





JUEGOS DE AZAR, APUESTAS Y VIDEOJUEGOS

en la juventud extremeña



Consejo de la Juventud
De Extremadura



Edita: Consejo de la Juventud de Extremadura

Coordinación:

- Karmele Mendoza Pérez, Universidad de Extremadura.

Seguimiento y revisión por parte del Consejo de la Juventud de Extremadura:

- Ismael Pérez Franco. Tesorero y Responsable del Área de Socioeconómica
- Olga Tostado Calvo. Presidenta

Equipo de trabajo de la Universidad de Extremadura:

- Laura Escobar Treviño
- David Nebril Cáceres
- Jordi Ortiz García
- Estefanía Rodríguez Silva
- Alfonso Vázquez Atochero

Colabora:

- Yone Castro Ríos, Universidad Autónoma de Madrid

Artista Urbano:

- Digo Diego

Fotografías:

- Esquíe - Alberto Maciá Gallego

Imagen 1:

- ARTEOTRO™

Consejo de la Juventud de Extremadura

C/ Reyes Huertas 1, 1º izquierda.

06800 Mérida (Badajoz)

Telf.: 924 00 93 30

E-mail: cjex@juntaex.es

Información internet: <http://www.cjex.org>

Diseño, maquetación e impresión: Mérida JPG Impresión Digital

ISBN: 978-84-09-41342-3

DEPÓSITO LEGAL: BA-267-2022

Mérida, 2022

La reproducción total o parcial de este libro no autorizada por los editores, viola derechos reservados. Cualquier utilización debe ser previamente solicitada.

Agradecimientos:

A todas las personas que de forma desinteresada han colaborado respondiendo el cuestionario, participando en los grupos focales, etc. de las distintas fases del proyecto de investigación

JUEGOS DE AZAR, APUESTAS Y VIDEOJUEGOS

en la juventud extremeña



Consejo de la Juventud
De Extremadura



CUEX



Dice la RAE en su primera acepción que jugar es “hacer algo con alegría con el fin de divertirse, entretenerse o desarrollar capacidades”. Si bien es cierto que en nuestro país se habla de jugar a la lotería, las apuestas y las actividades de azar, no podemos dejar de advertir que este tipo de *juegos* entrañan riesgos importantes y no siempre se *juega* con alegría.

En los últimos años, hemos visto como han crecido de forma rápida locales de apuestas y salones de *juego* en los lugares más concurridos de nuestros barrios trabajadores y en los entornos próximos a institutos y centros escolares. Por otro lado, la publicidad ha estado descontrolada, impactando día a día en vallas publicitarias, canales audiovisuales, internet y redes sociales. Esto ha favorecido la normalización de este tipo de *juegos*. El resultado es preocupante: se *juega* más y se *juega* antes. Es decir, cada vez apuestan y participan en actividades de azar personas más jóvenes. Y, como consecuencia, nos encontramos que quienes acuden a los servicios sociales y sanitarios, y a las asociaciones de ayuda a personas con problemas con estas actividades muestran un perfil de edad muy joven respecto a décadas anteriores.



Abordar esta problemática y actuar con inmediatez, responsabilidad y rigor requiere el estudio de esta realidad y la voluntad de tejer una red entre las administraciones con políticas públicas comprometidas y las personas jóvenes. De esta forma se tejerán alianzas que garanticen que se trabaja por un cambio de modelo hacia un ocio saludable, colectivo y alternativo, alejando enfoques y relatos interesados de quienes niegan que existan problemas y riesgos para nuestra sociedad.

Necesitamos mayor conocimiento en torno a las adicciones emergentes escuchando en primera persona las experiencias de las personas jóvenes para construir políticas de prevención, detección precoz e información adecuadas a su realidad.

Es aquí donde quiero agradecer y reconocer la importancia de este trabajo. La perspectiva cultural, económica, social y territorial que arrojan los datos cualitativos y cuantitativos del estudio editado por el Consejo de la Juventud de Extremadura y el equipo de trabajo participante de la Universidad de Extremadura invitan a la reflexión y propuesta, contribuyendo a la transferencia de conocimiento para encontrar soluciones que permitan vidas saludables, seguras y felices.



El juego es desde la infancia, una forma de socializar. A través del juego los niños y las niñas desarrollan habilidades que luego sirven para la vida diaria. Por tanto, jugar debería ser bueno y deberíamos hacer como sociedad que fuera bueno. Educándonos en los patrones de juego, del jugar ¿Dónde está el problema? Que no podemos mirar para otro lado ante el riesgo que el juego se convierta en patológico. Para que ello sea así, existen factores que dependen del propio juego, pero también del acceso al mismo, así como factores personales que llevan a que lo que es ocio, lo que es socialización, o lo que es contribución social, se convierta en un drama personal y familiar.

Hace bien el Consejo de la Juventud de Extremadura en conocer los patrones de juego en la infancia y la adolescencia, pero también en el resto de la etapa joven. Ya nos tiene acostumbrados este consejo a ofrecernos estudios, con una sabia mezcla de investigación cuantitativa y cualitativa, de máxima calidad y de gran utilidad para tomar decisiones para mejorar la vida de nuestros jóvenes que no es más que las generaciones que representarán el futuro de Extremadura sean mejores. Por tanto, gracias al Consejo de la Juventud de Extremadura por hacerlo posible.

En este estudio se abordan los juegos de azar. El azar permite que aparezca la suerte en ocasiones y cuando es así genera una tormenta química en nuestro organismo que nos hace felices, que nos estimula a seguir intentándolo. Esa respuesta inmediata no tiene igual es un “chute” de incentivación a seguir probando. No obstante, cuando se sigue probando y esas pruebas afectan a nuestras vidas, cambia nuestras relaciones o las necesitamos demasiado, es patológico, con consecuencias muy graves para la persona y su entorno más cercano. El inicio de este tipo de juego a edades muy tempranas supone un riesgo para desarrollar el juego patológico.

Algún lector de este estudio puede decir que ese tipo de juegos está prohibido en los menores. Pero y si estando prohibido ¿Se está produciendo? Sería bueno conocerlo para afrontarlo. Y eso hace este estudio.

El acceso fácil a los juegos de azar es otro factor de riesgo, sobre todo cuando no se tiene un ocio alternativo ¿Cuánto de accesible está el juego de azar para nuestros jóvenes? ¿Cuándo es más accesible cuando el local de juego está en su barrio o cerca de un centro educativo? Una polémica surgida hace poco, con la necesidad de ser estudiado para tomar decisiones.



Dentro de la accesibilidad se encuentra la utilización de los juegos online ¿Se utilizan mucho? ¿Se utilizan de forma compulsiva? ¿Existe otro ocio alternativo y offline?

Un caso especial lo constituyen las descargas de paquetes de pago para dotar a nuestro avatar de una exclusividad que mostremos en el juego conjunto online ¿Se utiliza? ¿Genera adicción?

Pero es necesario conocer como es la influencia social alrededor del juego. Cómo contribuye la sociedad en general por cuanto se ha normalizado el juego, y concretamente el juego de azar. Y qué papel tiene el juego en la familia, o en la mayor influencia en los jóvenes, su prole, sus iguales, sus amigos y amigas.

Con otros abordajes sobre adicciones se ha actuado sobre la publicidad ¿Influye esta publicidad? ¿Qué mensajes son los que más llegan? ¿Qué vías utiliza la publicidad para que tenga mayor repercusión? Para terminar es necesario conocer formas de abordaje desde el ocio, desde el entretenimiento, desde la sociedad para abordar la prevención del juego patológico, pero además para tratar a aquellas personas que ya lo han desarrollado.

Gracias al Consejo de la Juventud de Extremadura, disponemos de un estudio muy sólido metodológicamente, con mucha validez en cuanto a los resultados y que debe servir de motor para hacer mejor a la juventud, para que seamos mejores como sociedad.

JOSÉ MARÍA VERGELES BLANCA
VICEPRESIDENTE SEGUNDO Y
CONSEJERO DE SANIDAD Y SERVICIOS SOCIALES DE LA JUNTA DE EXTREMADURA



El libro que tienes entre tus manos es fruto de un proceso cuyo origen está en las reivindicaciones de nuestras entidades. Es el resultado de una necesidad detectada y debatida ante la amenaza y el daño que las apuestas están suponiendo y haciendo a un porcentaje cada vez mayor del conjunto de la población extremeña, pero especialmente de la juventud de nuestra Comunidad Autónoma.

En 2019, en un Foro de Representantes (espacio orgánico y de toma de decisiones de nuestro organismo) celebrado en Cáceres se aprobó una resolución en la que el Consejo de la Juventud de Extremadura se posicionaba en contra de las casas de apuestas. Era una llamada latente a prestar atención a una problemática real y actual. En cinco años los locales de apuesta se habían casi multiplicado por 10, pasando de 14 en 2014 a 132 en 2019.



Es el año siguiente, en 2020, cuando ese posicionamiento comienza a hacerse realidad. El trabajo diario de los Consejos de la Juventud se realiza en los Grupos de Trabajo. Son grupos de personas jóvenes, asociadas y no asociadas, que marcan el camino a seguir, siempre coordinadas por el responsable del Grupo de Trabajo y teniendo la base en los posicionamientos acordados conjuntamente y en base al consenso y al acuerdo de las entidades miembro.

En octubre del mismo año, en el Grupo de Socioeconómica que yo lidero, se debatieron las actividades a realizar durante ese curso y la prioridad de las mismas. Enseguida salió la temática de juegos de azar y casas de apuestas. La idea era realizar una campaña en torno a navidad, ya que detectamos que es en esas fiestas en las que la juventud cuenta con un presupuesto más alto para gastar y que estaba aumentando el consumo de casas de apuestas. Es así como surge la campaña 'Apostemos por la juventud'.

La campaña se ideó, en primer lugar, bajo la pregunta "¿Con que herramientas contamos?". Analizamos qué datos existían, qué otras campañas se habían desarrollado hasta ese momento y qué propuestas se podían hacer a las autoridades políticas para transformar esa realidad. Se presentó el 23 de diciembre de 2020. Las principales conclusiones que se sacaron se pueden resumir en tres: (1) el gran incremento de locales de apuesta en la región -la ratio entre personas por local de apuestas fue de 8.057 en toda Extremadura y algunos municipios de menos de 7.000 habitantes llegaban a tener dos casas de apuestas-; (2) el aumento en los últimos años de personas jóvenes que apostaban: la asociación AFAVAL de Extremadura (Asociación de Familias de Menores con Problemas de Adicción) afirmó que entre 2010 y 2019 había tendido a 700 jóvenes, siendo las

apuestas una de las principales causas de adicción y la AEXJER (Asociación Extremeña de Jugadores de Azar en Rehabilitación) cifraba en 200 las personas que pasaron por tratamiento, siendo la mayoría menores de 30 años; y (3) la ausencia de datos de calidad en torno a la problemática, que servirían para hacer propuestas y tratar de transformar la realidad que tenemos y vivimos en Extremadura.

Las propuestas que se hicieron a través de esta campaña, enfocadas en la Resolución previamente aprobada, se siguen manteniendo en el tiempo y están basadas, por un lado, en reclamar que todo lo que tenga financiación pública no tenga financiación de locales de apuestas; por otro lado en reivindicar que todas las actividades en las que participe la juventud no tengan propaganda de locales de apuestas y, por último, en el desarrollo de un informe sobre la realidad de las casas de apuestas, que ya es una realidad.

Es a partir de esta última propuesta con la que se decide continuar haciendo efectivo el Convenio de Colaboración con la Universidad de Extremadura para realizar esta Investigación que hemos tratado que sea lo más integral posible. Con ello, se han obtenido datos e información sobre los comportamientos de la juventud extremeña en torno a las apuestas y de conocer el impacto social, económico y sobre la salud mental de la juventud. Los objetivos se han cumplido con creces.

En definitiva, el documento que ahora estás leyendo pretende generar una imagen de forma integral a todo lo que rodea las apuestas, y para ello no solo se han estudiado los daños que las casas de apuestas causan sobre la juventud, sino que también se han analizado los pasos previos o complementarios a la vinculación con este sector. Además, no solo se ha analizado cuantitativamente, sino que el Estudio permite conocer perfiles de personas jóvenes que se han acercado a los juegos de azar y las apuestas, de cómo lo han hecho y de por qué lo han hecho.

Una de las partes más interesantes e innovadoras del informe ha sido la intervención a través de los dos Talleres Artísticos que se han hecho en dos barrios periféricos, uno en Cáceres (Aldea Moret) y otro en Badajoz (El Gururgú), nuestras capitales de provincia, y que nos han permitido conocer el modo en que se vinculan los barrios con las apuestas y cuáles son las necesidades prioritarias para el barrio en boca de los jóvenes del mismo.

Por último, el informe ofrece conclusiones y, aún más importante, recomendaciones en base a los datos que se han obtenido. Otras recomendaciones son de ámbito internacional, como la que propone estudiar el flujo de jóvenes que pasan la frontera para jugar en casas de apuestas.

Esperamos que este Trabajo, que consideramos valioso, de calidad y muy útil, ayude con la toma de decisiones para optimizar los recursos públicos en pro de generar un ocio saludable, que permita a los jóvenes crecer de forma integral y que no fomente la lacra social que supone el impacto de las apuestas a las y los jóvenes de todo el territorio extremeño.

ISMAEL PÉREZ FRANCO
TESORERO Y RESPONSABLE DE SOCIOECONÓMICA DEL CONSEJO DE LA JUVENTUD DE EXTREMADURA

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	17
Principales resultados Fase I	20
Principales resultados Fase II	23
Principales resultados Fase III	25
Principales resultados Fase IV	26
1. INTRODUCCIÓN	27
1.1. El juego como elemento cultural y como agente económico	30
1.2. Estudios generales a nivel estatal	31
1.3. Estudios en España con delimitación geográfica	33
1.4. Extremadura	35
2. DISTANCIAS ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE JUEGO Y LOS CENTROS ESCOLARES	37
2.1 Situación actual de los establecimientos de juego en Extremadura	40
3. LEGISLACIÓN NACIONAL Y AUTONÓMICA	45
3.1. Legislación Administrativa Autonómica en materia de juego	48
3.2. Legislación Administrativa Nacional en materia de juego	50
3.3. Legislación Tributaria Autonómica en materia de juego	50
3.4. Legislación Tributaria Nacional en materia de juego	51
3.5. Legislación Penal en materia de juego	52
3.6. Legislación Civil en materia de juego	52
4. LOS VIDEOJUEGO Y LOS ELEMENTOS DE AZAR DENTRO DE ESTOS	53
Los videojuegos y las microtransacciones	55
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y OBJETIVOS	57
Objetivos	60

6. FASE I: CUESTIONARIO SOBRE LOS JUEGOS DE AZAR Y LAS APUESTAS	61
6.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA DEL CUESTIONARIO	63
6.2. RESULTADOS	65
A. PREVALENCIA DE JUEGO	65
Frecuencia de juego	66
Juego problemático	69
Edad inicio de juego	69
Modalidad y momento de juego o apuesta	71
Intención de juego y normalización de los juegos	75
Autoeficacia para no apostar	78
B. MOTIVACIONES PARA JUGAR	79
C. LA FAMILIA	82
Percepción de la conducta de juego de los progenitores	82
La percepción de la actitud parental hacia el juego	83
Conocimiento de las personas cercanas sobre las prácticas relacionadas con el juego	84
Percepción de los y las amigos que juegan	85
D. PUBLICIDAD Y ACCESIBILIDAD AL JUEGO DE APUESTAS	86
La actitud hacia la publicidad de juego	86
E. LAS PRÁCTICAS DE JUEGOS DE AZAR Y LA PANDEMIA	88
7. FASE II: GRUPOS FOCALES SOBRE JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS	91
7.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA	93
7.2. RESULTADOS	94
La normalización de los juegos de azar dentro de las prácticas de ocio juvenil	95
El papel de la familia en la normalización de ciertos juegos de azar	99
El papel de los iguales y la experimentación con el juego	101
Juego online	103
La edad y juego	105
La publicidad y el juego	106
Género	107

8. FASE III: GRUPOS FOCALES SOBRE VIDEOJUEGOS	109
8.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA	111
8.2. RESULTADOS	113
Medios digitales y ocio en los adolescentes	113
El videojuego como forma de ocio	115
Loot-boxes y otras microtransacciones	117
Percepciones generales y tendencias de consumo	117
Motivos de compra	118
Emociones asociadas a las loot-boxes	120
La mujer en el videojuego	120
La mujer como jugadora	120
Representación de la mujer	122
9. FASE IV: INVESTIGACIÓN E INTERVENCIÓN A TRAVÉS DE TALLERES ARTÍSTICOS	123
9.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA	125
9.2. PROCESO Y RESULTADOS	126
CONCLUSIONES	137
La normalización del juego	139
Las personas jóvenes y el entorno urbano	140
El juego online y la pandemia	141
Los videojuegos y los juegos de azar	142
El género como elemento necesario para comprender las prácticas de juego	143
RECOMENDACIONES	145
BIBLIOGRAFÍA	147
ANEXOS	153
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES, IMÁGENES, GRÁFICOS, MAPAS y TABLAS	175



CJEX



RESUMEN EJECUTIVO





El objetivo de este estudio es aproximarse a las prácticas, discursos y representaciones de los adolescentes y jóvenes, entre 14 y 30 años de Extremadura, en torno a los juegos de azar y apuestas y los videojuegos. Para ello, se ha empleado tanto metodología cuantitativa como cualitativa. En función de la metodología utilizada y el objeto de estudio, el proyecto se ha dividido en cuatro fases diferenciadas (véase Ilustración 1). A continuación, se presentan los principales resultados de las distintas fases.

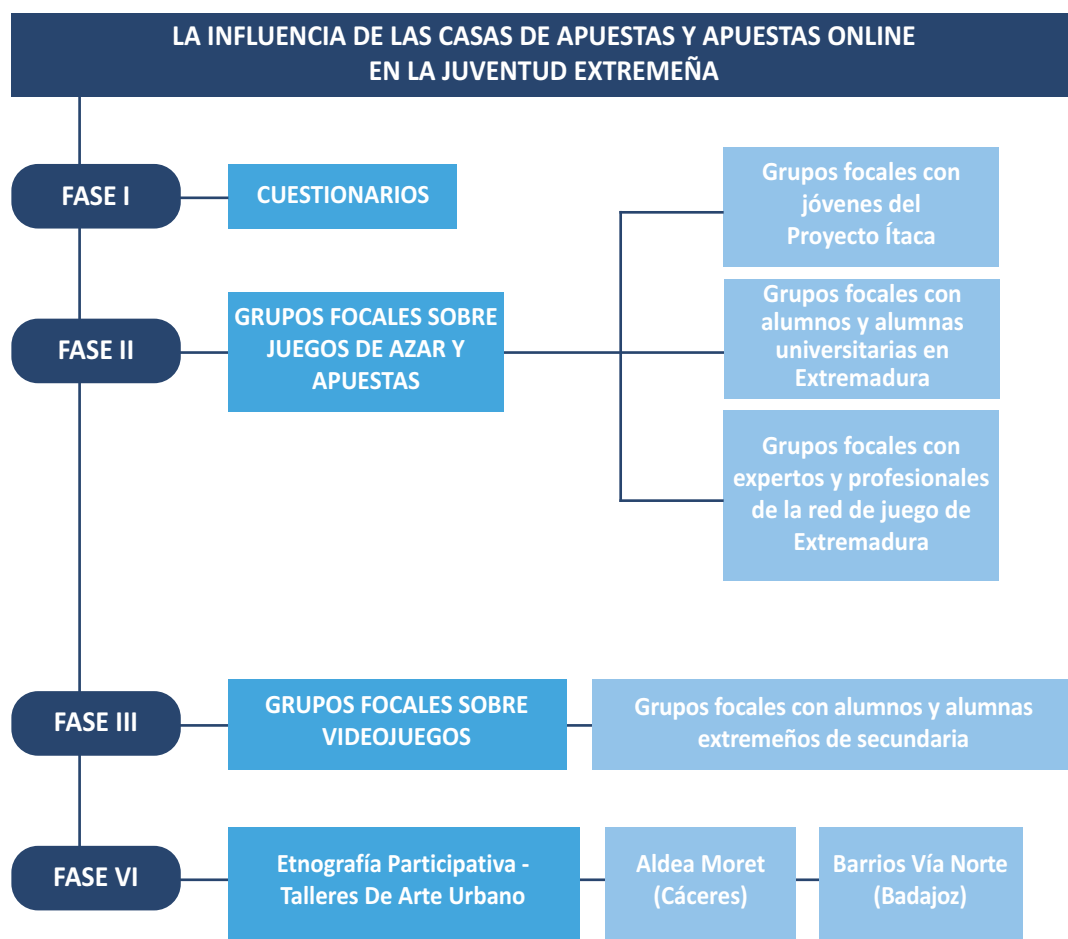


Ilustración 1: Descripción de las fases del proyecto.



Principales resultados Fase I

NOTA METODOLÓGICA



1454 cuestionarios autoadministrados a través de la plataforma *Microsoft Forms* durante una clase normal o en casa, a estudiantes de entre 14 y 30 años, de 36 centros educativos y 6 facultades de Extremadura, matriculados durante el curso 2021/2022. Del total, solo 1420 cuestionarios fueron considerados válidos.

PREVALENCIA DE JUEGO

El 16% de los y las jóvenes extremeñas encuestadas afirman haber jugado a algún tipo de juego de azar en los últimos tres meses. Se ha observado que los rasgos de la ONCE son el juego de azar más común entre los jóvenes. Así, dentro de la población que afirma haber jugado en los últimos 3 meses el 31,6% ha jugado a los rasgos de la ONCE. Después de los rasgos de la ONCE los juegos más habituales son los cupones de la ONCE (22,9%), el Euromillon (20,9%) y la Primitiva (20,2%). Se observa que las ruletas en establecimientos de juego (17,45%), las apuestas deportivas ya sean online (17,5%) o en establecimientos de juego o bares (17,9%) se van abriendo paso entre los juegos de azar habituales de la población joven. En todas las modalidades de juego, incluido el bingo, son los hombres los que más juegan.

