

Según la investigación “¿Qué nos jugamos?” realizada por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud con el apoyo de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas

El juego con dinero aumenta entre las personas jóvenes y la modalidad online sin dinero real supone un grave problema ya que asienta el hábito

- De las personas que juegan online, los y las jóvenes representan el 50%. Esta modalidad se ha convertido en la principal causa de ludopatía entre la población menor de 26 años
- Las principales tendencias de futuro que muestra el estudio son el aumento del juego con dinero entre las personas jóvenes y menores de edad; la problematización que supondrá la existencia de juegos online sin dinero real como forma de asentar un hábito y la tendencia a una mayor regulación del mercado y la industria del juego, ante una creciente alarma social
- La investigación ‘¿Qué nos jugamos?’ realizada por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de Fad y financiada por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas ha tenido como objetivo analizar el juego con dinero *online* y *offline* a partir de las experiencias y las autorrepresentaciones de los y las jóvenes

(Madrid, 22 de abril de 2021). De cada 100 euros que hace dos décadas se destinaban a juegos presenciales, hoy únicamente 26 euros se emplean en esta modalidad y, de todo lo demás, 58 euros se gastan en juegos de carácter mixto (apuestas y loterías en sus dos modalidades, presencial y online) y 16 euros en juegos exclusivamente online¹. Entendiendo en este contexto “juego” como cualquier modalidad de interacción entre personas o personas y máquinas (sean analógicas o digitales, presenciales u online) que tengan como resultado una transacción de dinero entre unas y otras, conforme a las reglas del juego, ya sea basado en el azar, la suerte, el envite o una apuesta sobre un acontecimiento (deportivo o de cualquier otra naturaleza).

Los hombres superan el 80% en presencia en todas las modalidades y las mujeres están en torno al 20%, tanto en juego online como offline, excepto en los salones de juego donde los hombres representan el 67,3% y las mujeres un 32,7%. **Las personas jóvenes ya representan el 50% de quienes juegan online**. Los salones de juego y las casas de apuestas son las dos modalidades que

¹ Dirección General de Ordenación del Juego – DGOJ. 2018

concentran mayor presencia de población entre los 18 y 34 años, representando este segmento el 74% y el 63% de las personas jugadoras, respectivamente².

Con este contexto social, la investigación “**¿Qué nos jugamos? Análisis del juego off y online a partir de las experiencias y las autorrepresentaciones de las personas jóvenes dentro de contextos socioeconómicos, culturales y relacionales**” -realizada por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de Fad y financiada por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional Sobre Drogas- ha tenido como objetivo analizar el juego como un problema sociológico, a partir de los discursos y las prácticas de las personas jóvenes.

La investigación se centra en cómo viven los y las jóvenes el juego y el consumo asociado a éste. También se aborda la ludopatía, como uno de los problemas más importantes asociados al juego. La investigación pone especial atención en las formas específicas que adopta el juego y las casas de apuestas en las ciudades de Madrid y Vitoria-Gasteiz.

Las principales prácticas de investigación han sido la entrevista en profundidad y la observación participante en locales de juego. También se ha realizado observación en plataformas de juego online para conocer las características de esta modalidad de juego.

Las principales tendencias de futuro que muestra el estudio son **el aumento del juego con dinero entre las personas jóvenes y menores de edad**, la problematización que supondrá la existencia de juegos online sin dinero como forma de asentar un hábito y la tendencia a una mayor regulación del mercado y la industria del juego, ante una creciente alarma social.

Estos resultados están en línea con el último estudio del **Plan Nacional Sobre Drogas** en el Informe sobre Adicciones ‘Informe sobre Adicciones comportamentales: juego con dinero, uso de videojuegos y uso compulsivo de internet en las encuestas de drogas y otras adicciones en España EDADES y ESTUDES’, el juego con dinero es una actividad ampliamente extendida en nuestra sociedad: El 64,2% de la población de 15 a 64 años ha jugado con dinero (presencial, online o ambos) en el último año (66,8% en hombres y 61,5% en mujeres). Respecto al juego con dinero online, el 6,7% de la población de 15 a 64 años refiere haber jugado con dinero online en el último año, dato que muestra una clara tendencia ascendente (3,5% en 2017).³

EL JUEGO ENTRE LAS PERSONAS JÓVENES

Las adicciones sin sustancia -como la ludopatía- en los y las jóvenes son un problema social emergente. Según la Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados – FEJAR, **el juego online, es la principal causa de ludopatía entre la población menor de 26 años** atendida en sus centros. Antes de la legalización del juego online, la población menor de 26 años representaba el 0% de sus casos,

² Estudio *Juego y sociedad 2019* (Gómez Yáñez y Lalanda, 2019).

³

https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2020_Informe_adicciones_comportamentales.pdf

MÁS INFORMACIÓN: Beatriz Pestaña / María Sánchez / María Álvaro.

Comunicación FAD: 91 383 80 00 / bpestanda@fad.es mjsanchez@fad.es / malvaro@fad.es

y en 2015, año en que se recaban los datos, ya eran el 44%. Es relevante que, según esta misma fuente, el 2% de las y los afectados de trastorno de juego atendidos son menores de 20 años.

