGACIÓN 12

Artículo 20: Reglas de difusión de comunicaciones comerciales de apuestas mutuas, de loterías instantáneas o presorteadas y de bingo en servicios de comunicación audiovisual

Eliminación

Justificación

Cumplir con la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual para proteger los derechos del menor.

ALEGACIÓN 13

Artículo 23: Reglas de difusión de comunicaciones comerciales en servicios de intercambio de videos a través de plataforma

Nueva redacción: Los operadores de juego no podrán emitir comunicaciones comerciales audiovisuales comercializadas, vendidas u organizadas por prestadores del servicio de intercambio de videos a través de plataforma

Justificación

Cumplir con la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual para proteger los derechos del menor.

ALEGACIÓN 14

Artículo 24. Comunicaciones comerciales a través de correo electrónico u otros equivalentes

Nueva redacción: Se prohíbe cualquier comunicación comercial del juego a través de correo electrónico u otros medios equivalentes

Justificación

La publicidad directa y personalizada es mucho más intrusiva que la que se produce por medios generalistas.

ALEGACIÓN 15

Artículo 25. Comunicaciones comerciales en servicios de la sociedad de la información

Añadir apartado 4: "Las comunicaciones comerciales solamente podrán aparecer de 1:00 a 5:00"

Justificación

Cumplir con la filosofía de la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual para proteger los derechos del menor

ALEGACIÓN 16

Artículo 26. Reglas específicas para las comunicaciones comerciales en redes sociales en línea

Nueva redacción: Quedan prohibidas las comunicaciones comerciales en servicios de la sociedad de la información ofrecidas a través de páginas web que sirvan de soporte o canal a redes sociales en línea.

Justificación

Las redes sociales en línea son un canal preferente para la población más joven

ALEGACIÓN 17

Artículo 27. Reglas específicas sobre comunicaciones comerciales emitidas por pronosticadores de apuestas

Nueva redacción Quedan prohibidas las comunicaciones comerciales emitidas por pronosticadores de apuestas

ALEGACIÓN 18

Artículo 28. Acuerdos de corregulación

Eliminar el artículo

Justificación

La regulación de las comunicaciones comerciales compete a la Administración. La sociedad debe acatar las normas que la Administración establezca y esta garantizar su cumplimiento

ALEGACIÓN 19

Artículo 30. Obligaciones de información

Donde dice:

2a.-Información general sobre juego responsable y los posibles riesgos que puede generar la práctica no responsable del juego.

Debe decir:

2a.-Información general sobre juego responsable y los posibles riesgos del juego

Justificación

Cuando se dice “práctica no responsable del juego” se está culpabilizando al jugador de las consecuencias negativas que el juego de por sí ya tiene y que se incrementan con las condiciones en las que se presenta. Es contrapreventivo y alienante para el jugador que tiene problemas con el juego.

ALEGACIÓN 20

Artículo 30

2f.- Eliminar.

Justificación

La intervención de un trastorno mental debe realizarse por los servicios sanitarios públicos de cada comunidad autónoma, que son quienes tienen competencia en tratamiento de las enfermedades mentales. La Administración no puede dejar en sus funciones de tratamiento de problemas de salud y menos explicitarlo en un Real Decreto.

Además, en la actualidad las organizaciones no tienen personal especializado (psiquiatra, psicólogo clínico o psicólogo general sanitario) que dirija los tratamientos ni protocolos validados por las autoridades sanitarias.

ALEGACIÓN 21

Artículo 30

2i. Eliminar

Justificación

El juego responsable se ha convertido en un lavado de cara cuando lo promocionan las empresas de juego[20]. En aras a evitar confusiones con publicidad, los estudios deben ser realizados por entidades independientes.

ALEGACIÓN 22

Artículo 30

2j. Eliminar

Justificación

No es útil para el jugador patológico y solo puede servir para dar una falsa sensación de seguridad

2l. Debe decir:

Teléfono de asistencia en materia de juego responsable de la Administración competente

Justificación

No debe ser el operador, sino la administración pública la que presente dicha asistencia. Ni siquiera organizaciones de afectados, puesto que su papel es de apoyo al jugador, no de tratamiento profesional, que lo debe llevar a cabo un profesional sanitario cualificado.

20 Smith, G. (2015). The corrupting influence of gambling on governments, research and charities. Communication presented at the Alberta Gambling Research Institute Conference. Banff, March 27-28, 20

ALEGACIÓN 23

Artículo 30.3

Sustituir "Juego Seguro" por: "Esta empresa tiene el título habilitante:....", sin logos de la Administración.

Justificación

"Juego seguro" en realidad quiere decir: "juego legal". Bastaría con poner la referencia de la licencia y el BOE en el que se publica, para informar de que no se trata de juego ilegal. Tanto la frase "Juego seguro" como el logo del Gobierno de España inducen a pensar que se trata de un juego justo, cuando en todos los juegos la esperanza matemática es desfavorable para el jugador, con lo cual se da una falsa sensación de seguridad que induce a un juego excesivo. Consideramos que poner ese tipo de logos, al igual que "JugarBien.es" es una irresponsabilidad por parte de la Administración. Porque tienen el efecto contrario al que se pretende.