Juego problemático

El 3% de las personas que juegan habitualmente tiene una posible relación complicada con el juego y presenta indicios de problemas en distintas áreas (ej. relaciones familiares, sociales, estudios, etc.). Por género, los porcentajes en esta categoría son de un 5,3% chicos y un 1,4% chicas. Un 4,5% de las personas que juegan podrían ser posibles jugadores en riesgo en un futuro, siendo 8,2% chicos y un 2,5% chicas. Finalmente, las personas que no presentan problemas de juego serían el 92,6% de la muestra, siendo 86,5% chicos y un 96,1% chicas.

Edad de inicio en el juego

El inicio temprano en el juego es un factor de riesgo relacionado con el juego patológico, por ello se ha explorado (Becoña, 2004; Brunelle *et al.*, 2012; Olason *et al.*, 2011). Aunque la ley prohíbe el juego de apuestas en menores de edad, el 13,9% de la muestra que ha jugado en los últimos 3 meses afirma haberse iniciado cuando era menor de edad, siendo más habitual que se aproximen los hombres que las mujeres. Además, casi la mitad de la muestra total encuestada afirmó que, a pesar de ser menores, les sería fácil apostar.

Modalidad y momento de juego

En relación con la accesibilidad a los establecimientos de juego se puede observar que el 54,4% de la muestra tiene uno en el trayecto de su casa al centro educativo al que se dirige, frente al 31,8%



que no lo tiene y el 11,3% que no lo sabe. Esto nos indica que la accesibilidad a los establecimientos de juego por parte de la población joven es alta. Al preguntar tanto a escolares como universitarios por la casa de apuestas que más frecuentan vemos que la mayoría (11,75%) no tiene un lugar concreto. Aquellas personas que se decantan por una casa de apuesta en concreto están más relacionadas con el sitio en el que salen de ocio (5,35%) y/o con la más cercana a su casa. Solo el 0,9% apuesta en la más cercana a su centro formativo.

Por otro lado, habría que destacar que la mayoría de establecimiento de juegos de Extremadura no cumplen con la normativa actual en relación con la distancia que deben tener a los centros educativos. No obstante, los resultados expuestos en el párrafo anterior apuntan que no solo hay que tener en cuenta los establecimientos de juego próximos a los centros educativos como factor de riesgo. También es necesario comprender el lugar que estos establecimientos están ocupando dentro del ocio juvenil, así como la queja constante de la juventud en relación con los restringidos espacios de ocio con los que cuenta para poder acceder a prácticas saludables.

Intención de juego y normalización de los juegos

La intención individual de apostar de la muestra total es muy baja y esto actúa como factor protector antes conductas de riesgo en relación con el juego. Sin embargo, a nivel social se acepta que el juego sea algo medianamente habitual entre la gente joven, actuando esto como factor de riesgo.

Autoeficacia para no apostar

La autoeficacia para no apostar se considera un factor protector que se evalúa a través de la capacidad autopercebida de no jugar en situaciones que invitan al juego o, existe una presión social para ello (Lloret y Cabrera, 2019). En este estudio se ha observado un nivel alto de autoeficacia para no apostar en situaciones que invitan a ello por parte de la muestra total. Por género, entre las chicas y los chicos se percibe una ligera, pero significativa diferencia que apunta a que las chicas son más eficaces para no apostar que los chicos.

MOTIVACIONES PARA JUGAR

Los resultados obtenidos indican un nivel de puntuación bajo en las distintas motivaciones (búsqueda de emociones, el juego como afrontamiento, motivación social, motivo financiero). Las motivaciones para jugar no aparecen claras, ya que las puntuaciones obtenidas son muy bajas. Podría decirse, que el motivo financiero, es decir, la idea de conseguir dinero es la que más motiva a la juventud para jugar.



LA FAMILIA

Percepción de la conducta de juego de los progenitores

La familia puede actuar tanto como factor de riesgo o como factor protector, siendo un modelo a favor o en contra del juego para sus hijos e hijas (Becoña y Gestal, 1996; Felsher *et al.*, 2003; Gupta y Derevensky, 1998). La familia es uno de los principales contextos de socialización donde el comportamiento de los progenitores suele ser observado, y en muchas ocasiones, reproducido. Las loterías y las apuestas del Estado son los juegos de azar más populares entre los padres y las madres (41% ambos juegan, 15,5% solo padre y 11,5% solo madre), seguidos por los cupones (20,4% ambos juegan, 10,2% solo padre y 9,3% solo madre) y los rascas de la ONCE (10% ambos juegan, 6,7% solo padre y 6,1% solo madre). Serían los siguientes juegos de azar más jugados. Menos populares serían las máquinas tragaperras (0,3% ambos juegan, 5,7% solo padre y 0,2% solo madre) y las apuestas deportivas online (0,7% ambos juegan, 2,8% solo padre y 0,7% solo madre), y en salones o bares (0,3% ambos juegan, 2,0% solo padre).

La percepción de la actitud parental hacia el juego

La actitud de los progenitores hacia el juego es fundamental, ya que supervisarán los comportamientos de sus hijos e hijas frente al juego, a la par que tendrán, o no, una actitud crítica y equilibrada hacia este tipo de prácticas (García-Ruiz *et al.*, 2015). En general, y a pesar de que en el apartado anterior parecía que ciertos juegos estaban normalizados, se puede decir que la actitud parental es desfavorable al juego de apuestas, y que los progenitores intentan prevenir de los riesgos que supone jugar.

LOS IGUALES

Percepción de las amistades que juegan

En este apartado se estudia cuántos amigos y amigas del entorno más cercano al encuestado juegan. Estudiar al círculo de iguales es vital, ya que a medida que aumenta en juego entre los amigos y las amigas aumentan las oportunidades de juego y la presión del grupo para jugar. La mayoría de los iguales de la población encuestada no juega. Los juegos de azar a los que más parecen jugar los iguales son los rascas de la ONCE y las apuestas deportivas online. Este último dato resulta curioso y alerta de que podría haber más juego online del que se está detectando en este estudio.

PUBLICIDAD Y ACCESIBILIDAD AL JUEGO DE APUESTAS

La actitud hacia la publicidad de juego

Los resultados de distintas investigaciones explican que la publicidad y el marketing de los juegos de azar en los distintos medios de comunicación es un factor de riesgo, ya que puede generar una actitud positiva hacia el juego en las personas jugadoras, así como en las no jugadoras (Fried *et al.*,



2010; King *et al.*, 2010; Pitt *et al.*, 2016). La puntuación media de la muestra respecto a la actitud generada en torno al juego muestra una actitud ligeramente desfavorable en torno a la publicidad. Por género los chicos presentan una actitud algo más favorable que las chicas.

LAS PRÁCTICAS DE JUEGOS DE AZAR Y LA PANDEMIA

Literatura existente en relación con el impacto de la pandemia en las prácticas y los problemas de juego todavía es limitada y los efectos no son claros (Auer *et al.*, 2020, Donati *et al.*, 2021; Gainsbury, *et al.*, 2020; George, 2020; Griffiths *et al.*, 2020). Se necesitan más investigaciones, tanto cuantitativas como cualitativas sobre este tema para entender mejor el impacto de la pandemia a corto y a largo plazo. Teniendo en cuenta la escasa literatura, los resultados de esta investigación apoyan que durante el confinamiento el número de personas que jugaron a juegos de azar y el dinero invertido mermó.

Principales resultados Fase II

NOTA METODOLÓGICA



Grupos focales sobre juegos de azar y apuestas. Colaboraron un total de 73 personas, divididas en siete grupos focales, y dos entrevistas. Tanto los grupos focales como las entrevistas se distribuyeron en tres grupos de interés con los siguientes perfiles: (a) 7 expertos y técnicos en prevención y atención al juego en Extremadura, (b) 29 adolescentes de Extremadura, de entre 15 y 18 años, y (c) 37 jóvenes de Extremadura, de entre 19 y 28 años.

La normalización de los juegos de azar dentro de las prácticas de ocio juvenil

Entre la gente joven que ha participado en el estudio existe la percepción de que el juego es una opción de ocio más, y no genera extrañeza o rechazo entre la población joven extremeña (Megías *et al.*, 2020; Mendoza Pérez *et al.*, 2021). Aunque la gran mayoría de los y las participantes de este estudio no juega de forma habitual, sí tienen un amigo/a y/o conocido cercano que juega de forma más o menos habitual. La mayoría de las personas jóvenes entienden el juego como una actividad a realizar de forma grupal, y que se convierte en peligrosa cuando se comienza a realizar de forma individual y a despegar de las rutinas de ocio del grupo de amigos de referencia.

La mayoría de los jóvenes subraya la falta de espacios de ocio adecuados a su edad, intereses y economía y recalcar que los establecimientos de juego son un sitios asequibles para los y las jóvenes en los que poder pasar el rato.

El papel de la familia en la normalización de ciertos juegos de azar

Como hemos visto en los resultados de la Fase I, los juegos más populares entre la juventud extremeña son los cupones de la ONCE (22,9%), el EuroMillón (20,9%) y la Primitiva (20,2%). Estos



resultados coinciden con los obtenidos en los grupos focales, donde la gran mayoría de los participantes manifiesta que su familia nuclear y extensa juega a estos juegos y se ve como algo normal. Sin embargo, la gran mayoría coincide en que, aunque su familia apuesta en los distintos juegos de las loterías y apuestas del estado y/o la ONCE, no comparte que sus hijos e hijas apuesten en establecimientos de juego a apuestas deportivas, la ruleta u otros juegos de casino.

El papel de los iguales y la experimentación con el juego

Muchas de las primeras visitas a los establecimientos de juego suelen ser con los iguales, y en ocasiones suceden en los establecimientos de juego que están más cerca de los institutos. A diferencia de los resultados obtenidos en la Fase I los y las jóvenes extremeños no destacan que la motivación inicial para jugar sea el factor económico, sino el social. Sin embargo, sí son conscientes del refuerzo positivo que supone el ganar dinero, así como las emociones positivas que se generan en torno al hecho de ganar.

Juego online

A diferencia de lo que ocurre con el juego presencial, muy poco de los participantes afirman conocer gente que juegue online, y los que lo hacen suele estar relacionado con apuestas deportivas. Aunque el juego presencial parece estar normalizado y aceptado como parte del ocio juvenil, el juego online lo asocian a un juego individual y por tanto problemático. Los expertos y técnicos que trabajan con personas con problemas de juego dicen que llegan pocos jóvenes menores de 30 años con problemas de juego.

La edad y juego

Muchos de los y las jóvenes que han participado en este estudio, a pesar de las prohibiciones, han jugado o se han iniciado en el juego siendo menores. Es verdad que la mayoría de ellos coinciden en que en los últimos años la legislación vigente se cumple, y el acceso a menores se ve dificultado. Los relatos de los menores visibilizan distintas formas de acceder al juego, por ejemplo, pidiéndole a un tercero, en muchas ocasiones un hermano o un primo, que apueste por ellos.

Género

Las chicas no acuden tanto a los establecimientos de juego como los hombres, aunque si juegan en mayor medida a juegos como los rascas de la ONCE, distintos juegos de las loterías y apuestas del estado, y/o al bingo. Los expertos y técnicos extremeños a la hora de determinar un perfil también establecen que son los hombres los que más juegan, y los que más problemas acaban desarrollando con el juego. Los expertos también recogen que muchas mujeres acaban accediendo al juego a través de sus parejas, ya que en muchas ocasiones acuden a los establecimientos de juego como acompañantes.



Principales resultados Fase III

NOTA METODOLÓGICA



Grupos focales sobre videojuegos. Colaboraron un total de 154 personas, repartidas en dieciséis grupos focales pertenecientes a la educación secundaria obligatoria de Extremadura; concretamente 37 alumnos de 4º ESO de centros educativos concertados de Badajoz, 20 alumnos de 4º ESO de centros educativos públicos de Badajoz, y 98 alumnos de entre 1º Y 3ª ESO de centros educativos públicos de Villafranca de los Barros.

Medios digitales y ocio en los adolescentes

Los y las adolescentes entrevistados coinciden en que los medios digitales forman parte indispensable tanto de su socialización como de su ocio y tiempo libre. La mayor parte de ellos, emplean el móvil como dispositivo principal para el ocio, seguido de las consolas, y dejando a los ordenadores y a las *tablets* relegados a un uso ocasional. En cuanto al tiempo dedicado a los videojuegos, en este caso encontramos dos grandes grupos, aquellos que juegan únicamente durante los fines de semana, y los que juegan todos los días, al terminar de hacer sus deberes.

El tiempo de uso del móvil y del videojuego aumentó durante el confinamiento por parte de la mayoría de los participantes. El tiempo dedicado a videojuegos durante el confinamiento, superaba en muchos casos las cinco horas diarias, y en menor cantidad las diez horas diarias. Durante la pandemia, los videojuegos adquirieron un gran valor por su papel socializador, y por ser una de las pocas alternativas de ocio y entretenimiento disponible.

El videojuego es utilizado principalmente como una forma de entretenimiento, usada en aquellos momentos donde se encuentran aburridos. Así, las principales motivaciones para jugar son que los videojuegos son útiles como forma de distracción (50,6%) y, en menor medida, para evadirse (24,7%).

Entre los y las adolescentes extremeños de entre 12 y 14 años que requieren ayuda terapéutica lo hacen en relación con el uso compulsivo de videojuegos.

Por último, perciben que existen pocas alternativas de ocio offline para la gente de su edad, considerando esto como un gran problema, y coincidiendo con lo expuesto en los estudios, realizados en Extremadura, de Olmedo-Rodríguez (2019) y Pavón Benítez (2020).

Loot-boxes y otras microtransacciones

Los y las adolescentes son críticos y son conscientes del efecto adictivo que pueden generar las *loot boxes* o el contenido descargable de pago. Los principales motivos para comprar una *loot-box* suelen estar relacionados con la obtención de mejoras u elementos exclusivos. Otro motivo que destacan varios adolescentes es la influencia de los *Youtubers* a la hora de decidir si comprar o no



loot-boxes. No obstante, los participantes también se muestran críticos, y son conscientes de que estos videos son, en muchas ocasiones, montajes donde solo se muestran los contenidos de mayor rareza, y, por tanto, saben que las probabilidades reales son menores a las mostradas.

La mujer en el videojuego

La mayor parte de participantes, coinciden en que el videojuego es una actividad donde predomina el público masculino, justificando que es una forma de ocio que no despierta tanto interés en las mujeres de forma general. Pero a pesar de ir consiguiendo una mayor participación de la mujer en el sector, actualmente las adolescentes, perciben ciertas barreras en diferentes entornos relacionados con la mujer y el videojuego. Son bastantes los participantes que indican que cuando una mujer juega, esta suele recibir actitudes machistas por parte del resto de jugadores. Además, recalcan que muchos videojuegos la representación de la figura femenina aparece sexualizada y cosificada.

Principales resultados Fase IV

NOTA METODOLÓGICA



Investigación e intervención a través de talleres artísticos con la colaboración del educador social y artista Digo Diego. Tras una contextualización etnográfica, se realizaron dos talleres de arte urbano durante cinco días, uno en Aldea Moret (Cáceres), donde participaron 9 personas de entre 17 y 24 años, y otro en los barrios al norte de las vías del tren (Badajoz), donde participaron 8 personas, de entre 16 y 19 años.

La intervención a través del arte urbano puede contribuir a fomentar la reflexión y la participación generando procesos de educación comunitaria. Generar una metodología de intervención e investigación en torno al arte urbano ha permitido lograr distintos objetivos. En primer lugar, los dos talleres de arte urbano han permitido a los y las participantes tener un espacio y tiempo para reflexionar de forma crítica sobre los modelos de ocio actuales, incluido el espacio que están ocupando los establecimientos de juego. En segundo lugar, se ha fomentado el protagonismo de las personas jóvenes en el barrio como agentes en procesos comunitarios y con un rol activo para la transformación. De este modo, los y las participantes han plasmado sus reivindicaciones para su barrio (ej. más espacios verdes, zonas para el deporte), a la par que alertan de los peligros que suponen para su comunidad apostar (ej. los riesgos del juego, conflictos en las relaciones familiares cuando hay problemas de juego). Por último, esta fase de la investigación ha permitido que resultados de la investigación queden plasmados en dos murales que hablan de los resultados principales y no solo quedan para la comunidad, sino que son accesibles para múltiples audiencias.



INTRODUCCIÓN





El juego de azar y las apuestas no son fenómenos de reciente aparición. Es una actividad inherente al ser humano, presente en todas las culturas desde hace milenios, pero que en algunos casos pueden convertirse en una conducta difícil de controlar (Ibañez, 2020.). Son prácticas que han acompañado históricamente al ser humano, provocando recelo y restricciones de uso. Ya desde la época del Imperio Romano hubo legislación que prohibía las apuestas y la percepción social del jugador era negativa. Sin embargo, por razones obvias, los formatos del mismo han cambiado sustancialmente, sobre todo en los últimos años, como se irá analizando posteriormente. En cuanto al principio del juego de azar y la apuesta, la esencia vertical se sigue manteniendo, pues se trata de aplicar un procedimiento matemático a una cantidad que un apostador pone en juego ante la posibilidad de que se produzca un hecho concreto; si esto ocurre el dinero vuelve incrementado en forma de premio. Mientras menos probabilidades existen para que se dé la situación más aumenta el riesgo, pero más aumentaría el premio. Bajo esta lógica aparentemente simple se han establecido una gran variedad de interfaces capaces de captar la atención del potencial usuario. El sueño de la victoria, de la derrota del adversario o el espejismo de la riqueza han conseguido que este tipo de prácticas se hayan perpetuado formando parte del sustrato cultural de nuestras sociedades, a veces desde el ostracismo de la clandestinidad, otras desde el lujo y el esnobismo de los casinos y otras amparadas bajo el paraguas gubernamental o camufladas como “labor social”. Sea como fuere, el juego de azar y las apuestas están presentes en nuestro día a día.

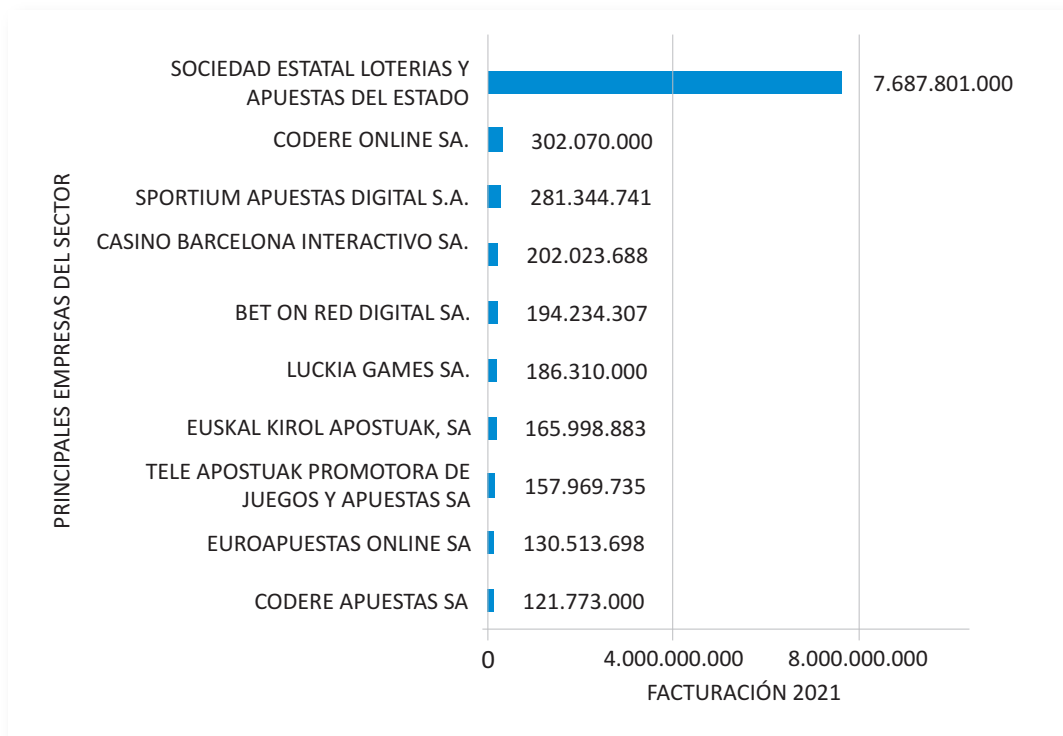
Es necesario aceptar que tanto el juego de azar como las apuestas son una práctica con un amplio calado histórico y que forman parte de nuestra idiosincrasia. Partiendo de esta premisa es más fácil comprender y aceptar el fenómeno que se trata de analizar en el presente estudio. Sin embargo, es cierto que en los últimos 15 años hemos visto un cambio radical en la legislación que ha facilitado distintas estrategias del mercado del juego que ha cambiado tanto la fisonomía de nuestras calles, como la percepción social de esta práctica y los problemas derivados de la misma. Bajo el hilo conductor de una acción aparentemente saludable, el deporte, se ha proyectado una imagen de éxito y se ha comenzado a definir el mercado de casas de apuestas como una nueva forma de ocio (Tulai, 2021). Acompañadas por una fuerte expansión, unas pocas empresas que dominan el mercado han conseguido llenar las ciudades de establecimientos de juegos, la web, los bares y tiendas de aplicaciones de software con la misma función. Todo ello no ha estado exento de polémica, debido a las diferencias legislativas en diferentes países. Mientras España o Bélgica eran un caldo de cultivo idóneo para el crecimiento de esta tendencia alcista, estados vecinos como Suiza, Francia o Portugal prohíben o restringen su campo de acción, labor más o menos sencilla en escenarios físicos, pero hartamente complicado en entornos digitales.