La existencia de locales físicos en los barrios tiene un papel fundamental, ya que **posibilita los primeros contactos de los y las jóvenes con el juego** y lo convierte en un espacio de referencia. Prácticamente en todos los casos la iniciación al juego es, en un primer momento, un acto social, en una edad donde el grupo de pares juega un papel fundamental en la organización del ocio y el tiempo libre y la conformación de la personalidad. El entorno familiar puede ser un espacio de naturalización y legitimación del juego pero, sin embargo, son el grupo de pares y las relaciones de pareja las más importantes para generar el hábito.

Existen diferencias entre el juego presencial y el online respecto a la iniciación en él. El juego presencial requiere sortear el acceso de entrada, pero también junto al grupo de pares, puede construir un hábito la asistencia a salones de juego. En el caso del juego *online*, si bien la iniciación puede ser en compañía de otros, también es posible la iniciación autodidacta o la continuidad del hábito de forma individualizada.

En la actualidad no es posible que un/a menor juegue dinero —real— en una plataforma *online* sin sustraer otra identidad a un familiar o amigo/a. Sin embargo, prácticamente todas las webs de juego *online* permiten el juego simulado —dinero ficticio— sin necesidad de registrarse ni aportar ningún dato.

Como refleja la investigación, **la modalidad de juego online es fundamental para el desarrollo del aprendizaje, la socialización en los patrones de juego y la conformación del hábito.** La publicidad del juego *online* con personajes públicos que son referencia para los jóvenes es muy efectiva. No sólo para permitir el acceso al juego de los más jóvenes, aunque sea en la modalidad dinero simulado, sino también para asegurar su fidelidad a la empresa en cuestión.

La brecha de género también se ha evidenciado en este estudio. A lo largo del periodo de observación que se llevó a cabo durante la investigación apenas se vieron mujeres en los espacios de juego, ya que su presencia en estos locales es minoritaria. Ellas suelen preferir el juego online pues **los locales de juego son espacios masculinizados** que dificultan por su propia definición la apropiación y la entrada de mujeres. También se ha podido observar cómo los menores no entran en los locales, pero sí juegan y además también se producen intercambios y menudeo a las puertas del salón.

MODELOS DE LOCALES Y TERRITORIOS

En **Madrid**, hay un total de 364 locales dedicados específicamente al juego en alguna de sus modalidades, según los datos de licencias de actividad en la Comunidad de Madrid. 6 distritos presentan una renta *per capita* inferior a la media (16.059€) y en cambio un **número de casas de apuestas superior a la media: Tetuán, Latina, Carabanchel, Usera, Puente de Vallecas y Ciudad Lineal.** La distribución de los locales se sitúa en las grandes avenidas y ejes comerciales. Existe relación entre la renta y la distribución, priorizando la existencia de locales en distritos con rentas bajas. Sucede algo similar con variables como el nivel de

MÁS INFORMACIÓN: [Beatriz Pestaña](#) / [María Sánchez](#) / [María Álvaro](#).

Comunicación FAD: 91 383 80 00 / bpestanda@fad.es / mjsanchez@fad.es / malvaro@fad.es

estudios, existiendo más locales en aquellos barrios que, además de empobrecidos, presentan niveles de formación más bajos.

Mucho más representativa es la presencia de población migrante extranjera, evidenciando que los barrios con mayor densidad de esta población presentan un mayor número de locales. Conviene señalar que **prácticamente la totalidad de los locales de juego están a menos de 500 metros de centros donde se imparte educación secundaria o primaria**, pública o concertada.

En **Vitoria -Gasteiz**, la cantidad de espacios dedicados al juego es menor (28 en total), pero de manera similar a como sucede en Madrid, Coronación, uno de los barrios que se sitúa por debajo de la media de renta de la ciudad, tiene un número de casas de apuestas muy superior al resto.

También hay que considerar el papel de centro urbano de determinados barrios, pues suelen concentrar mayor número de servicios de todo tipo. **Es necesario considerar la acción vecinal organizada, que está teniendo cierta importancia en función del barrio**; por ejemplo, el único salón de juegos que había en Judizmendi fue cerrado en septiembre del 2019 tras una intensa campaña de organizaciones vecinales.

PRINCIPALES TENDENCIAS DEL JUEGO ONLINE

El juego online permite un acceso inmediato al juego desde el teléfono, sin las restricciones temporales que presentan las casas de apuestas y, al mismo tiempo, permite simultanear el juego de forma discreta con cualquier otra actividad, por ejemplo, social.

La publicidad del juego online es muy efectiva y permite el acceso al juego de los más jóvenes, aunque sea en la modalidad dinero simulado, asegurando su fidelidad a la empresa en cuestión.

Las webs analizadas en la investigación presentan portadas con iconos visuales asociados al éxito, la emoción, la alegría, la victoria. Pero también, una vez que aceptas las notificaciones, empiezas a recibir mensajes que te animan al juego con cierta frecuencia. Por lo tanto, los bonos no sólo permiten conseguir nuevos usuarios/as, sino que abren un canal directo de publicidad. El teléfono se convierte en un medio publicitario y, al mismo tiempo, en el terminal de juego junto con el ordenador. Además permiten el juego gratuito (demo) sin necesidad de registro.

#QuéNosJugamos

- **Enlace a la investigación:**