ALEGACIÓN 24

Artículo 31. Información y asistencia sobre juego responsable y comportamientos de riesgo.

Donde dice: Los operadores habilitarán un servicio telefónico de atención al cliente ...

Debe decir: Los operadores sufragarán un servicio telefónico de atención al cliente ...

Donde dice: Este servicio se prestará directamente por el operador, individualmente o en conjunción con otros operadores, o a través de terceros, previo el oportuno acuerdo firmado al efecto.

Debe decir: Este servicio lo prestará la Administración y los costes derivados de dicho servicio serán sufragados por los operadores. Dicho servicio se realizará por parte de psicólogos/as clínico o general sanitario/a contratado/as por la Administración para llevar a cabo dicho asesoramiento

Justificación

El trastorno de juego es un trastorno mental que debe tratarse por un profesional sanitario (especialista en psiquiatría, psicología clínica o psicología general sanitaria) independiente de las empresas de juego. Tampoco las asociaciones de autoayuda están capacitadas para ejercer labores de tratamiento psicológico, sino de apoyo al jugador.

ALEGACIÓN 25

Artículo 34. Detección de comportamientos de riesgo de los usuarios

Punto 2. **Eliminar**: ... además de poner en marcha las medidas de restricción de emisión de comunicaciones comerciales previstas en esta norma dirigidas a esta clase de jugadores.

Justificación

No procede, puesto que se deberían prohibir todo tipo de comunicaciones comerciales personales

ALEGACIÓN 26

Artículo 35. Suspensión de cuentas de juego por autoprohibición y autoexclusión

Eliminar punto 5

Justificación

La autoexclusión en el Registro de Autoprohibidos es un mecanismo mucho más eficaz para la prevención de adicción al juego, puesto que se lleva a cabo por parte de la DGOJ, es válido para todos los juegos por Internet, casinos y bingos de España, es inmediato y tiene un plazo mínimo de seis meses que, si no se cancela, se mantiene indefinidamente. Añadir otro mecanismo, que además es menos eficaz, solo causaría confusión y podría ser utilizado para que el jugador no se autoexcluyera del general. Además, resulta extraño que teniendo la DGOJ un sistema eficaz, sencillo de usar y que funciona desde hace tiempo, proponga otro alternativo que, además, es menos eficaz.

ALEGACIÓN 27

Disposición Transitoria Primera

Eliminación

Justificación

El presente RD sustituye al acuerdo de corregulación entre la DGOJ y Autocontrol. Debe ser la Administración la que establezca las normas y se encargue de su cumplimiento.

ALEGACIÓN 28

Disposición Final Primera

Eliminar apartado 3

Justificación

No tiene ningún sentido el establecer límites, que es una medida eficaz, si el jugador puede eliminarlos. La persona que tiene problemas de juego modificará los límites si con ello puede tener la oportunidad de jugar de nuevo. Se trata, además de un riesgo muy elevado también para las personas que todavía no han desarrollado esa patología y se encuentran en un momento en el que, tras las pérdidas, pretenden recuperar lo que han perdido, incrementando los límites. Se trata de una de las situaciones de mayor riesgo para desarrollar el trastorno de juego.

Con independencia de ello, los límites diarios, semanales y mensuales actualmente establecidos en el RD 1614/2011 no tienen ninguna utilidad en lo que se refiere a prevención de la adicción al juego ni de la conducta excesiva, puesto que hacen referencia a cada operador en los distintos juegos. El jugador puede cambiar de juegos o de operador y seguir con su comportamiento patológico, puesto que, de facto, eso supone límites de juego de decenas de miles de euros al día que, con la cantidad de oferta de juego existente en la actualidad (tanto de operadores como de tipos de juegos por operador), ni siquiera tendría tiempo a perder aunque dedicara las 24 h. del día a apostar. Como diría el príncipe Fabrizio di Salina, en el Gattopardo, “es preciso que todo cambie para que todo quede como está.”

DECLARACIÓN DE ÉTICA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

- Los autores de este estudio no tienen ningún conflicto de intereses con el sector del juego.
- Ninguna de las investigaciones realizadas para la elaboración de esta Memoria han sido financiadas ni total ni parcialmente por la industria del juego.
- Este estudio sigue las recomendaciones del código de Auckland (2018) H.E.A.R.T. (Honestity, Excellence, Accountability, Rigor, Transparency) de ética en la investigación científica del juego. El investigador principal es uno de los firmantes del manifiesto.

Consell Valencià de la Joventut

conselljoventut.org
info@conselljoventud.org

@ConsellJove

VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

colabora:

GENERALITAT VALENCIANA

IVAJ Institut Valencià de la Joventut