1.1. El juego como elemento cultural y como agente económico

En nuestro país, a diferencia de lo que pasa en los dos estados vecinos, con la Ley 13/2011 sobre Regulación a partir de junio de 2012 comenzó una importante expansión del sector, tanto en espacios físicos como digitales (Choliz, 2013; 2016; Choliz y Lamas, 2017). Las empresas españolas Orenes, Luckia y Codere operan internacionalmente en Latinoamérica, el Magreb y Europa del este, y tienen un volumen de negocio generoso y creciente. Sin embargo, no se debe perder de vista que la empresa líder con diferencia es estatal y consigue estos beneficios con productos plenamente consolidados y aceptados en la sociedad (véase Gráfico 1). El sector del juego es importante en la economía española y goza de un peso específico considerable, en torno al 1%, que genera casi 90.000 empleos e ingresa, en forma de impuestos, una importante partida en las arcas públicas (Cejuego y Universidad Carlos III, 2021a).

Gráfico 1: Facturación en millones de las empresas de juego.



2351 empresas registradas en el sector 9200 CNAE (Actividades de juegos de azar y apuestas)

Total facturación del sector: 13.215.666.431€.

Datos procedentes del Ranking de Empresas de elEconomista.es (<https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-9200.html>)



Por lo tanto, vemos cómo en la coyuntura actual, debido a los macrodatos económicos y al calado cultural, el juego de azar tiene un importante nicho de consumo en nuestro país. El perfil típico del jugador es hombre (82,23%) de entre 26-35 años (33,97%) pero con un alto impacto en jóvenes de 18-25 (27,45%). La práctica preferida son las apuestas deportivas, con un débil crecimiento, seguida del casino y el póquer, con un crecimiento anual del 15% (Dirección General del Juego, 2020). A los productos convencionales (tragaperras, loterías, quinielas, rascas...) se han añadido otros orientados a un público más joven con un *namings* y *branding* basado en el deporte; mayoritariamente fútbol, pero también sin desdeñar otros (Estévez, 2017). Estos nuevos productos, antes minoritarios o no tan conocidos por el gran público, han sido trivializados y puesto a disposición del público general.

A pesar del aparente rechazo de algunos agentes sociales por el daño que el juego de azar y las apuestas deportivas podría generar en poblaciones vulnerables (Ibáñez, 2020), no se puede desdeñar el hecho de que el sector mueve, como veíamos anteriormente, un importante flujo de negocio. Esto ha hecho que la imaginaria de estas empresas esté presente en las calles y en los dispositivos digitales, transformando los interfaces y paisajes urbanos. Esta profusión de imagen, presencia y popularidad ha permitido que se genere un vórtice de causa-efecto que alimenta el crecimiento del sector, que atrae cada vez a más “clientes”, lo que genera más beneficios, lo que lleva a más publicidad y presencia mediática que repercute, de nuevo, en un incremento de la actividad. Por ello y para tratar de conciliar en medida de lo posible ambas posturas, las administraciones trataron de establecer un equilibrio que permitiera no censurar o prohibir un sector establecido, consolidado y lucrativo pero que escuchara y contemplara la posición de las voces críticas por el peligro que acarrea en personas vulnerables. La profusa legislación vigente se nutrió de nuevos reglamentos, tanto estatales como autonómicos, y se esforzó por limitar presencia publicitaria y social y la distancia entre establecimientos y entre éstos y centros educativos (véase punto 3 de esta introducción).

1.2. Estudios generales a nivel estatal

A nivel estatal hay diversas fuentes que hablan del juego de azar, las apuestas y las adicciones comportamentales. La Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (DGPNSD) edita la *Estrategia nacional sobre adicciones* documento referencia para establecer un marco de partida. El Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (OEDA) de la DGPNSD lleva a cabo varios informes anuales y proporciona información y estadísticas sobre la evolución y características del consumo de drogas psicoactivas (incluyendo alcohol y tabaco) y los problemas asociados a éste y a otras adicciones en España dirigida a gestores, profesionales asistenciales y del ámbito académico y a los ciudadanos. El *Informe sobre Adicciones comportamentales* analiza la problemática del juego con dinero, uso de videojuegos y uso compulsivo de internet a través de los datos de las encuestas EDADES y ESTUDES, que desde 1994, en años alternos, exploran el consumo de alcohol y drogas, si bien han ido añadiendo otras problemáticas. Estos estudios muestran que la situación del juego con dinero cómo éste ha subido en torno a un 4% en el período 2017-19. Destaca también cómo a pesar de ser un mercado predominantemente masculino, se ha producido un incremento mayor en la tasa de mujeres jugadoras, pero en productos diferentes: los hombres prefieren las apuestas deportivas y ellas loterías y rascas, el bingo, con menos volumen de mercado, también es mayoritariamente



femenino. Sitúa el posible juego problemático en un 1.6% y el trastorno del juego en un 0.6%, habiendo descendido estas cifras en el periodo 17-19. El uso de videojuegos es mayoritario en chicos, está muy presente desde los 14 años y va descendiendo el porcentaje de usuarios a medida que aumenta la edad (Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, 2021).

La Dirección General del Juego también edita el *Análisis del perfil del jugador online*, una herramienta en la que podemos combinar y analizar datos recogidos entre 2016 y 2020. Según estos datos, tanto el número de jugadores como el importe de las apuestas no han dejado de aumentar desde 2016, con un pequeño receso durante el periodo de confinamiento pandémico. Nos muestra que las apuestas es el producto preferido, seguido de casinos y póquer, si bien el póquer es el que más está creciendo. La franja de edad más activa es la de 26-35 seguida de 18-25, no contempla el juego en menores, y mayoritariamente población masculina. El gasto medio también es más elevado en hombres.

El estudio *Juventud y juegos de azar* ofrece una visión general del juego en los jóvenes. Comienza desarrollando el concepto de ludopatía, pasa por la regulación y la economía del juego y analiza las tácticas de mercadotecnia. Cuando trata el juego problemático analiza la problemática comparando diversos países y abre una controversia estadística con lo que apuntan otros estudios, pues abre una amplia horquilla que oscila entre el 2 y el 13%, si bien en España baja al 2, rebajando la tensión de otros países. También introduce dos dimensiones para comprender los factores de riesgo: riesgos indirectos (biológicos y del entorno) y riesgos directos (percepciones erróneas del juego, juego como necesidad psicológica y magnitud de la recompensa). A partir de aquí trata de describir el camino que sigue quien comienza a apostar y destaca el proceso creciente (tanto en frecuencia como en cantidades apostadas), el paso de tragaperras a las apuestas deportivas, la influencia del entorno laboral y amigos por encima del familiar, la motivación económica, dejarse llevar por los señuelos publicitarios, evasión de la realidad y la imaginación de una vida irreal. Para ayudar a aliviar esta problemática, el informe introduce la necesidad de jugar responsablemente y de impartir formación específica en los institutos. (Instituto de la Juventud INJUVE, 2019).

El *Anuario del Juego en España 2021. Cifras y datos socioeconómicos* agrupa e intenta describir un sector empresarial complejo, en el que operan tanto agentes públicos -juegos de ilusión- como iniciativa privada -con juegos de entretenimiento-. Se hace hincapié en la dispersión del negocio y la variedad de productos puestos en marcha por la sociedad estatal SELAE, con casi la mitad del negocio, la ONCE y después las grandes empresas del sector: Cirsá, Codere, Luckia, Rank, Reta. Pone sobre la mesa datos globales de todos estos operadores, alguno de ellos no publicados - cedidos por la SELAE- que no habían sido publicados hasta el momento. Estas macro cifras revelan una tendencia a la baja desde la pandemia, si bien estos datos no se corresponden con *Análisis del perfil del jugador online*, quien detecta unos picos negativos durante los meses de confinamiento, pero una posterior recuperación (Dirección General del Juego. 2020). También se destaca este anuario la aportación del sector a la economía nacional, tanto por el número de empleos como por las cantidades abonadas en forma de impuestos. El documento asocia mayores tasas de juego en épocas de bonanza económica, con lo que trata de disociar la idea de búsqueda de lucro y antepone la de



nueva forma de ocio y una opción de entretenimiento. Por otra parte, afirma que “en el juego presencial hay entretenimiento y socialización, relación con otras personas que comparten una afición. La visión de que se juega por los premios es parcial y equivocada” (Cejuego y Universidad Carlos III. 2021a, p.157).

El informe *Juego y sociedad. Actitudes y hábitos de los españoles sobre el juego* destaca la racionalidad de los clientes, que saben que jugar tiene un coste que se asume como con cualquier otro espectáculo y destaca, como razones para jugar, los siguientes factores:

- Ganar la apuesta, demostrando que se sabe.
- Tener tiempo de esparcimiento
- Estrechar lazos y relaciones
- Integración en un grupo con los que se comparte afición
- Tomar decisiones propias y ser consecuente

Refleja que la tasa de trastorno de juego diagnosticado es del 0.02% y la de juego problemático del 0.25% (en población de 18 a 75 años) y destaca que se trata de cuadros de psicología múltiple y multicausal, y disocia en la oferta de juego de la raíz del trastorno. Insiste en que la tasa de juego problemático es de las más bajas de la Unión Europea y se mantiene estable en los últimos quince años. Sobre los trastornos de juego, afirma que priman factores como los antecedentes familiares, problemas de desestructuración familiar, cuadros depresivos, etc. y que son previos al encuentro con el juego y que la raíz del problema es la proclividad a este tipo de comportamientos, no la oferta de juego en sí. En cuanto a las motivaciones para apostar, son diferentes para cada persona y cada producto y relaciona casino con sofisticación, salones con socialización, máquinas con distracción y loterías con ilusión de premio. También relaciona la apuesta y la práctica del póquer para demostrar experticia. Parece ser que ningún informante de este estudio ha tenido problemas con el juego, y aceptan las pérdidas como si se tratara de la entrada a una sala de cine o a un concierto, por el simple hecho del entretenimiento y el espectáculo: “Al juego, como opción de ocio, sólo acceden quienes tienen recursos económicos para pagarlo”. Concluye su reflexión sobre el juego de riesgo afirmando que, al ser un problema no representativo estadísticamente, que afecta sólo a 6500/7000 en España, no se debe condicionar el desarrollo del sector sino tratar a estas personas, ya que el problema con el juego no es social, sino individual (Cejuego y Universidad Carlos III, 2021b).

1.3. Estudios en España con delimitación geográfica

Diversos estudios en todo el estado que se preocupan del fenómeno del juego, y se ocupan sobre todo por los perfiles sociológicos y muestran especial interés en las poblaciones más vulnerables, sobre todo población juvenil. Algunos arrojan peculiaridades o datos *a priori* no extrapolables a nuestra región, pero que sí muestran tendencia que deberíamos poner en nuestros radares. Las investigaciones suelen estar propiciadas y financiadas por instituciones o agentes próximos a la administración (ayuntamientos, diputaciones o gobiernos autonómicos) y realizadas por universidades.



El Informe de Euskadi revela un interés especial del juego en su ciudadanía, y afirma que un 70% de la población juega con cierta frecuencia. Destaca que casi 10.000 personas en la región son o han sido jugadoras patológicas en algún momento de su vida, frente a la estimación de Cejuego de 6500/7000 en todo el territorio nacional. Revela también que este juego problemático se da sobre todo en jugadores de póquer, y es más habitual en hombres que en mujeres. No profundiza en menores, pero contempla cinco veces más riesgo de caer en juego problemático a los más jóvenes frente a la población adulta y lo explica mediante presupuestos sociológicos: tipos y abanicos de juegos, contexto social y económico, presión por el éxito individual y económico, e inseguridad laboral, con lo que el juego deja de ser un pasatiempo lúdico para convertirse en una vía de conseguir riquezas (Observatorio Vasco del Juego, 2020).

En Baleares se exploró con edades más tempranas, y centra su estudio en jóvenes de entre 12 y 28 años. Precisamente pone una alerta en las edades tempranas, 12-14, dónde la iniciación en el juego proviene de entornos familiares. El Observatorio Vasco del Juego también reflejaba este mecanismo de iniciación, hablado de la socialización del juego. Mientras que a medida que aumenta la edad, los inductores son las amistades. Es precisamente en este escenario cuando se comienza a jugar con el dinero, sobre los 15-18, y cuando se produce la primera apuesta. Introduce otros elementos susceptibles de comportamiento adictivo, como videojuegos entre los chicos y redes sociales entre las chicas. Anota la baja autoestima como factor de riesgo y destaca que la evasión es un elemento para recurrir a los videojuegos y redes sociales. También revela que la publicidad es mejor acogida por los hombres. En cuanto a la motivación para jugar y apostar, entre las razones esgrimidas por el público masculino destacan la excitación (25%), el sueño de ganar dinero (34%) y la diversión (40%) mientras que las mujeres lo consideran como algo excepcional (51%) para compartir con amigas (13%) y para olvidar las preocupaciones (5%). Y son precisamente ellas la que declaran tener, en mayor proporción, control sobre el juego (Conselleria salut i consum y Cruz Roja. 2020).

El estudio de la provincia de Alicante, realizado por la Universidad Miguel Hernández, pone el foco en las apuestas y en menores. Esta misma universidad y el mismo equipo (Daniel Lloret Irlles y Víctor Cabrera Perona) realizarán otro estudio similar en Huelva. Ya en 2016, por lo que hay que usar con precaución sus conclusiones, alertan del efecto de la publicidad y de los bonos de bienvenida en menores y de que a pesar de la prohibición de apostar, los menores conseguían hacerlo en un porcentaje superior a lo que ocurría en Europa. Un 13% declaraba jugar más de tres veces al mes y el porcentaje de chicos duplica al de chicas. Un 30% declaró haber jugado al menos una vez. El estudio refleja como factor preocupante la fácil accesibilidad y la percepción de este mismo hecho. Como factores decisivos para desencadenar el juego peligroso se destacan características personales como la personalidad (impulsividad y gusto por el riesgo) y la actitud; características psicosociales y el entorno (presión de grupo, normalidad social); la publicidad y presencia social (impacto publicitarios y escenas en películas y/o series); la familia (tolerancia de la familia ante la práctica e influencia de progenitores jugadores). En cuanto a los motivos se destacan el deseo de ganar dinero, la integración en el grupo, el placer por la práctica y el escape o evasión que produce (Diputación de Alicante y Universidad Miguel Hernández, 2016).



El estudio llevado a cabo en Huelva dos años después por el mismo equipo presenta algunos cambios metodológicos. Sin embargo, vienen a reproducirse algunas tendencias, como que el 40% de los menores declaró haber jugado alguna vez, dándose el doble de casos en chicos que en chicas. Sin embargo, a medida que nos alejamos de juego ocasional a alta frecuencia, la distancia porcentual entre chicos y chicas se agranda. También aumenta la frecuencia de juego y las cantidades apostadas a medida que avanzamos de los 14 a los 17 años. En este estudio la actividad más habitual son las apuestas online, seguido por las apuestas online y póquer (Lloret y Cabrera, 2019).

1.4. Extremadura

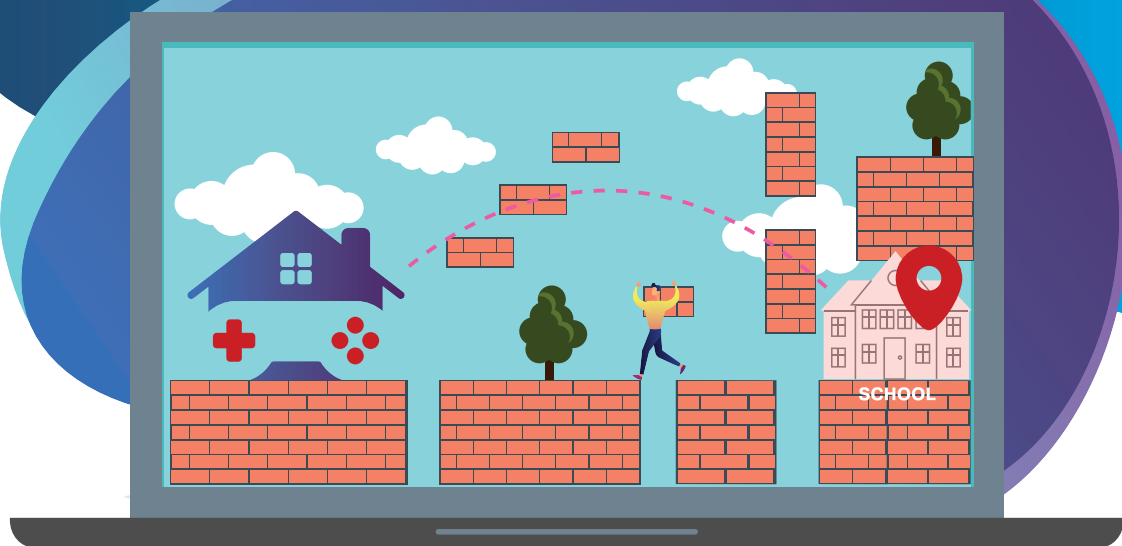
En nuestra comunidad, La Secretaría Técnica de drogodependencias de la *Junta de Extremadura* ha editado el *Plan de adicciones de Extremadura 18/23* que analiza los procesos y protocolos de la administración autonómica para gestionar la problemática de las adicciones, que no ha hecho más que comenzar, y que no son sólo sustancias, sino comportamientos y basados en vías de comunicación difíciles de controlar (Secretaría Técnica de drogodependencias, Junta de Extremadura, 2019).

Además de esta propuesta que llega desde la administración, uno de los primeros estudios editados en Extremadura, *Adicciones clásicas y emergentes: apuestas, drogas y tecnofilia* (Diputación de Badajoz y Atabal, 2019) llegaba por iniciativa de una asociación, Atabal, con largo recorrido en el mundo de las adicciones. La investigación revelaba datos preocupantes extraídos de una muestra de más de 1000 jóvenes y adolescentes de la localidad de Badajoz: un porcentaje considerable del alumnado de los institutos de la ciudad apostaba con regularidad. Años después se realizó otro estudio, *Prácticas Invisibles. Análisis de la Incidencia e Impacto del Juego Patológico en las Trayectorias Vitales de los Adolescentes y Jóvenes*, en el que participó un gran porcentaje de población joven y extremeña se concluyó que los juegos de azar y los establecimientos de juego están normalizándose entre las prácticas de ocio juvenil, así como que los rasgos de la ONCE se encuentran entre los juegos de azar con dinero más habituales entre los adolescentes (Mendoza Pérez et al., 2021).



DISTANCIAS

ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE JUEGO Y LOS CENTROS ESCOLARES





En estos últimos años, una de las principales medidas aprobadas por las administraciones regionales ha consistido en prohibir la apertura de establecimientos de juego cercanos a los centros educativos¹. Una medida no exenta de polémica, dado que desde un primer momento no se contaban con estudios al respecto, y solo se contaba con informes emitidos por distintos actores implicados en esta cuestión (ej. profesorado o asociaciones). En todo caso, los datos obtenidos de distintas investigaciones reflejan diferentes conclusiones en cuanto a la incidencia de la distancia territorial en el juego (Delfababbro, 2008; Bonamis, 2018; Ortiz, 2021). En líneas generales, todas ellas apuntan a la importancia del elemento geográfico a la hora de jugar o apostar, así como la necesidad de un mayor análisis sobre esta cuestión (Ortiz, 2021).

En el caso de accesibilidad al juego, un estudio realizado en Nueva Zelanda apunta que las personas jugadoras que viven próximas a un casino tienen un 69% más de probabilidad de tener problemas con el juego, y que aumenta de manera significativa si existe una mayor concentración de locales de juego próximos a su lugar de residencia (Bonamis, 2018). En Australia, un estudio llevado a cabo sobre la frecuencia e intensidad de los juegos de azar y la accesibilidad geográfica muestra una correlación positiva entre estas variables (Delfababbro, 2008). Por último, un estudio llevado a cabo en Japón muestra que la accesibilidad es estadísticamente significativa con el juego patológico en hombres y personas de bajos ingresos, pero no para mujeres y personas que residen en áreas de altos ingresos (Kato y Goto, 2018).

En estos últimos años, encontramos nuevos estudios que apuntan a los efectos que tiene la proximidad de los establecimientos de juego sobre las calificaciones del alumnado, o su ubicación en áreas con tasas delictivas altas (Kumar y Yoshimoto, 2017; Martínez y Espadador, 2021). Martínez y Espadador (2021) en un estudio realizado en Madrid concluyen que la proximidad de los establecimientos de juego a centros educativos baja la nota media hasta 0,5 puntos del alumnado (Martínez y Espadador, 2021), mientras que un estudio realizado en el Reino Unido afirma que un aumento del 1% en la tasa de delincuencia provoca un incremento del 0,3% al 1,3% en el número de establecimientos de juego en Londres (Kumar y Yoshimoto, 2017).

También el elemento geográfico de los establecimientos de juego se ha analizado atendiendo al barrio y la renta media de las personas que residen en estos. Algunos estudios apuntan a que los establecimientos de juego se han establecido en barrios con menos recursos (Pérez, 2019). En todo caso, se trata de un debate aún abierto debido a que existen investigaciones opuestas que cuestionan esta idea. Sobre esta cuestión, puede verse el estudio llevado a cabo por el Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III sobre las salas de apuestas y el nivel de renta en la Comunidad de Madrid (Gómez, 2021).

Mención aparte merece la cuestión jurídica sobre estas medidas aprobadas por las distintas administraciones; muchas se han puesto en marcha con posterioridad a la apertura de estos locales. Por lo tanto, el incumplimiento de la norma no tiene ningún efecto directo sobre el cierre de estos locales. Además, algunas de estas medidas se han visto rechazadas judicialmente al vulnerar derechos de los empresarios, tal y como sucede en la Comunidad Valenciana.

¹La normativa extremeña entiende como centro educativo a: centros públicos o privados de educación preescolar y centros públicos o privados que impartan enseñanzas oficiales, tanto universitarias como no universitarias.



Por todo ello, en el presente estudio se decidió incluir en el cuestionario preguntas que analizaran el elemento geográfico, con especial referencia a la proximidad de los establecimientos de juego a los centros educativos en la región extremeña. Un asunto ya analizado en estudios previos de la región (Ortiz, 2019).

2.1. Situación actual de los establecimientos de juego en Extremadura

La Comunidad Autónoma de Extremadura cuenta con un total de 139 establecimientos de juego según datos de la Junta de Extremadura (véase Imagen 1 y Mapa 1 en p.155).



Imagen 1: Establecimientos de juego en Extremadura.

Del total de establecimientos de juego, un 51% (n=71) se concentran en los municipios de más de 20.000 habitantes: Almendralejo, Badajoz, Cáceres, Don Benito, Mérida, Plasencia y Villanueva de la Serena (véase Mapa 2 en p. 156). El resto de los establecimientos de juego se concentran en 35 municipios de menos de 20.000 habitantes, lo que supone un 49 % del total de locales de juego (véase Mapa 3 en p. 157). Por lo tanto, 42 municipios de los 388 municipios tienen establecimientos de juego, lo que supone un 10 % del total de municipios de Extremadura (véase Mapa 4 en p. 158).



En cuanto a datos sociodemográficos, podemos decir que la región extremeña cuenta aproximadamente con un establecimiento de juego por cada 22.000 personas mayores de 14 años². Por otro lado, hay que indicar que la población menor de 14 años en los municipios que tienen locales de apuestas no supera el 17% del total del municipio (INE, 2021). Una cuestión importante, en el caso que se quisiera llevar a cabo estudios comparados con otras CCAA, que tienen poblaciones más grandes y con un mayor porcentaje de población joven que Extremadura. (véase Mapa 5 en p. 159).

En Extremadura la totalidad de los municipios que tienen establecimientos de juego tienen mayoritariamente una población superior a 5.000 habitantes (véase Mapa 6 en p. 160). Sólo un 9 % de los municipios que tienen establecimientos de juego no llegan a los 5.000 habitantes. En todo caso, son poblaciones cercanas a 5.000 habitantes y cuentan con policía local propia; una cuestión importante, atendiendo a variables sociodemográfica y de prevención, control y vigilancia sobre el juego. A modo de ejemplo, todos los municipios con una población de al menos 5.000 habitantes están obligados a tener cuerpo de policía propio (véase Mapa 7 en p. 161).

Otra cuestión relevante, son los establecimientos de juego próximos a Portugal. Desde el punto de vista de la protección a grupos vulnerables (menores y jóvenes), las fuerzas y cuerpos de seguridad muestran su preocupación por la presencia de jóvenes portugueses que vienen a jugar a establecimientos de juego situados en España. La atracción de los jóvenes portugueses por venir a jugar a España puede deberse a que, en determinados juegos en Portugal, las personas deben tener como mínimo 21 años y, por otro lado, en España los premios son más altos.

En el caso de Extremadura, hay 6 municipios cercanos a Portugal que cuentan con establecimientos de juego (véase Mapa 8 en p. 162). Sobre esta cuestión, sería necesaria una investigación en mayor profundidad y, por ende, una revisión en las políticas de cooperación entre ambos países.

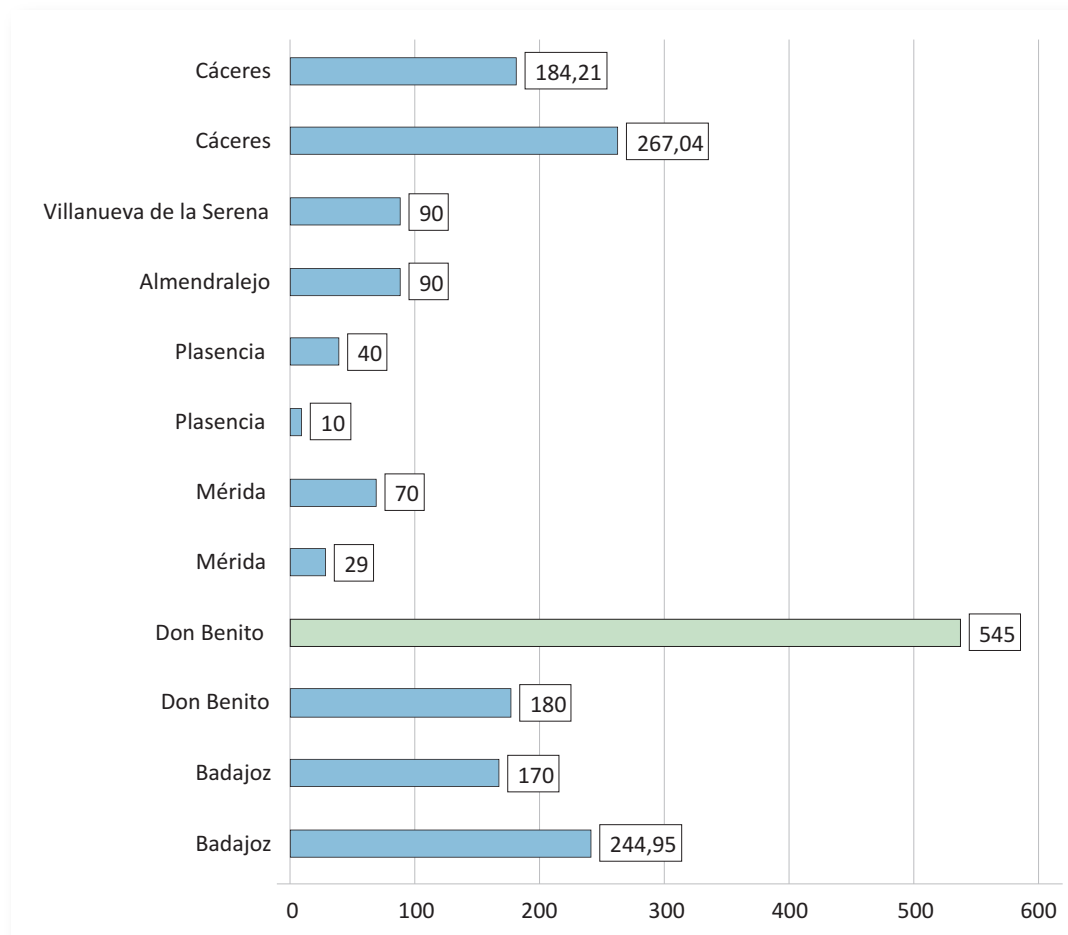
La normativa actual en Extremadura no permite la ubicación de establecimientos de juego a menos de 300 metros de centros educativos. Teniendo en cuenta el carácter rural de Extremadura, y la necesidad de abordar políticas públicas atendiendo a este aspecto, se ha estudiado las localidades de más de 20.000 habitantes y, por otro lado, los municipios de menos de 20.000 habitantes.

En los municipios de más de 20.000 habitantes (Almendralejo, Badajoz, Cáceres, Don Benito, Mérida, Plasencia y Villanueva de la Serena), con una muestra de 12 establecimientos de juego seleccionados al azar y, estableciendo la distancia mínima de 300 metros que los locales de juego deben tener con el centro educativo más próximo, los resultados muestran que sólo un único local de juego cumpliría la normativa actual (véase Gráfico 2).

Con el objetivo de comprobar visualmente las distancias de los establecimientos de juego con centros educativos, se ha elaborado distintos mapas temáticos que recogen la distancia mínima de los establecimientos de juego con centros educativos en las ciudades de Almendralejo, Badajoz, Cáceres, Don Benito, Mérida, Plasencia y Villanueva de la Serena (véase Mapas 9 a 17 desde p. 163 a p. 171).



Gráfico 2: Distancia mínima desde los Establecimientos de Juego a Centros Educativos en municipios de más de 20.000 hab³.



Respecto a municipios de menos de 20.000 habitantes que tienen establecimientos de juego y, seleccionando una muestra de 23 locales de juego al azar se observa que un 60% no cumplen con la normativa actual, lo que muestra que al igual que sucede en las ciudades extremeñas no se cumple con la norma (gráfico 3).

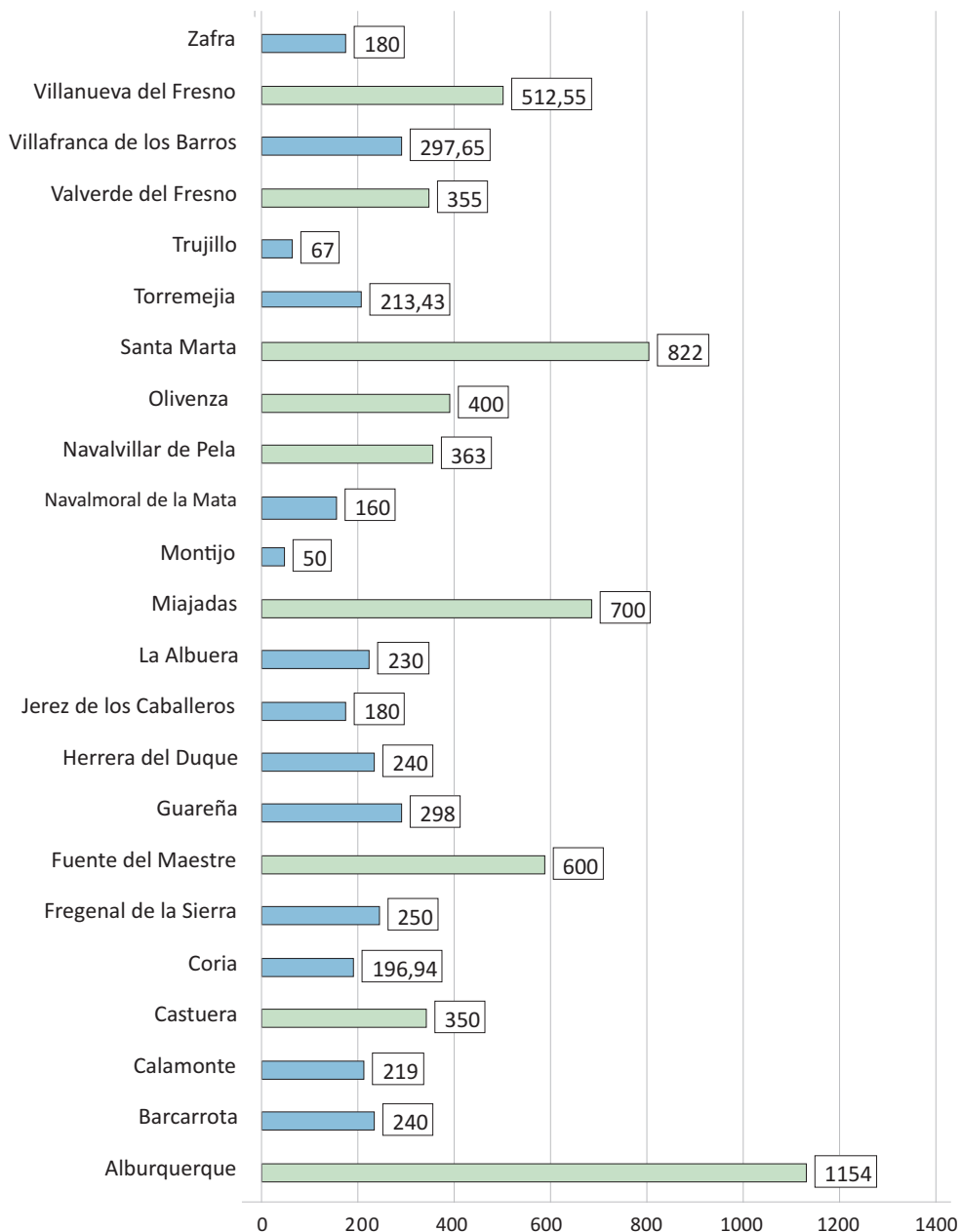
Además, con los mapas temáticos se puede observar visualmente esta problemática en municipios más pequeños (véase Mapas 18 a 19 en p. 172, 173).

³ Edad mínima de la muestra encuestada en este estudio.

² Elaboración propia a partir de los datos obtenidos por la Junta de Extremadura. Se ha tenido en cuenta los datos ofrecidos por la Dirección General de Tributos de la Junta de Extremadura del año 2019.



Gráfico 3: Distancia mínima desde los Establecimientos de Juego o Centros Educativos en municipios de menos de 20.000 hab.





Mención aparte merece el papel de la fuerzas y cuerpos de seguridad. Los cambios normativos parecen mejorar el control y vigilancia por parte de la policía al acceso a estos locales. Anteriormente, sólo el Cuerpo Nacional de Policía podían llevar a cabo esta labor; sin embargo, la Junta de Extremadura a través de sus últimas modificaciones legislativas y el último plan de inspección de juego 2022 – 2025 aprobado por la Junta de Extremadura, mejora sustancialmente esta situación. Es decir, se ha permitido la participación de las policías locales de Extremadura en el control del juego, lo cual ha ayudado a mejorar los problemas que generaban las distancias de Cáceres y Badajoz, ciudades dónde se encuentran las unidades del Cuerpo Nacional de Policía que tienen funciones en materia de juego, para el control y vigilancia de estos locales (véase Mapa 20 en p. 174).



LEGISLACIÓN

NACIONAL Y AUTONÓMICA





Desde la despenalización del juego en 1977 ha habido numerosos cambios normativos por parte de las administraciones nacionales y regionales en materia de juego. Desde el ámbito administrativo, pasando por el tributario, civil o penal, los diferentes gobiernos tienen como principal objetivo proteger del juego a los grupos más vulnerables, como son los menores y jóvenes. Dada la ingente cantidad de leyes aprobadas en nuestro país en materia de juego durante estos últimos años, a continuación, se citan aquellas leyes más significativas.

En cuanto a la legislación administrativa en la Comunidad Autónoma de Extremadura, se citarán las siguientes: Ley 6/1998, de 18 de junio, de Juego de Extremadura y Decreto 22/2011 de 4 de febrero, por el que se regula la composición, organización y funcionamiento de Comisión del Juego de Extremadura. Decreto 165/2014, de 29 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de apuestas de la Comunidad Autónoma de Extremadura. Una norma que recoge los distintos tipos de apuestas, sus limitaciones, la publicidad y que pretende dar cobertura legal a esta actividad. Por último, el Decreto-Ley 1/2019, de 5 de febrero, de medidas urgentes para el fomento del juego responsable en la Comunidad Autónoma de Extremadura, que recoge una de las medidas más polémica sobre el juego, la distancia mínima que los establecimientos de juego deben tener a los centros educativos.

A nivel nacional, sobre legislación tributaria destaca Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, una norma que regula aspectos penales, administrativos o fiscales de los juegos de suerte, envite o azar, y apuestas, y debido fundamentalmente a la irrupción de los nuevos servicios de comunicaciones electrónicas y a la utilización de los servicios de juego interactivos a través de Internet ha cambiado de forma sustancial, tanto en España como en otros países de su entorno, la concepción tradicional del juego como se apunta en su exposición de motivos. En estos últimos años, cabe destacar el Real/Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades del juego, que tiene como principal objetivo la prevención de conductas adictivas, la protección de los derechos de las personas menores de edad y otros grupos especialmente vulnerables y, en general, la protección de las personas consumidoras, a partir del control de las actividades de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades del juego que recoge la ley 13/2011, de 27 de mayo.

Respecto a la legislación tributaria en materia de juego en la región extremeña, caben destacar todas aquellas que se han elaborado a partir de la pandemia, como por ejemplo: Decreto-Ley 2/2020, de 25 de marzo, de medidas urgentes de carácter tributario para paliar los efectos del COVID-19 en la Comunidad Autónoma de Extremadura, Decreto-Ley 11/2020, de 29 de mayo, de medidas urgentes complementarias en materia tributaria para responder al impacto económico del COVID-19 en la Comunidad Autónoma de Extremadura y otras medidas, Decreto-Ley 1/2021, de 13 de enero, por el que se aprueba un programa de ayudas para la recuperación y reactivación de la hostelería, turismo, comercio y otros sectores más afectados por la crisis sanitaria, y se establecen nuevas medidas urgentes en materia tributaria para hacer frente al impacto de la COVID-19 en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Mención aparte merece el ámbito penal, las apuestas deportivas han obligado a actuar contra el fraude en el mercado de las apuestas deportivas, castigando determinados comportamientos que

⁴ Sobre legislación nacional y autonómica. Disponible en: <https://www.ordenacionjuego.es/es/normas-vigor> y <https://portaltributario.juntaex.es/PortalTributario/web/guest/juego>



pueden alterar los resultados de un evento deportivo de manera fraudulenta, y que se recogen en los artículos 268 y ss. Del Código Penal Español.

En último lugar, nuestro Código Civil también hace mención del juego, ya que es considerado una relación de derecho privado y por tanto, se sigue rigiendo por las normas del Código Civil. Libro IV “De las obligaciones y contratos”, del Título XII “De los contratos aleatorios o de suerte”, recoge en su Capítulo III la regulación del juego y la apuesta, artículos 1798 y ss.

Para concluir, hay que destacar el Plan de Inspección del Juego 2022 - 2025 aprobado por la Junta de Extremadura en el mes de diciembre del año 2021. Un plan que recoge cuestiones de enorme interés para la protección de grupos vulnerables.

A continuación, se presentan una serie de tablas donde se amplía la información legislativa, la cual regula el juego a nivel autonómico y nacional.

3.1. Legislación Administrativa Autonómica en materia de juego

- § Ley 6/1998, de 18 de junio, de Juego de Extremadura.
- § Decreto-Ley 1/2019, de 5 de febrero, de medidas urgentes para el fomento del juego responsable en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 165/2014, de 29 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de apuestas de la Comunidad Autónoma de Extremadura y se modifica el Reglamento del juego del bingo de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 22/2011 de 4 de febrero, por el que se regula la composición, organización y funcionamiento de Comisión del Juego de Extremadura.
- § Decreto 202/2010, de 29 de octubre, por el que se aprueba el Catálogo de Juegos y Apuestas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 113/2012, de 22 de junio, por el que se modifica el Decreto 131/2007, de 22 de mayo, por el que se aprueba el reglamento del juego del bingo de la Comunidad Autónoma de Extremadura y el Decreto 202/2010, de 29 de octubre, por el que se aprueba el catálogo de juegos y apuestas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 117/2009, de 29 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Máquinas Recreativas y de Azar y de Salones Recreativos y de Juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 283/2015, de 16 de octubre, por el que se modifica el Decreto 117/2009, de 29 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Máquinas Recreativas y de Azar y de Salones Recreativos y de Juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 4/2012, de 20 de enero, por el que se modifica el Decreto 117/2009, de 29 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Máquinas Recreativas y de Azar y de Salones Recreativos y de Juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura.



- § Decreto 147/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Decreto 117/2009, de 29 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de máquinas recreativas y de azar y de salones recreativos y de juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 131/2007, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento del Juego del Bingo de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto 207/2010, de 12 de noviembre, por el que se modifican el Decreto 131/2007, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento del Juego del Bingo de la Comunidad Autónoma de Extremadura y otras normas sobre el juego.
- § Decreto 115/2000, de 16 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Casinos de Juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Orden de 8 de junio de 2020 por la que se aprueba el modelo de solicitud de inscripción y de cancelación en el Registro de limitaciones de acceso a los establecimientos de juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura
- § Orden de 3 de abril de 2019 por la que se regula la modalidad de bingo mixto en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Orden de 22 de julio de 2014 por la que se regula la modalidad de juego del bingo electrónico en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Orden de 26 de julio de 2012 por la que se determinan los porcentajes de detracción aplicables a las modalidades de juego del bingo.
- § Orden de 26 de julio de 2012 por la que se aprueban los modelos de cartones en soporte físico para la práctica de las distintas modalidades de juego del bingo en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Orden de 20 de julio de 2012 por la que se regula la modalidad de juego del bingo denominada “superbingo”.
- § Orden de 30 de marzo de 2012 por la que se determina el número máximo de máquinas de tipo “b3” susceptibles de instalación en las salas de bingo.
- § Orden de 5 de noviembre de 2010, por la que se determinan las reglas esenciales por las que han de regirse las modalidades de los juegos exclusivos de Casinos de Juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Orden de 14 de junio de 2006, por la que se aprueba el modelo de autorización de explotación de máquinas de juego.
- § Orden de 5 de mayo de 2003, por la que se resuelve el concurso público para el otorgamiento de la autorización de instalación y explotación de un casino de juego en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Resolución de 22 de diciembre de 2021, de la Dirección General de Tributos, por la que se aprueba el Plan de Inspección de Juego 2022-2025.



- § Resolución de 1 de octubre de 2021, de la Dirección General de Tributos, por la que se aprueba el modelo de tarjeta de identidad del personal con funciones inspectoras en materia de juego.
- § Resolución de 24 de junio de 2021, de la Dirección General de Tributos, por la que se establece el horario de apertura y cierre de los salones de juego en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Resolución de 25 de mayo de 2021, de la Dirección General de Tributos, por la que se aprueba el modelo de solicitud para el acceso telemático a la aplicación de control de acceso a los establecimientos de juego de Extremadura.
- § Resolución de 24 de abril de 2000, de la Secretaría General Técnica, por la que se da publicidad al Convenio de Colaboración entre el Ministerio del Interior y la Junta de Extremadura en materia de juego.
- § Resolución de 22 de marzo de 1995, de la Secretaría General Técnica, por la que se da publicidad al Convenio de colaboración suscrito entre el Ministerio de Justicia e Interior y la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de juego.

3.2. Legislación Administrativa Nacional en materia de juego

- § Real Decreto 58/1995, de 24 de enero, sobre traspaso de funciones y servicios de la Administración del Estado a la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de casinos, juegos y apuestas.
- § Real Decreto 1067/1981, de 24 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de Juego Mediante Boletos.

3.3. Legislación Tributaria Autonómica en materia de juego

- § Decreto Legislativo 1/2018, de 10 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de las disposiciones legales de la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de tributos cedidos por el Estado.
- § Ley 1/2021, de 3 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Extremadura para el año 2021 (disposición final primera).
- § Decreto-Ley 1/2021, de 13 de enero, por el que se aprueba un programa de ayudas para la recuperación y reactivación de la hostelería, turismo, comercio y otros sectores más afectados por la crisis sanitaria y se establecen nuevas medidas urgentes en materia tributaria para hacer frente al impacto de la COVID-19 en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto-Ley 11/2020, de 29 de mayo, de medidas urgentes complementarias en materia tributaria para responder al impacto económico del COVID-19 en la Comunidad Autónoma de Extremadura y otras medidas adicionales.
- § Decreto-Ley 2/2020, de 25 de marzo, de medidas urgentes de carácter tributario para paliar los efectos del COVID-19 en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Ley 8/2016, de 12 de diciembre, de medidas tributarias, patrimoniales, financieras y administrativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.



- § Ley 1/2015, de 10 de febrero, de medidas tributarias, administrativas y financieras de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Ley 6/2013, de 13 de diciembre, de medidas tributarias de impulso a la actividad económica en Extremadura.
- § Decreto Legislativo 1/2013, de 21 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de las disposiciones legales de la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de tributos cedidos por el Estado.
- § Ley 4/2012, de 28 de diciembre, de medidas financieras y administrativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Ley 2/2012, de 28 de junio, de medidas urgentes en materia tributaria, financiera y de juego de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Ley 19/2010, de 28 de diciembre, de medidas tributarias y administrativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Decreto Legislativo 1/2006, de 12 de diciembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de las disposiciones legales de la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de Tributos Cedidos por el Estado.
- § Orden de 10 de abril de 2015 por la que se aprueban los modelos de declaración-liquidación 046 y 047 de la tasa fiscal sobre el juego en las modalidades de bingo ordinario y bingo electrónico en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Orden de 6 de febrero de 2015 por la que se aprueba el modelo de declaración-liquidación 042 de la tasa fiscal sobre rifas, tómbolas, apuestas y combinaciones aleatorias en la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- § Orden de 28 de julio de 2005, por la que se aprueba el modelo 044 de declaración de la tasa fiscal que grava los juegos celebrados en casinos.

3.4. Legislación Tributaria Nacional en materia de juego

- § Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego.
- § Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- § Ley 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.
- § Real Decreto 2221/1984, de 12 de diciembre, por el que se regula la tasa fiscal que grava la autorización o la organización o celebración de juegos de suerte, envite o azar.
- § Real Decreto-Ley 9/1980, de 26 de septiembre, sobre financiación de los Ayuntamientos y tasa del juego.
- § Real Decreto-ley 16/1977, de 25 de febrero, por el que se regulan los aspectos penales, administrativos y fiscales de los juegos de suerte, envite o azar y apuestas.



- § Real Decreto 444/1977, de 11 de marzo, por el que se dictan normas complementarias del Real Decreto-ley 16/1977, de 25 de febrero, por el que se regulan los aspectos penales, administrativos y fiscales de los juegos de suerte, envite o azar y de las apuestas.
- § Real Decreto 2709/1978, de 14 de octubre, por el que se modifica parcialmente el Real Decreto 444/1977, de 11 de marzo.
- § Decreto 3059/1966, de 1 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de Tasas Fiscales.
- § Orden de 27 julio de 2001, por la que se aprueban los modelos 043, 044, 045, 181, 182, 190, 311, 371, 345, 480, 650, 652 y 651, en euros, así como el modelo 777, documento de ingreso o devolución en el caso de declaraciones-liquidaciones extemporáneas y complementarias, y por la que se establece la obligación de utilizar necesariamente los modelos en euros a partir del 1 de enero de 2002.
- § Orden EHA/388/2010, de 19 de febrero, por la que se aprueba el modelo 685, Tasa sobre apuestas y combinaciones aleatorias, autoliquidación, se determina el lugar y forma de presentación y se establecen las condiciones y el procedimiento para su presentación telemática.

3.5. Legislación Penal en materia de juego

Desde la despenalización del juego por RD Ley 16/1977, de 25 de febrero, la regulación de esta actividad responde a los parámetros propios de las normas civiles y administrativas.

El Código Penal Español recoge cuestiones relativas al juego y las apuestas en su artículo 268 y ss.

3.6. Legislación Civil en materia de juego

El juego es considerado una relación de derecho privado y por tanto se sigue rigiendo por las normas del Código Civil. Libro IV “De las obligaciones y contratos”, del Título XII “De los contratos aleatorios o de suerte”, recoge en su Capítulo III la regulación del juego y la apuesta, artículos 1798 y ss.



LOS VIDEOJUEGOS

Y LOS ELEMENTOS DE AZAR DENTRO DE ÉSTOS





En primer lugar, es importante tener en cuenta que el videojuego se ha consolidado como una de las formas de ocio más populares. En la actualidad, la población española que juega de manera regular a videojuegos se encuentra alrededor de 42% (AEVI, 2020). Si nos centramos exclusivamente en la juventud (18-29 años) este dato aumenta hasta el 76%, encontrando patrones de juego similares entre hombres y mujeres (Oceja Castanedo y González Fernández, 2020; Romero Mora, 2020). De igual manera, al hablar de niños y niñas (6-10 años) y preadolescentes (11-14 años), la cifra vuelve a incrementarse hasta un 80% en menores de entre 6 y 10 años y un 78% entre 11 y 14 años (López Conde, 2019).

Los videojuegos y las microtransacciones

La industria del videojuego ha ido evolucionando a grandes velocidades desde la aparición de estos en salones recreativos. Ha sido tal el cambio que en la actualidad son la forma de ocio que mayor rentabilidad económica aporta, por encima del cine o la música, superando todos los años la cifra de 100.000 millones de dólares (Ferrer Gil, 2019). Parte de este beneficio resulta de cambios que se han producido recientemente en la industria, entendiéndose el videojuego ya no solo como un producto, es decir, una compra única y completa, como sería el juego Tetris, sino también como un servicio (Arjona Martín y Muñoz del Pozo, 2020). Los videojuegos como servicio, en inglés *Games-as-a-Service*, suelen aportar experiencias gratuitas de juego online, donde el contenido de esta tiende a actualizarse continuamente incluyendo nuevos productos de pago. Este nuevo modelo de negocio, surgido en aplicaciones móviles y generalizado a las consolas domesticas se sustenta a través de microtransacciones (Blank, 2021). Las microtransacciones son compras realizadas dentro del producto con las que obtener contenido adicional en forma de elementos decorativos, como trajes para los personajes, también llamadas skins⁵, o ventajas en el juego (Alha, 2019).

Normalmente estas microtransacciones suelen conllevar precios bajos, que varían en función del juego (Cerulli-Harms, Münsch, Thorun, Michaelsen y Hausemer, 2020). No alcanzando en muchas ocasiones los diez euros, con una media de cinco euros (Drummond, Sauser, Hall, Zendle y Loudon, 2020). Sin embargo, a pesar de su bajo precio, los micropagos suponen la principal fuente de ingresos para muchas desarrolladoras, superando incluso a la compra del propio producto, al poder comprar un mismo elemento en múltiples ocasiones (Arjona Martín y Muñoz del Pozo, 2020).

A su vez, las microtransacciones pueden dividirse en dos grandes grupos. El primero de ellos son los pagos donde el comprador conoce lo que se le ofrece y, por tanto, conoce el beneficio. El segundo grupo, son aquellos donde el beneficio es desconocido, sabiendo que han comprado después de efectuar el pago (Palmeira, 2021). Esta segunda modalidad se conoce como cajas de botín o *loot-boxes*. Y es aquí donde recae la polémica, ya que su mecánica principal introduce componentes de azar similares a los encontrados en juegos de casino (Xiao, 2019).

⁵ Las skins son modificaciones en la vestimenta o en el diseño de personajes, armas o utensilios en diferentes videojuegos. Normalmente suelen ser productos de pago.



CJEX



DESCRIPCIÓN

DEL PROYECTO Y OBJETIVOS





Este proyecto consiste en un estudio descriptivo en el que se emplea tanto metodología cuantitativa como cualitativa. El diseño metodológico de todo el proyecto cuenta con la supervisión y aprobación de la comisión bioética y bioseguridad de la Universidad de Extremadura (Nº de Registro 75//2021). En función de la metodología utilizada y el objeto de estudio, el proyecto se ha dividido en cuatro fases diferenciadas (véase Ilustración 2).

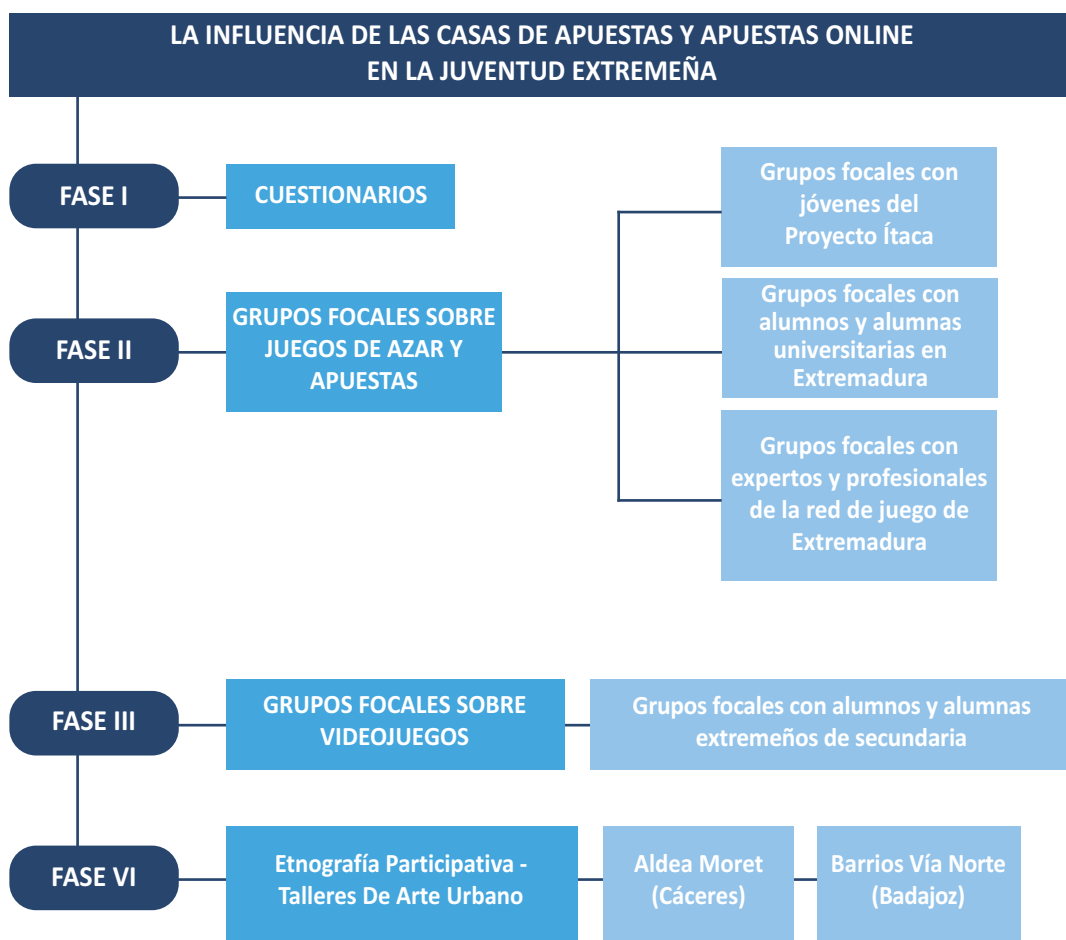


Ilustración 2: Descripción de las fases del proyecto.



La *Fase I* se trata de la parte cuantitativa del proyecto y fue desarrollada a través de un cuestionario autoadministrado a través de la plataforma *Microsoft Forms*, que examina la incidencia de los juegos de azar entre los adolescentes y jóvenes de 14 y 30 años. En la *Fase II* y la *Fase III* son de carácter cualitativo, donde se ha utilizado grupos focales. En la *Fase II* se estudian las opiniones y percepciones en torno a los juegos de azar de adolescentes, jóvenes, expertos y técnicos en prevención y atención del juego. La *Fase III*, con una metodología igual a la *Fase II*, se explora las prácticas, usos, y percepciones de los adolescentes en torno a los videojuegos y el uso de microtransacciones. Por último, en la *Fase IV* se desarrolló una investigación etnográfica participativa basada en la comunidad, a través de talleres de arte urbano. Esta fase se ejecutó en paralelo en los barrios de la vía Norte de Badajoz y Aldea Moret en Cáceres. El objetivo de esta fase era sensibilizar sobre el uso y el abuso de las casas de apuestas y apuestas online, a la vez que se implica a las personas jóvenes participantes en la promoción de la zona en la que residen a través del empoderamiento, el reconocimiento de respuestas alternativas al abuso del juego, y el buen uso de los espacios públicos.

Objetivos

El *objetivo general* de esta investigación es aproximarnos a las prácticas, discursos y representaciones de los adolescentes y jóvenes de Extremadura, entre 12 y 30 años, en torno al juego de azar, incluyendo los elementos de azar que se incluyen en los videojuegos. Para ello, se hace especial énfasis en las diferencias de género, el nivel socioeconómico y variables contextuales (urbano vs. rural). A continuación, se presentan una serie de objetivos específicos que pretenden ser alcanzados con el trabajo de campo de las distintas fases del estudio.

Objetivos específicos:

- a) Entender cómo el juego se está abriendo paso en los modelos de ocio de adolescentes y jóvenes.
- b) Aproximarse a las primeras experiencias de juego y observar que factores las motivan.
- c) Identificar los juegos de azar y apuestas que prefieren los adolescentes y jóvenes, así como modalidades de juego online y offline.
- d) Estudiar la influencia de variables como el género, el nivel socioeconómico y variables contextuales en las distintas prácticas de juego.
- e) Indagar las actitudes de la familia a la hora de prevenir y establecer límites en relación con el juego.
- f) Explorar las primeras experiencias en el uso de videojuegos y de *loot-boxes*, así como comprender las motivaciones que conllevan a ambas.
- g) Conocer el papel de las microtransacciones de los videojuegos en el proceso de socialización para la juventud.

Objetivo aplicado:

Fomentar la participación de los colectivos más vulnerables y permitir que los y las participantes, no solo investiguen sobre el impacto del juego en la población joven de su barrio, sino que también se impliquen en la mejora de los espacios de éste y acerquen a sus barrios la cultura, como agentes de esta.



FASE I

CUESTIONARIO SOBRE LOS JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS





6.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA DEL CUESTIONARIO

Descripción de la encuesta: El propósito del cuestionario ha sido el de recoger las opiniones de los jóvenes en relación con el juego, así como dibujar un panorama general sobre el objeto de estudio. Se debe tener en cuenta que el propósito de la presente investigación es descriptivo, por lo que el cuestionario ha sido diseñado para recoger datos a tal efecto, diseñándose las preguntas en su mayoría de forma categórica.

Ámbito poblacional: Universo: estudiantes de 14-30 años que cursan enseñanzas secundarias, formación profesional o universitarias en Extremadura durante el curso del 2021-2022 (41.539 estudiantes y 18.552 estudiantes universitarios).

- 4º de Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO).
- 1º y 2º de Bachillerato.
- Ciclos de Formación Profesional Básica, de Grado Medio y Superior.
- Estudiantes de Grado Universitario.
- Estudiantes de Máster y Doctorado.

Ámbito temporal: El periodo de recogida de información se desarrolló entre el 24 de septiembre y el 17 de diciembre del 2021.

Método de recogida: Las personas encargadas de coordinar el trabajo de campo hablaron con los distintos centros educativos, así como con múltiples docentes universitarios para explicarles los objetivos y el procedimiento de la investigación. Los docentes aplicaron el cuestionario en el aula, a través de la plataforma de recogida de datos *Microsoft Forms*, o lo mandaron realizar en casa.

Tamaño de la muestra: Se obtuvo un total de 1.420 cuestionarios válidos, de 36 centros educativos y 6 facultades. La muestra encuestada fue ligeramente mayor, $N = 1454$ personas, únicamente el 2,3% de la muestra rehusó a participar en el estudio. La muestra se ha recogido siguiendo unos criterios de accesibilidad. Ésta es lo suficientemente grande como para que quede una buena representación de la población a la que hace referencia.

Características de la muestra:

- 1) Entre los participantes se encuentra que el 47,3% de la muestra pertenece a centros escolares, el 51,6% a centros de enseñanza universitaria y el 1,1% a otras enseñanzas superiores, de tipo Máster o Doctorado.
- 2) La muestra está compuesta por un 35,3% de hombres, un 59,9% de mujeres, y un 0,7% de otros géneros.
- 3) La edad media de la muestra se sitúa en los 19,49 años.



Cuestionario: El cuestionario ha sido anónimo y autoadministrado por el alumnado a través de la plataforma *Microsoft Forms* durante una clase normal o en casa. El tiempo medio de respuesta al cuestionario es de 16 minutos.

El cuestionario⁶ es una adaptación elaborada por el equipo de investigación del cuestionario utilizado por Lloret *et al.* (2019) y Mendoza Pérez *et al.*, (2021), y consta de 32 ítems divididos en dos partes. La primera parte consta de preguntas sociodemográficas, variables individuales (ej. autoeficacia para no apostar), variables del entorno (ej. actitud hacia la publicidad, presión de grupo) y variables familiares. Mientras, la segunda parte recoge preguntas relacionadas con la conducta de juego, y fue respondida por aquellas personas que juegan de forma habitual.

Validación del cuestionario: La validación de la herramienta se llevó a cabo empleando un sistema de valoración por rúbricas. Para ello se contó con el apoyo de seis expertos en el campo de investigación, que valoraron el cuestionario, previamente revisado por un equipo de metodólogos independientes para el fin investigativo. Los ítems que se emplearon para la valoración del cuestionario fueron la Claridad, la Relevancia, la Suficiencia y la Coherencia. A cada dimensión de claridad, relevancia, suficiencia y coherencia se le adhirió una escala tipo Likert 1-4, donde cada valor se encontraba especificado. Aquellos ítems con una media inferior a 3 fueron modificados en base al apartado de *observaciones*, en el cual los expertos expresaban los cambios que, según su criterio, se debieran introducir en el cuestionario.

Análisis de datos: La codificación y análisis estadísticos de los datos se realizó con el programa estadístico SPSS v24.0. Se obtuvieron medias, desviaciones típicas y porcentajes de las variables a estudiar. Se utilizó el estadístico Chi-cuadrado (o Ji-cuadrado) para el estudio de las relaciones entre variables categóricas, y el análisis multivariante de varianza (ANOVA) para muestras independientes. En todos los casos se utilizó un nivel de significación de $p < 0.5$.

⁶ Enlace a cuestionario para centros escolares: <https://forms.office.com/r/aQG2YzP4US> y enlace a cuestionario para la universidad: <https://forms.office.com/r/0kZqnFcRAH>



6.2. RESULTADOS

Principales hallazgos

- En términos generales se puede manifestar que la mayoría de los y las jóvenes extremeños no han jugado nunca a juegos de azar (84%). Sin embargo, los que sí lo han hecho en los últimos 3 meses, prefieren los rasca de la ONCE.
- Se observa un nivel alto de autoeficacia para no apostar en situaciones que invitan a ello en la población encuestada. Por género, se percibe una ligera, pero significativa diferencia que apunta a que las chicas son más eficaces para no apostar que los chicos.
- La juventud extremeña que presenta posibles conductas de juego problemáticas se ha iniciado a edades tempranas en estas prácticas, en torno a los 14-16 años, siendo más abundante el sexo masculino que femenino en este tipo de comportamientos.
- El 13,9% de las personas que ha jugado en los últimos tres meses afirma haber comenzado a jugar cuando eran menores.
- Aunque la actitud general a las apuestas es negativa, a nivel social se entiende como algo habitual entre la gente joven.
- Se puede decir que, aunque que los juegos “clásicos” están normalizados entre las familias, en general la actitud parental es desfavorable al juego de apuestas, y que los progenitores intentan prevenir de los riesgos que supone jugar.
- La población joven muestra una actitud ligeramente desfavorable en torno a la publicidad. Por género los chicos presentan una actitud algo más favorable que las chicas.
- El tiempo y gasto en juego disminuyó en juegos de azar durante la pandemia.

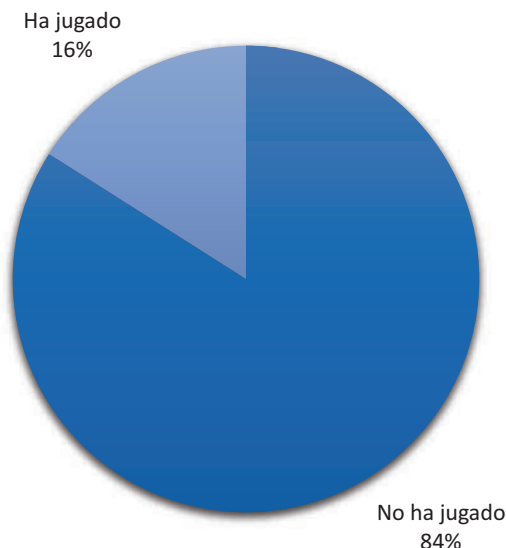
Seguidamente se procede a plasmar los resultados obtenidos en la primera fase del presente estudio, atendiendo a diferentes temáticas.

A. PREVALENCIA DE JUEGO

De la muestra estudiada ($n=1454$), el 84% ($n=1225$) de la juventud extremeña encuestada declaró no haber jugado nunca a juegos de azar o apuestas. Mientras la población jugadora, la cual ha jugado en los últimos tres meses, constituye el 16% ($n=229$) de la muestra. A continuación, se muestra mediante representación gráfica la población de adolescentes jugadores-no jugadores (véase Gráfico 4).



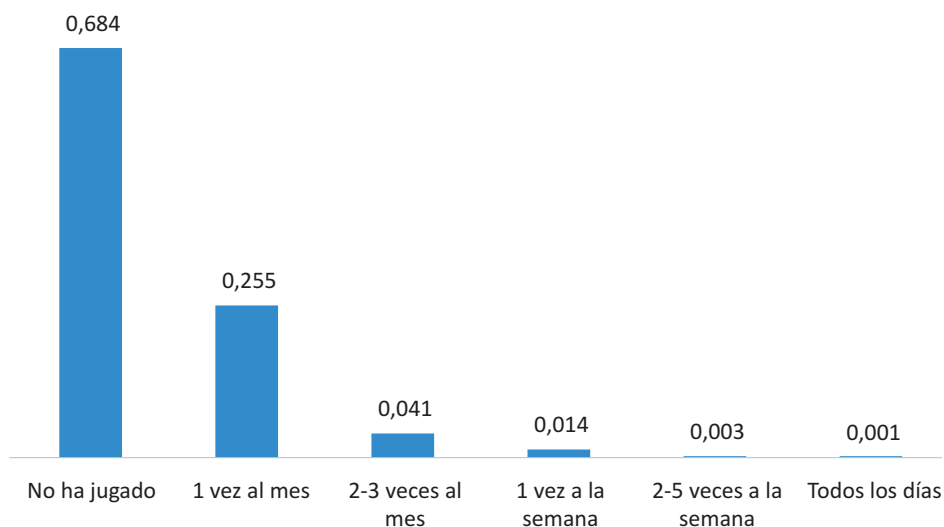
Gráfico 4: Porcentaje de la muestra que ha jugado y no ha jugado en los últimos tres meses.



Frecuencia de juego

Para medir la frecuencia de juego se utilizó una adaptación del cuestionario utilizado en la encuesta ESPAD (ESPAD Group, 2016) y en el estudio de Lloret y Cabrera (2019). A diferencia de estos dos trabajos, este estudio se centra exclusivamente en un indicador temporal “últimos 3 meses”, para cada una de las siguientes 14 modalidades de juego: rascas de la ONCE; cupones de la ONCE; Euromillón; Primitiva; Bonoloto; Quiniela; máquinas tragaperras en salones y/o bares; bingo; apuestas deportivas online; apuestas deportivas en salones y/o bares; póker u otros juegos de cartas online; póker u otros juegos en salones; ruletas online; ruletas en salones o casas de apuestas. Se centra exclusivamente en las prácticas relacionadas con el juego en los últimos, ya que el año 2020 y 2021 han sido años complejos por el confinamiento y las distintas restricciones. Es por ello, que se ha decidido por una medida temporal breve, pero que da una visión realista sobre las prácticas de juego.

En los resultados de la encuesta observamos que los rascas de la ONCE es el juego de azar más frecuente (véase Tabla 1). En los últimos tres meses, el 31,6% de los y las jóvenes ha jugado en alguna ocasión a dicho juego. La mayoría de los jóvenes que ha jugado lo ha hecho una vez al mes (25,5%), el 4,10% lo ha jugado en 2 y 3 veces al mes, menos de 2% ha jugado con una frecuencia semanal (véase Tabla 1 y Gráfico 5). Estos resultados coinciden con los estudios de Barroso Toro *et*

**Gráfico 5: Frecuencia de juego a los rascas de la ONCE.**

al. (2019) y Mendoza Pérez *et al.* (2021) donde se señala que los rascas de la ONCE constituyen una práctica muy popular en nuestro país y también entre la población más joven.

Después de los rascas de la ONCE, los cupones de la ONCE (22,9%), el Euromillon (20,9%) y la Primitiva (20,2%) serían los siguientes juegos de azar más habituales entre la juventud extremeña, juegos que también son muy populares y están normalizados en nuestro país (Megías, 2020). Aunque menos populares que los juegos de azar anteriores, las ruletas en establecimientos de juego (17,45), las apuestas deportivas ya sean online (17,5%) o en establecimientos de juego o bares (17,9%) se van abriendo paso entre los juegos de azar habituales de la población joven.



Tabla 1: Porcentajes de la frecuencia de juego en distintos juegos de azar.

JUEGO	FRECUENCIAS					
	No ha jugado	1 vez al mes	2-3 veces al mes	1 vez a la semana	2-5 veces a la semana	Todos los días
Rascas de la ONCE	68,4%	25,5%	4,1%	1,4%	3%	1%
Cupones de la ONCE	77,1%	20,4%	1,2%	1,0%	2%	2%
EuroMillón	79,2%	17,3%	1,6%	1,2%	5%	3%
Primitiva	79,8%	16,6%	1,5%	1,4%	4%	3%
Bonoloto	82,0%	15,6%	1,0%	8%	3%	3%
Quiniela	82,0%	14,9%	1,4%	8%	5%	4%
Bingo	82,2%	15,2%	1,3%	8%	2%	3%
Apuestas deportivas online	82,5%	14,0%	1,3%	8%	8%	5%
Apuestas deportivas en salones y/o bares	82,1%	14,1%	1,5%	1,4%	5%	3%
Máquinas tragaperras en salones y/o bares	83,6%	12,8%	1,2%	1,7%	6%	3%
Póker u otros juegos de cartas online	84,9%	13,2%	8%	3%	4%	4%
Póker u otros juegos en salones	85,0%	13,5%	3%	6%	3%	4%
Ruletas online	85,0%	13,1%	6%	5%	5%	3%
Ruletas en salones o casas de apuestas	82,6%	13,3%	2,0%	1,2%	6%	3%

Si se estudia quién juega a los *rascas de la ONCE*, en las distintas frecuencias se observa que siempre son los hombres quienes juegan más. Teniendo en cuenta la edad podemos destacar que el 80% de los y las jóvenes entre 16-20 años, dice jugar entre 2 y 5 veces a la semana al mencionado juego. En cuanto a los *cupones de la ONCE*, en todas las frecuencias de juego son los hombres quienes más dicen jugar. Respecto a la edad, se observa que el 33,3% de los y las jóvenes entre 14 y 15 años, y el 66,7% de las personas jóvenes entre 16-20 años dice comprar cupones de la ONCE entre 2 y 5 veces por semana. Respecto al *Euromillon* y la *Primitiva*, vuelven a ser los hombres quienes más juegan, y en cuanto a la edad la población que juega con más frecuencia es aquella que se encuentra entre los 14 y los 20 años. El *Bingo* suele ser juego más habitual entre la población femenina (Ibáñez, 2014; Megías, 2020). Sin embargo, en la muestra del presente estudio se observa que en general son los hombres quienes más juegan al *Bingo*, pero son las mujeres las que juegan en frecuencias más altas, como 2 o 5 veces por semana o incluso todos los días; en cuanto a la edad, vuelven a ser la juventud extremeña de entre 16 y 20 años quienes más juegan. Las *apuestas deportivas* online y en establecimientos de juegos siguen la tendencia de los juegos anteriores, son más los hombres de entre 14 y 20 años quienes juegan. La misma tendencia se percibe en *la ruleta*, se juegue virtual o presencialmente.



Juego problemático

La segunda parte del cuestionario estaba dedicada a preguntas relacionadas con el juego. Esta parte fue solo respondida por todas aquellas personas que en algún momento de su vida han jugado. Para estudiar si existía un juego problemático entre las personas jugadoras utilizamos el cuestionario SOGS-RA que está formado por una escala de trece ítems dicotómicos (sí – no) que establece tres categorías: (a) jugador problema; (b) jugador en riesgo, y (c) jugador sin problemas de juego (Winters *et al.*, 1993).

El *jugador problema* sería aquel que contesta afirmativamente a cuatro o más de los trece ítems de la escala. El 3% de las personas que juegan habitualmente puntuó por encima cuatro puntos, lo que significa que ese porcentaje de personas tiene posible una relación complicada con el juego y presenta indicios de problemas en distintas áreas (ej. relaciones familiares, sociales, estudios, etc.). Por género, los porcentajes en esta categoría son de un 5,3% chicos y un 1,4% chicas (véase Tabla 2).

Jugadores en riesgo o con algún problema serían aquellas personas que han respondido afirmativamente entre dos y tres ítems, y que en un futuro podrían tener algún problema relacionado con el juego. Un 4,5% de las personas que juegan cumplen este criterio, siendo 8,2% chicos y un 2,5% chicas (véase Tabla 2).

Por último, *los jugadores sin problemas de juego* serían aquellas personas de la muestra que han contestado a uno o ningún ítem afirmativamente. Esta categoría incluye al 92,6% de la muestra, siendo 86,5% chicos y un 96,1% chicas (véase Tabla 2)⁷.

Tabla 2: Porcentajes de severidad de juego por género.

JUGADOR SIN PROBLEMAS				POSIBLE JUGADOR EN RIESGO				POSIBLE JUGADOR PROBLEMA			
92,6%				4,5%				3,0%			
Chicos	Chicas	Otros	No contesta	Chicos	Chicas	Otros	No contesta	Chicos	Chicas	Otros	No contesta
86,5%	96,1%	100%	80%	8,2%	2,5%	-	4%	5,3%	1,4%	-	16%

Edad inicio de juego

El inicio temprano en el juego es un factor de riesgo relacionado con el juego patológico, por ello se ha explorado (Becoña, 2004; Brunelle *et al.*, 2012; Olason *et al.*, 2011). Del 29,1% de la muestra que ha facilitado la edad en la que jugaron por primera vez, se puede observar que casi la mitad de la muestra (13,9%) se ha iniciado cuando era menor de edad (véase Tabla 3). Como se observa en la Tabla 3, en la mayoría de las franjas de edad estudiadas es mayor el porcentaje de chicos que el de chicas que se aproximan al juego. Al igual que en los estudios de Parrado y León (2019) y Sierra *et al.* (2019), los resultados de nuestra encuesta también señalan que, dentro de la minoría de edad,

⁷ No se tienen en cuenta en el texto, pero sí en la tabla, aquellas personas que no se sienten identificadas con la categoría de hombre o mujer (n=11), ni aquellas personas que prefieren no responder a esta pregunta (n=20).



la franja de edad más frecuente para iniciarse en el juego de apuestas es la de 14-16 años. Así, nos encontramos que un 6,3% de los jóvenes extremeños (11,5% chicos y 3,3% chicas) que han jugado siendo menores, lo hicieron cuando tenían entre 14 y 16 años.

Tabla 3: Porcentajes de las edades de inicio en el juego.

EDAD	PORCENTAJE		
	TOTAL	CHICOS	CHICAS
Antes de los 14 años	2,8%	4,3%	1,8%
Entre los 14 y los 16 años	6,3%	11,5%	3,3%
A los 17 años	4,8%	7,6%	3,1%
A los 18 años	6,9%	8,4%	6,6%
Entre los 19 y los 22 años	6,3%	3,9%	6,2%
Después de los 22 años	3,2%	4,9%	2,3%

Los datos de varios estudios internacionales indican que el juego patológico se inicia a edades tan tempranas como son los 10 u 11 años (Becoña, 2004; Brunelle *et al.*, 2012; Olason *et al.*, 2011). Si estudiamos la relación entre la edad de inicio en el juego y el juego problemático, observamos que a medida que aumenta la edad disminuye la severidad de juego, y por lo tanto la posibilidad de acabar desarrollando un juego problemático (véase Tabla 4). Aunque los datos deben interpretarse con precaución, apuntan a que existe una relación entre ambas variables ($\chi^2 = 354,261$, $p = .00 < \alpha = .05$).

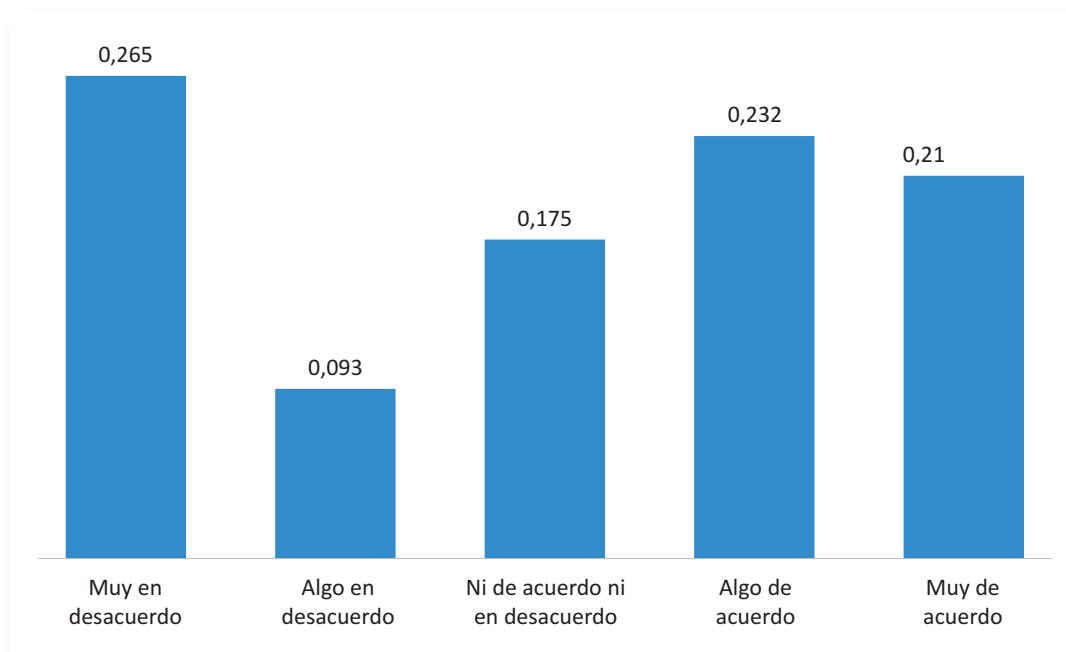
Tabla 4: Porcentajes de la edad de inicio en el juego teniendo en cuenta la severidad.

EDAD	SEVERIDAD DE JUEGO		
	JUGADOR SIN PROBLEMAS	POSIBLE JUGADOR EN RIESGO	POSIBLE JUGADOR PROBLEMA
Antes de los 14 años	7,80%	0,24%	1,42%
Entre los 14 y los 16 años	13,24%	4,73%	3,55%
A los 17 años	10,64%	4,02%	1,89%
A los 18 años	17,97%	4,02%	1,65%
Entre los 19 y los 22 años	16,08%	1,18%	0,47%
Después de los 22 años	9,69%	0,71%	0,71%



Aunque la ley prohíbe el juego de apuestas en menores de edad, estos resultados muestran que muchos de ellos se inician en el juego antes de los 18 años. Además, casi la mitad de la muestra total encuestada afirmó que, a pesar de ser menores, les sería fácil apostar (véase Gráfico 6). Por tanto, resulta conveniente pedir que se cumpla la ley, a la par que se estudie la forma en la que estos adolescentes acceden a los espacios de juego (Mendoza Pérez *et al.*, 2021). Estos resultados plantean la importancia de incluir medidas de prevención que vayan desde edades muy tempranas.

Gráfico 6: Porcentajes de respuesta a la pregunta “Sería fácil jugar a juegos de apuestas, aunque sea menor de edad”.

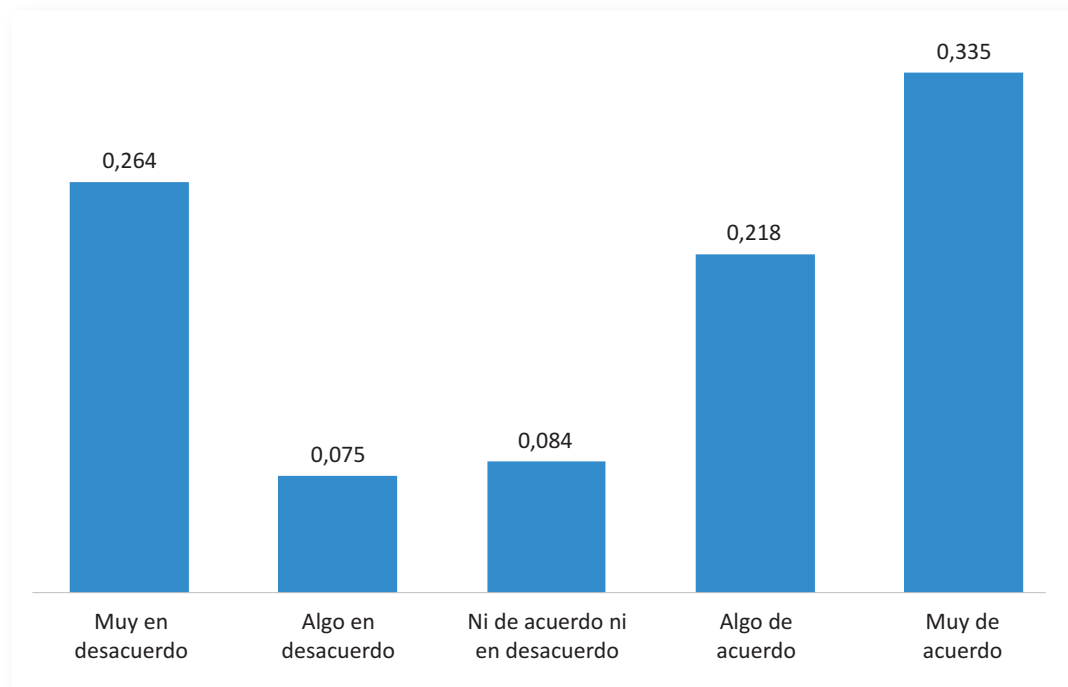


Modalidad y momento de juego o apuesta

Debido al fácil acceso al juego online y la alta disponibilidad de establecimientos de juego en los distintos municipios, se ha decidido explorar dónde y cuándo juegan los jóvenes extremeños (Megías, 2020; Mendoza Pérez *et al.*, 2021; Williams *et al.*, 2012). De la muestra total encuestada, más de la mitad afirma que sabría dónde dirigirse si quisiera apostar (véase Gráfico 7).



Gráfico 7: Porcentajes de respuesta a la pregunta “Sabría dónde dirigirme si quisiera apostar”.



Respecto a la modalidad de juego, de la totalidad de la muestra, el 6,2 % de las personas que han respondido a la pregunta lo hacen en establecimientos de juego (Codere, Sportium), frente al 5,4% que lo hacen por Internet. Otros lugares en los que juegan las personas encuestadas son: Casinos, bares o establecimientos de la ONCE. Estos lugares oscilarían entre un 2% y 4 % de los sitios en los que juegan las personas encuestadas (véase Tabla 5).

Tabla 5: Porcentaje en relación a la modalidad de juego.

	PORCENTAJE
Internet	5,4%
En un bar	2,8%
En casinos	2,5%
Casas de apuestas (Ej. Codere, Sportium).	6,2%
Administraciones de lotería.	3,2%
Establecimientos de la ONCE.	3,2%
Otros lugares.	3,4%



Si estudiamos el lugar según el nivel educativo, existen algunas diferencias que son interesantes de analizar (véase Tabla 6). De aquella parte de la muestra que juega o ha jugado, vemos que, dentro de los estudiantes de institutos y colegios, las casas de apuestas (7,41%), el juego online (6,69%), los establecimientos de la ONCE (5,67%) y los bares (5,38%) son los lugares preferidos para jugar. Estos resultados coinciden con los estudios de Mendoza Pérez *et al.*, (2021) donde también se apunta que el lugar principal donde los adolescentes extremeños juegan suelen ser las casas de apuestas. Además, observamos que los bares, a diferencia que en los estudiantes universitarios (2,27%), son más populares entre los más jóvenes para apostar (5,38%). Estos resultados siguen la línea del estudio de Sierra *et al.*, (2019) donde se pone de manifiesto que el lugar principal de juego presencial en el que la mayoría de los adolescentes juega son los bares. Esto está muy relacionado, no solo con el incremento de máquinas de apuestas en los bares (Chóliz y Lamas, 2017; DGOJ, 2016), sino también con que los bares son espacios de fácil acceso para que los menores puedan apostar (Mendoza Pérez *et al.*, 2021). De hecho, en muchos municipios donde no hay establecimientos de juegos puede haber bares con terminales para realizar apuestas (Mendoza Pérez *et al.*, 2021).

En cuanto a la población universitaria, las casas de apuestas (11,87%) también son los lugares más comunes para apostar, seguido de los establecimientos de la ONCE (9,73%), las administraciones de lotería (7,6%) y el juego online (6,00%).

Tabla 6: Porcentaje en relación a la modalidad de juego en función del nivel de educativo actual.

	ESCOLARES	UNIVERSITARIOS	TOTAL
Internet	6,69%	6,00%	6,33%
En un bar	5,38%	2,27%	3,76%
En casinos	2,91%	4,27%	3,62%
Casas de apuestas (Ej. Codere, Sportium).	7,41%	11,87%	9,74%
Administraciones de lotería.	3,78%	7,60%	5,77%
Establecimientos de la ONCE.	5,67%	9,73%	7,79%
Otros lugares.	7,85%	2,27%	4,94%

En resumen, los datos analizados al estudiar la modalidad de juego apuntan que son los hombres, en todos los casos, los que apuestan más que las mujeres. Respecto a la edad, en el caso de los establecimientos de juego, la franja de edad que más juega es entre los 21 y 25 años. Sin embargo, un dato significativo sobre esta cuestión es que los jóvenes entre 16 y 20 años son los que más apuestan en administraciones de lotería o puestos de la ONCE.

En relación con la accesibilidad a los establecimientos de juego se puede observar que el 54,4% de la muestra tiene uno en el trayecto de su casa al centro educativo al que se dirige, frente al 31,8%



que no lo tiene y el 11,3% que no lo sabe (véase Tabla 7). Esto nos indica que la accesibilidad a los establecimientos de juego por parte de la población joven es alta.

Tabla 7: Porcentaje de respuestas a la pregunta “¿Hay algún establecimiento de juego en el recorrido a tu centro educativo?”

	PORCENTAJE
Sí	54,4%
No	31,8%
No lo sé	11,3%
Perdidos	2,4%

Si estudiamos el momento del día o de la semana que se dedica a jugar, vemos que tanto en los escolares como en los universitarios está relacionada con momentos asociados al ocio como por ejemplo la tarde (14,33%) o el fin de semana (6,26%). (véase Tabla 8).

Tabla 8: Porcentaje de respuesta a la pregunta “¿Si has apostado en una casa de apuestas en qué momento de la semana fue?”

	ESCOLARES	UNIVERSITARIOS	TOTAL
Día de diario en horario lectivo (Hora del recreo, justo antes o después de clase)	1,89%	1,20%	1,53%
Día de diario en horario lectivo (cuando no hay clase porque falta el profesorado)	3,49%	5,87%	4,73%
Día de diario en horario NO lectivo (ej. Por la tarde)	12,65%	15,87%	14,33%
Fin de semana	9,45%	3,33%	6,26%

Atendiendo al género y la edad podemos decir que son los hombres los que más apuestan en todas las franjas del día. En cuanto a la edad, cabe destacar que la franja de edad que más juegan en horario lectivo es entre los 16 y 20 años. En todo caso, las diferencias entre la franja de edad de 16 y 20 años, y la de 21 y 25 años no presentan diferencias significativas.

Al preguntar tanto a escolares como universitarios por la casa de apuestas que más frecuentan vemos que la mayoría (11,75%) no tiene un lugar concreto. Aquellas personas que se decantan por una casa de apuesta en concreto están más relacionadas con el sitio en el que salen de ocio (5,35%) y/o con la más cercana a su casa. Solo el 0,9% apuesta en la más cercana a su centro formativo (véase Tabla 9). Este último porcentaje es mucho menor que el obtenido en 2019 por el Consejo de la Juventud de Cáceres donde se observó que un 6,36% de los menores encuestados había jugado en establecimientos de juego cerca de su centro educativo.



Tabla 9: Porcentaje de respuesta a la pregunta “¿Sí has apostado en una casa de apuestas cuál es la que más frecuentas?”

	ESCOLARES	UNIVERSITARIOS	TOTAL
La que está más cerca de mi centro formativo.	0,58%	1,20%	0,90%
La que está más cerca de mi casa.	4,07%	6,00%	5,08%
La que está más cerca del lugar donde salgo de ocio	5,52%	5,20%	5,35%
No tengo lugar concreto, me es indiferente.	14,24%	9,47%	11,75%
Otras	2,33%	0,00%	1,11%

Atendiendo al género y la edad los resultados muestran que los hombres siguen siendo los que mayoritariamente apuestan más en distintos lugares frente a las mujeres. En cuanto a la edad, la franja de edad de 16 a 20 años es la que más apuesta en todos los lugares que se han planteado en la pregunta (próximo al centro educativo, casa, ocio u otros lugares).

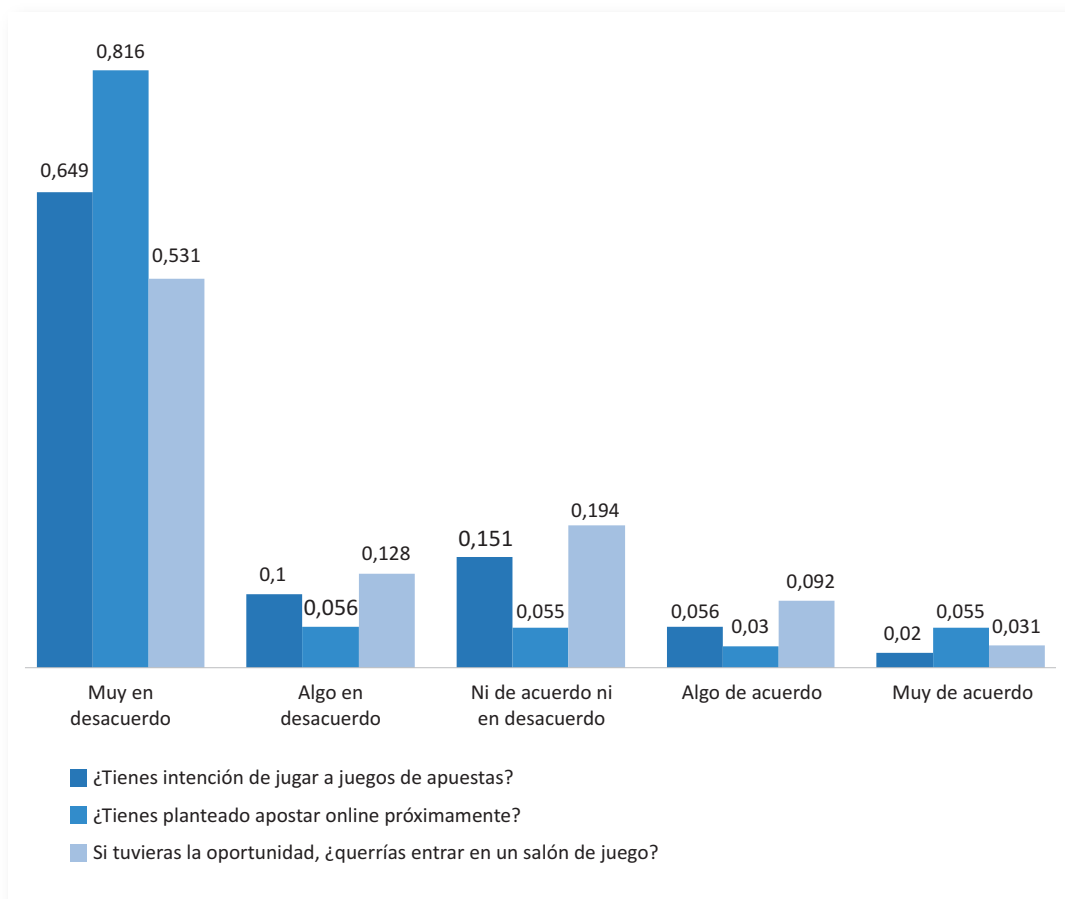
Intención de juego y normalización de los juegos

En este apartado del informe se estudia la intención de juego y la actitud, favorable o desfavorable, hacia el juego de apuesta de toda la muestra, ya que distintos estudios evidencian la relación entre la intención de apostar y la realización de la conducta (Lloret *et al.*, 2016). En nuestro estudio evaluamos la intención de juego con 3 ítems que exploran la intención de jugar a juegos de azar en un futuro cercano. Cada pregunta se responde en una escala de cinco categorías que van desde el “muy en desacuerdo” hasta el “muy de acuerdo”.

En términos generales, la intención de apostar ya sea online y offline, se mantiene en valores muy bajos (véase Gráfico 8). Estos resultados concuerdan con los resultados de estudios internacionales y nacionales donde se ha observado que la actitud general hacia las apuestas es negativa (Lloret y Cabrera, 2019; McAllister, 2014).



Gráfico 8: Porcentajes de intención de juego.



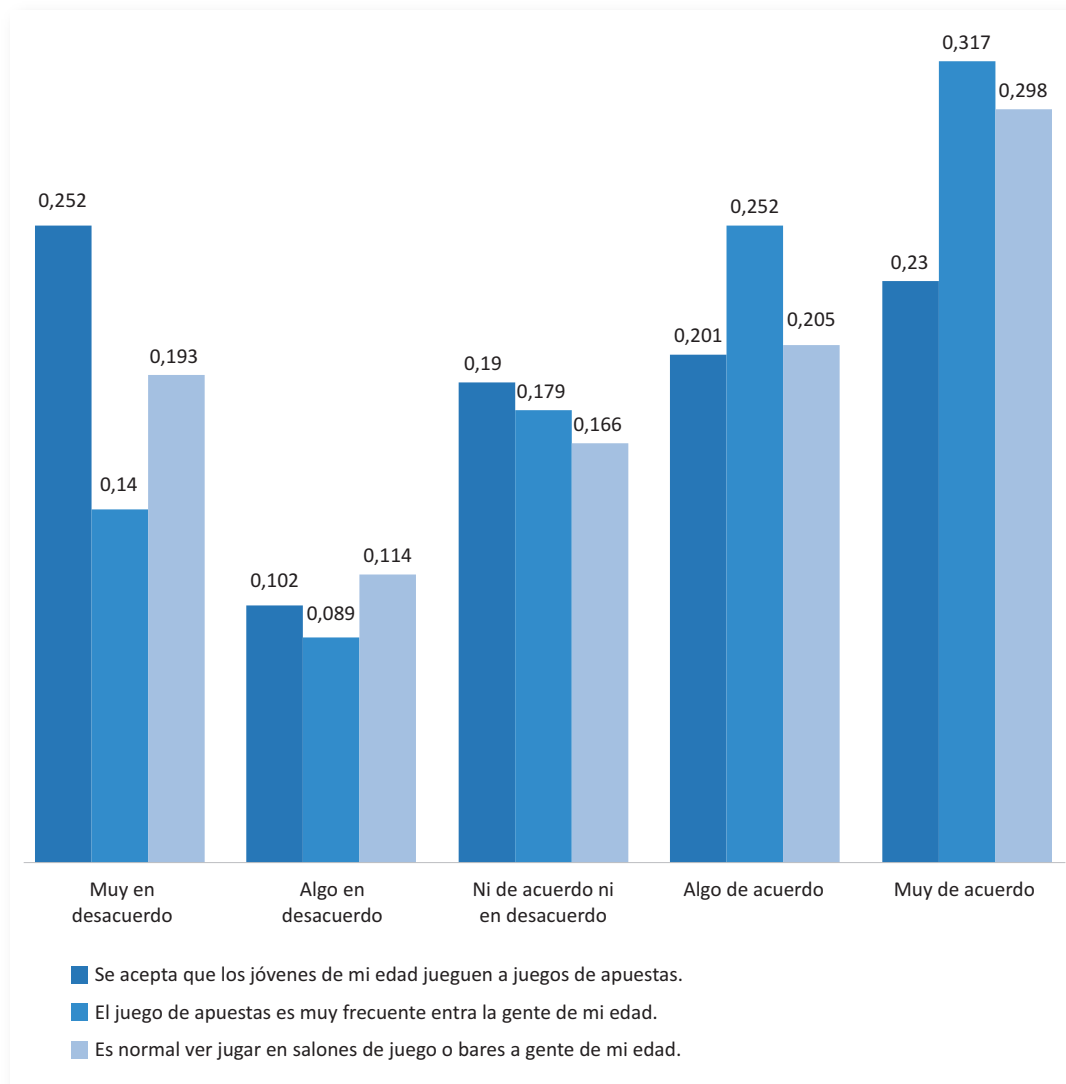
Si antes se estudiaba la intención de juego como posible predictor hacia la realización de la propia conducta (Ajzen, 1991), ahora se explora cómo el juego se está normalizando como actividades habituales dentro del ocio juvenil, lo cual supone un riesgo para acabar realizando la conducta (Lloret y Cabrera, 2019; Megías, 2020; Mendoza Pérez *et al.*, 2021). En este estudio se evalúa la normalización del juego con 3 ítems que exploran esta variable:

- Se acepta que los jóvenes de mi edad jueguen a juegos de apuestas.
- El juego de apuestas es muy frecuente entre la gente de mi edad.
- Es normal ver jugar en salones de juego o bares a gente de mi edad.



Cada ítem se responde en una escala de cinco categorías que van desde el “muy en desacuerdo” hasta el “muy de acuerdo”. A diferencia de la intención de juego, la normalización del juego se encuentra en valores medios de aceptación (véase Gráfico 9). En resumen, aunque la intención individual de jugar o apostar es pequeña, se acepta que a nivel social sea algo medianamente habitual entre la gente joven.

Gráfico 9: Normalización del juego.





Autoeficacia para no apostar

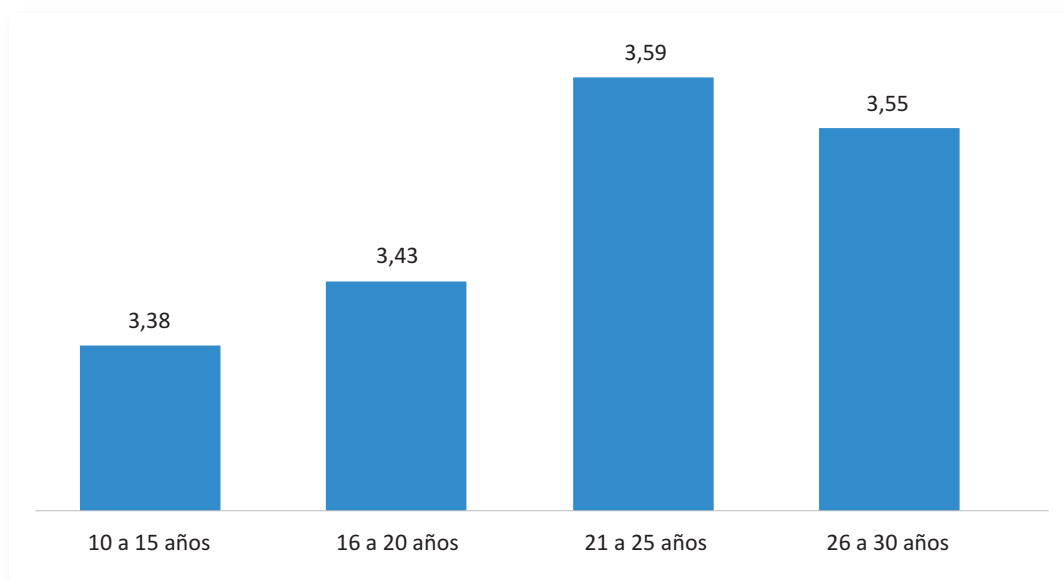
La autoeficacia para no apostar se considera un factor protector que se evalúa a través de la capacidad autopercebida de no jugar en situaciones que invitan al juego o, existe una presión social para ello (Lloret y Cabrera, 2019). En este estudio ha sido medida a través de 7 ítems cuyas respuestas se escalan en una Likert de cinco niveles: nada capaz (0); algo capaz (1); moderadamente capaz (2); bastante capaz (3) y totalmente capaz (4).

Para la obtención de una puntuación media en autoeficacia para no jugar, en la muestra general se ha creado una variable nueva. Ésta mide la media de la puntuación de los 7 ítems en autoeficacia, siendo el valor mínimo 0 (nada capaz) y el máximo 4 (totalmente capaz).

Los resultados obtenidos indican un nivel alto de autoeficacia para no apostar en situaciones que invitan a ello ($M=3,48$, $DT=0,71$). Por género, entre las chicas ($M=3,57$, $DT=.59$) y los chicos ($M=3,32$, $DT=.84$) se percibe una ligera, pero significativa diferencia que apunta a que las chicas son más eficaces para no apostar que los chicos (ANOVA, $F = 13,323$, $p = .00 < \alpha = .05$). Esto es coherente con los resultados obtenidos en el estudio de Lloret y Cabrera (2019) en Huelva.

Por edades, vemos en el Gráfico 10 que la autoeficacia aumenta de forma significativa a la par que aumenta la edad (ANOVA, $F = 4,979$, $p = .00 < \alpha = .05$).

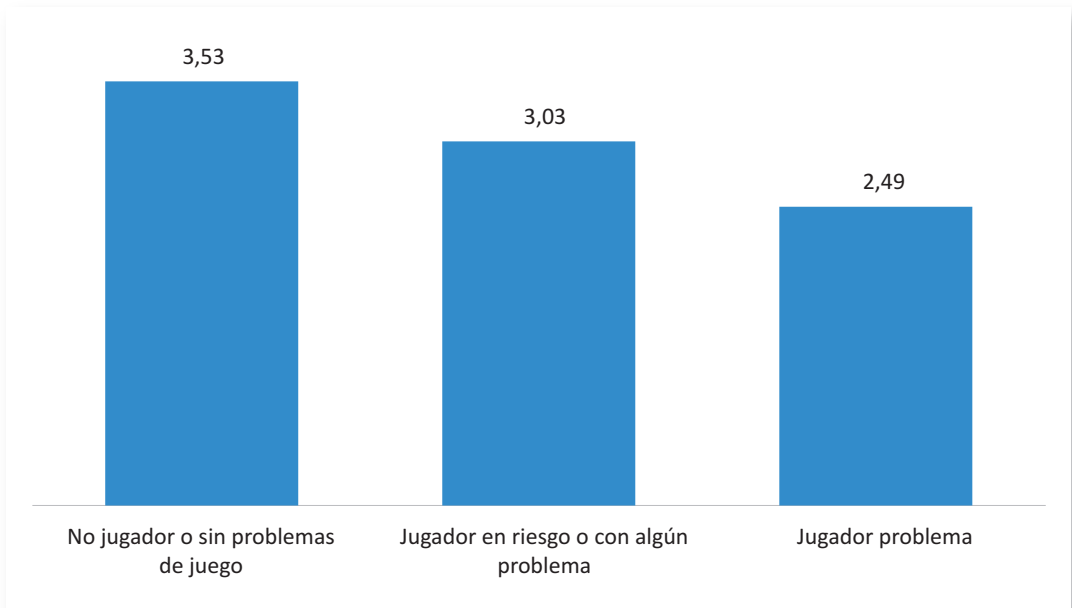
Gráfico 10: Puntuación en autoeficacia por edades.





Cuando se analiza la severidad de juego y la autoeficacia (Gráfico 11), se puede ver que desciende la autoeficacia significativamente cuanto mayor es la severidad de juego (ANOVA, $F = 61,667$, $p = .00 < \alpha = .05$).

Gráfico 11: Puntuación en autoeficacia por severidad de juego.



B. MOTIVACIONES PARA JUGAR

Se pueden encontrar distintos motivos que incitan a la juventud a iniciarse y/o mantenerse en el juego de apuestas con dinero. El estudio de las motivaciones para apostar es de vital interés, como ocurre con otros factores de riesgo. Dentro de las motivaciones para jugar, la literatura nos ofrece cuatro motivaciones (Lloret *et al.*, 2016):

Búsqueda de emociones o sensaciones placenteras donde se entiende el juego como excitación, riesgo, diversión o simplemente para sentirse bien.

- El juego como motivo de afrontamiento, escape o evasión de situaciones conflictivas.
- Motivación social (refiriéndose a la adaptación social del grupo de iguales).
- Motivo financiero como modo de obtener dinero.

Dentro de la línea de estudio de la severidad de juego y las motivaciones, distintos estudios afirman que las personas con mayor severidad de juego son aquellas que juegan para afrontar o

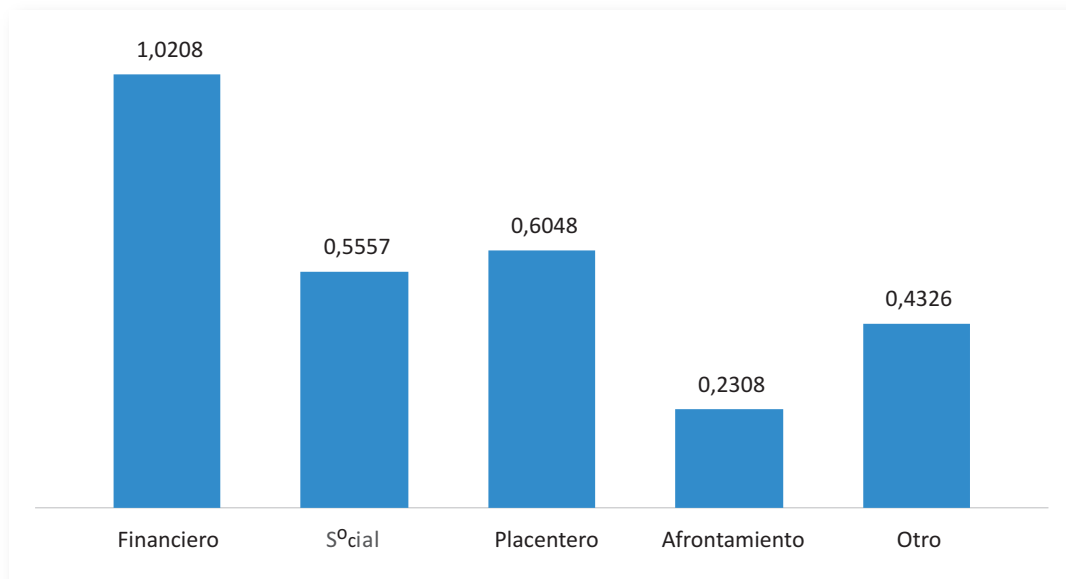


evitar situaciones conflictivas (MacLaren, *et al.*, 2012; Parhami *et al.*, 2012). Otras investigaciones apuntan que las motivaciones sociales no predicen el desarrollo de una mayor frecuencia de juego posterior o el desarrollo de niveles de juego problemático (Dechant, 2014; Stewart y Zack, 2008).

Para medir la motivación para jugar se utilizó el Cuestionario de Motivos de Apuestas (GMQ, Gambling Motives Questionnaire, Stewart y Zack, 2007) que a través de 14 ítems evalúan los cuatro motivos de juego descritos anteriormente. Cada ítem consta de una escala Likert formada por 5 alternativas de respuesta, siendo 0 (nunca) y 4 (siempre). Los 14 ítems han sido agrupados de la siguiente manera: el motivo social lo conforman 3 ítems por ser los más representativos a esta categoría. El motivo placentero formado por 5 ítems, el de afrontamiento formado por 3 ítems y, finalmente, el financiero formado por otros 3 ítems. Las nuevas variables de *Motivación de Juego* reflejan la media para cada persona en cada una de las dimensiones propuestas. Por ello, esta variable refleja una media cuyo valor mínimo es el cero y el valor máximo el cuatro.

Los resultados obtenidos indican un nivel de puntuación bajo en las distintas motivaciones. Solo la motivación financiera alcanza un punto (véase Gráfico 12). El motivo financiero es recogido por la literatura como el motivo, junto con la búsqueda de sensaciones, como la motivación habitual entre la juventud (Lloret *et al.*, 2016; Lloret y Cabrera, 2019; Olmedo-Rodríguez, 2019; y Sarabia, *et al.*, 2014).

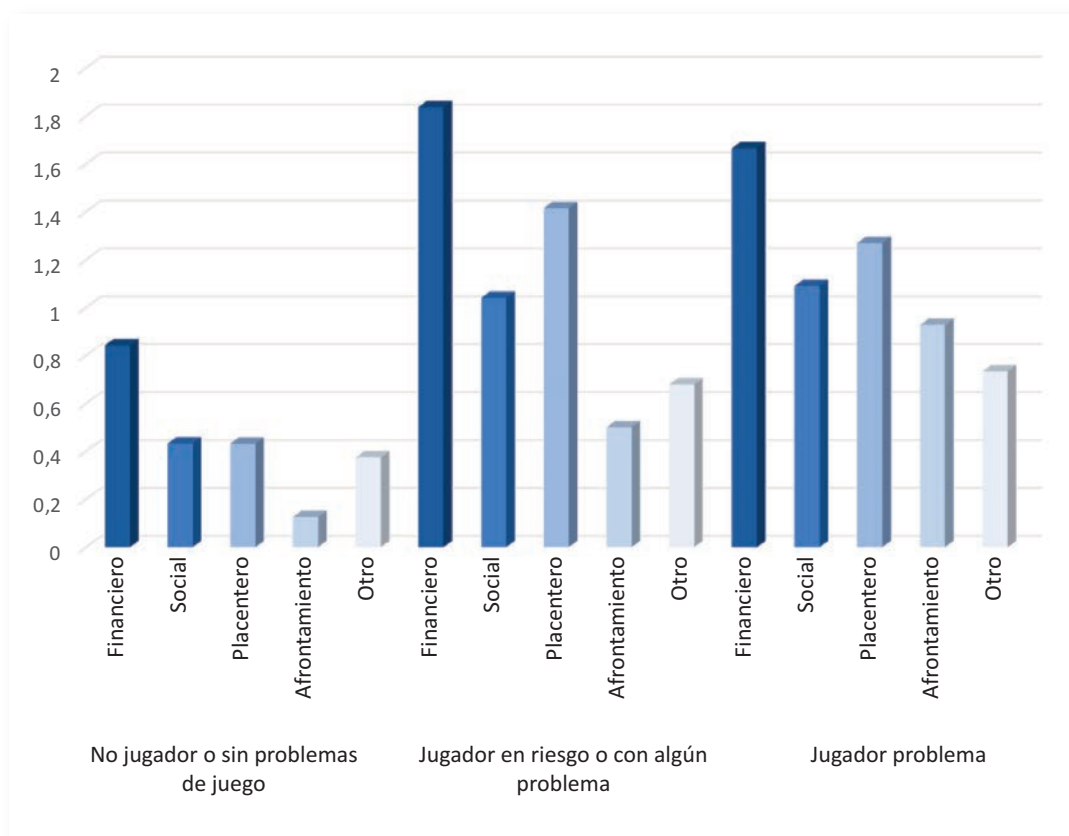
Gráfico 12: Puntuaciones en las distintas motivaciones para jugar.





Cuando se estudian estas motivaciones y se cruzan con la severidad (véase Gráfico 13), se siguen observando puntuaciones bajas. Para ninguno de los grupos en ninguna de las motivaciones se superan valores superiores al 1,8. Los datos sugieren que el grupo sin problemas de juego se mantienen en datos similares a los comentados en el gráfico anterior. Por su parte, el grupo de posibles jugadores en riesgo puntúa como principales motivaciones la financiera y la social. Mientras que el grupo de posibles jugadores problemas, puntúa principalmente en motivaciones financieras, pero también obtiene puntuaciones similares en las motivaciones placenteras, sociales y de afrontamiento.

Gráfico 13: Motivaciones para jugar por severidad de juego.





C. LA FAMILIA

Percepción de la conducta de juego de los progenitores

La familia puede actuar tanto como factor de riesgo o como factor protector, siendo un modelo a favor o en contra del juego para sus hijos e hijas (Becoña y Gestal, 1996; Felsher *et al.*, 2003; Gupta y Derevensky, 1998). La familia es uno de los principales contextos de socialización donde el comportamiento de los progenitores suele ser observado, y en muchas ocasiones, reproducido.

En este estudio se ha analizado la percepción de la conducta de juego de los progenitores por parte de los y las jóvenes extremeños. Para ello evaluamos la percepción que los y las jóvenes participantes tienen sobre la conducta de juego de sus progenitores en 10 modalidades de juego diferentes. La conducta de juego de los progenitores se puntuó en una escala Likert de cinco opciones: solo juega el padre; solo juega la madre; ambos juegan, ninguno juega o no lo sé.

Como puede observarse en la Tabla 10, las loterías y las apuestas del Estado son los juegos de azar más populares entre los padres y las madres (41% ambos juegan, 15,5% solo padre y 11,5% solo madre). Los cupones (20,4% ambos juegan, 10,2% solo padre y 9,3% solo madre) y los rascas de la ONCE (10% ambos juegan, 6,7% solo padre y 6,1% solo madre) serían los siguientes juegos de azar más jugados. Menos populares son las máquinas tragaperras (0,3% ambos juegan, 5,7% solo padre y 0,2% solo madre) y las apuestas deportivas online (0,7% ambos juegan, 2,8% solo padre y 0,7% solo madre), y en salones o bares (0,3% ambos juegan, 2,0% solo padre).

Estos resultados son congruentes con el estudio cualitativo de Mendoza Pérez *et al.*, (2021) donde se recoge que los y las adolescentes extremeños consideran que en muchos entornos familiares está normalizado jugar, puntual o habitualmente, a ciertos juegos como las Primitivas, Euromillones, los rascas de la ONCE, etc. Además, como se ha destacado en apartados anteriores, estos juegos también son los más populares entre la juventud extremeña (véase apartado A. *Prevalencia de juego* en página 65). Como destaca Megías (2020) esta normalización del juego puede suponer, por un lado, una normalización cultural del juego que favorezca posteriormente la naturalización de otro tipo de apuestas (ej. deportivas) y, por otro lado, un riesgo para aquellas personas más vulnerables a desarrollar un juego problemático.



Tabla 10: Percepción de juego de los progenitores.

	SOLO PADRE	SOLO MADRE	AMBOS	NINGUNO	NO LO SÉ
Loterías y apuestas del Estado	15,5%	11,5%	41,1%	27%	2,4%
Rascas de la ONCE	6,7%	6,1%	10,9%	69,9%	4,1%
Cupón de la ONCE	10,2%	9,3%	20,4%	52,3%	5,2%
Apuestas deportivas online	2,8%	0,7%	0,7%	92,0%	1,4%
Apuestas deportivas en bares o salines	2,0%	0%	0,3%	93,9%	1,3%
Tragaperras en salones o bares	5,7%	0,2%	0,3%	89,8%	1,5%
Ruleta en salones	0,4%	0,1%	0,3%	95,8%	1,0%
Bingo	0,6%	0,8%	1,7%	92,9%	1,6%
Póker online	1,5%	0,2%	0,3%	94,2%	1,4%
Casino	0,5%	0%	0,5%	95,0%	1,6%

La percepción de la actitud parental hacia el juego

En esta parte del estudio se explora la percepción de los adolescentes y jóvenes respecto al grado de tolerancia de sus progenitores hacia el juego de apuestas y el hecho de apostar. La actitud de los progenitores hacia el juego es fundamental, ya que supervisarán los comportamientos de sus hijos e hijas frente al juego, a la par que tendrán, o no, una actitud crítica y equilibrada hacia este tipo de prácticas (García-Ruiz *et al.*, 2015). La literatura al respecto indica que existe una relación entre la escasa supervisión parental y el desarrollo y consolidación de conductas de riesgo asociadas al juego (Chalmers y Willoughby, 2006; Lee *et al.*, 2014; Molinaro *et al.*, 2014; Vachon, *et al.*, 2004; Wanner, *et al.*, 2006).

La actitud parental ha sido evaluada a través de la subescala del Cuestionario EDGAR (Early Detection Gambling Addiction Risk – Adolescents de Lloret *et al.*, 2017) que consta de siete ítems. La conducta de juego de los progenitores se puntuó en una escala Likert de cinco opciones comprendidas entre “muy en desacuerdo” y “muy de acuerdo”.

En general, y a pesar de que en el apartado anterior parecía que ciertos juegos estaban normalizados, se puede decir que la actitud parental es desfavorable al juego de apuestas, y que los progenitores intentan prevenir de los riesgos que supone jugar (véase Tabla 11). Al comparar la actitud parental en función de la severidad de juego se observan diferencias entre el grupo de los jugadores sin problema y los grupos de los posibles jugadores en riesgos y posibles jugadores problema. Estos dos últimos grupos obtienen puntuaciones más bajas que indican una actitud y permisividad parental hacia los juegos de azar y las apuestas.



Tabla 11: Actitud parental frente a los juegos de azar.

	MUY EN DESACUERDO	ALGO EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	ALGO DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
Me previenen sobre los riesgos de jugar con apuestas	6,9%	2,8%	14%	15,6%	57,7%
Se enfadarían si se enterasen que yo juego a juegos de apuestas	5,6%	4,2%	13,9%	21,3%	52,5%
Aceptan que yo haga apuestas deportivas	57,4%	12,4%	18,6%	4,8%	4,3%
Si me pillasen apostando, se enfadarían bastante	6,9%	8,2%	14,4%	18,9%	49,1%
Consideran que el juego de apuestas es perjudicial	3,3%	2,3%	8,9%	17,3%	65,8%
Consideran que el juego es más divertido cuando se apuesta dinero	69,1%	9,8%	11,5%	3,1%	4,2%
Prefieren mantenerse alejados del juego de apuestas	5,4%	2,5%	10,4%	13,8%	65,5%

A pesar de estos resultados, debemos ser cautos en la interpretación de los datos, ya que estudios cualitativos realizados también en esta comunidad autónoma indican que los y las adolescentes consideran que sus progenitores no tienen mucha información para poder transmitirles de forma preventiva sobre los juegos de azar y los riesgos que estos suponen (Mendoza Pérez *et al.*, 2021).

Conocimiento de las personas cercanas sobre las prácticas relacionadas con el juego

Atendiendo a la severidad de juego, y en aquellos casos que son posibles jugadores en riesgo o posibles jugadores problema, se ha querido explorar qué personas del entorno cercano saben que juegan, y si es porque lo han descubierto o porque los propios jóvenes lo han compartido. Como se observa, casi la mitad de los progenitores (madre=44,4% y padre=42,6%) desconoce que su hijo o hija juega y que, además está cerca de un juego problemático. Sin embargo, estas cifras cambian cuando se habla del círculo de iguales, donde se contempla que la mayoría (80,6%) sabe por el propio jugador que se juega.


Tabla 12: Conocimiento de las personas cercanas sobre las prácticas de juego.

	NO SABEN QUE JUEGO	SE LO HE DICHO YO	LO HAN DESCUBIERTO
Mi madre	44,4%	47,2%	3,7%
Mi padre	42,6%	41,7%	9,3%
Mis amigos íntimos	11,1%	80,6%	2,8%
Mis compañeros de clase	35,2%	45,4%	11,1%
Mis profesores	73,1%	13%	4,6%
Mi pareja o persona que me gusta	44,4%	47,2%	3,7%

Percepción de los y las amigas que juegan

En este apartado se estudia cuántos amigos y amigas del entorno más cercano al encuestado juegan. Estudiar al círculo de iguales es vital, ya que a medida que aumenta en juego entre los amigos y las amigas aumentan las oportunidades de juego y la presión del grupo para jugar. Además, en los adolescentes y personas jóvenes, el grupo de iguales adquiere un lugar destacado en el desarrollo y la socialización. Cuando el juego está normalizado dentro del grupo de iguales se favorece la creación de un escenario proclive al juego donde poder jugar, comentar experiencias relacionadas con el juego, etc. están bien vistas (Megías, 2020). Además, el hecho de jugar favorecería la cohesión e interacción grupal (Megías, 2020).

En esta investigación se ha evaluado la percepción de los y las amigas que juegan a través de ocho ítems. Las respuestas se escalan en 5 niveles desde “ninguno” a “todos”. Estas opciones de respuesta después han sido recodificadas en 3 niveles: “ninguno-muy pocos”, “algunos” y “la mayoría-todos” para facilitar el análisis.

Como se observa en la Tabla 13, la mayoría de los iguales de la población encuestada no juegan. Los juegos de azar a los que más parecen jugar los iguales son los rascas de la ONCE y las apuestas deportivas online. Este último dato, resulta curioso y alerta de que podría haber más juego online del que se está detectando en este estudio.

Respecto al total de la muestra evaluada, en cuanto a género, no parece existir diferencias respecto al número de iguales que se observa que juegan. Sin embargo, sí existen diferencias en la edad y la percepción de juego. Así, en todas las modalidades de juego son los y las jóvenes de entre 16 y 20 años los que más amigos jugadores apuntan tener. Entre los jugadores, los resultados muestran que cuanto mayor es la severidad de juego, se distingue igualmente mayor percepción de conducta de juego por parte de los iguales.



Tabla 13. Percepción de los y las amigas que juegan.

	NINGUNO-MUY POCOS	ALGUNOS	LA MAYORÍA - TODOS
Rascas de la ONCE	87,2%	-	12,8%
Apuestas y loterías del Estado	88,3%	-	11,7%
Apuestas deportivas online	62,4%	33,3%	4,3%
Apuestas deportivas en salones o bares	91,5%	-	8,5%
Ruleta en salones o bares	93,8%	-	6,2%
Máquinas tragaperras en salones o bares	93,3%	-	6,7%
Póker o juegos on-line	96,4%	-	3,6%
Otros juegos de azar	94,6%	-	5,4%

D. PUBLICIDAD Y ACCESIBILIDAD AL JUEGO DE APUESTAS

La actitud hacia la publicidad de juego

Los resultados de distintas investigaciones explican que la publicidad y el marketing de los juegos de azar en los distintos medios de comunicación es un factor de riesgo, ya que puede generar una actitud positiva hacia el juego en las personas jugadoras, así como en las no jugadoras (Fried *et al.*, 2010; King *et al.*, 2010; Pitt *et al.*, 2016). En nuestro país, las investigaciones realizadas con población juvenil destacan que el marketing agresivo dirigido a atraer población joven ha conseguido una percepción social favorable hacia los establecimientos de juego (Barroso Toro, 2019). Además, Lloret *et al.* (2016; 2017) asocian una mayor exposición a anuncios de juegos de azar con una mayor frecuencia de juego.

En este estudio se entiende que ha disminuido, sobre todo en los medios de comunicación. Sin embargo, sí se ha explorado la actitud hacia la publicidad de juego, ya que se considera que esta ha sido estudiada en menor grado, pero es determinante a la hora de favorecer o no la intención de apostar (Lloret y Cabrera, 2019).

La actitud hacia el juego ha sido medida mediante una escala de 13 ítems. Los ítems que aparecen marcados con un * en la Tabla 14 se entienden como actitudes positivas hacia la publicidad relacionada con el juego. El resto de los ítems no suponen una actitud positiva hacia el mismo, sino que están relacionados con las creencias o la exposición en torno al juego. Teniendo en cuenta las respuestas, escaladas desde “muy en desacuerdo” (1), hasta “muy de acuerdo” (5), se han recodificado todos los ítems que no tienen un *. Por lo tanto, la escala de respuestas quedaría de la siguiente forma: las medias cercanas a 1 indicarían una actitud negativa hacia la publicidad en el juego, mientras que las medias cercanas a 5 indicarían una actitud positiva hacia la publicidad en el juego. También se ha calculado una nueva variable para medir la actitud general hacia los anuncios,



que sería el resultado de la suma de los 13 ítems, y otra última variable donde se han recodificado los 13 ítems en tres variables distintas: afectividad hacia la publicidad, creencias hacia la publicidad y exposición a la publicidad.

La puntuación media de la muestra respecto a la actitud generada en torno al juego es $M=2,08$ ($DT=0,53$), por lo tanto, se puede decir que la población muestra una actitud ligeramente desfavorable en torno a la publicidad. Por género los chicos ($M=2,22$, $DT=0,56$) presentan una actitud algo más favorable que las chicas ($M=1,99$, $DT=0,59$). Esta diferencia es significativa a nivel estadístico (ANOVA, $F = 18,791$, $p = .00$). Por edades, por nivel de estudios vemos que los encuestados que se encuentran en algún nivel de las enseñanzas secundarias o de formación profesional ($M=2,21$ y $DT=0,57$) tiene una actitud más desfavorable al juego que aquellas personas están realizando estudios universitarios ($M=1,97$ y $DT=0,47$). Esta diferencia es significativa a nivel estadístico (ANOVA, $F = 39,036$, $p = .00$). Recordar al lector que, aunque estemos realizando comparaciones entre distintos grupos y hablando de diferencias entre unos y otros, todos los grupos muestran una actitud en general ligeramente desfavorable o ni favorable ni desfavorables en aquellos casos que las medias se acercan más al 2,5.

Si observamos en la Tabla 14 las puntuaciones medias para la población general en cada uno de los trece ítems, vemos que solo hay tres ítems que puntúan por encima de los 2,5 puntos: “Recuerdo los anuncios de apuestas que he visto u oído” ($M=2,85$ y $DT=1,36$); “recuerdo las marcas o casas de apuestas que se anuncian” ($M=3,26$ y $DT=1,40$) y “la frecuencia con que veo u oigo publicidad de apuestas es excesiva” ($M=2,65$ y $DT=1,32$).

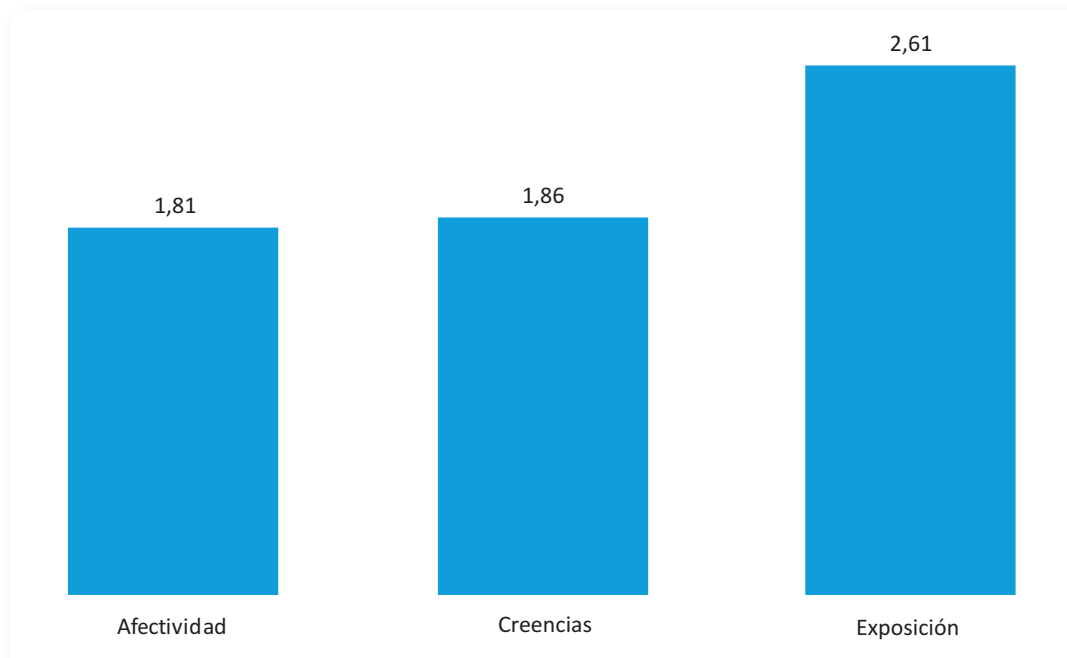
Tabla 14: Actitud hacia la publicidad de juego.

	Media
Los anuncios de apuestas me parecen divertidos o interesantes*	1,84
Me gusta ver u oír este tipo de anuncios*	1,58
Me molestan los anuncios de apuestas	2,37
Cuando veo estos anuncios me apetece jugar*	1,46
Me parece bien la publicidad de juego de apuestas*	1,79
Estos anuncios convencen a los jóvenes para que apuesten	2,22
La publicidad sobre juego utiliza técnicas de manipulación	1,88
En general, creo que estos anuncios son engañosos	1,75
Los anuncios de juegos de apuestas dicen la verdad*	1,66
Prefiero ignorar este tipo de anuncios	1,69
Recuerdo los anuncios de apuestas que he visto u oído*	2,85
Recuerdo las marcas o casas de apuestas que se anuncian*	3,26
La frecuencia con que veo u oigo publicidad de apuestas es excesiva	2,65



Por último, si estudiamos las puntuaciones medias atendiendo a la afectividad ($M=1,81$ y $DT=0,76$), las creencias ($M=1,86$ y $DT=0,73$) y la exposición ($M=2,61$ y $DT=0,61$) observamos que solo la exposición a la publicidad supera el valor medio de la escala que se encuentra en 2,5. Por lo tanto, se puede decir afectividad hacia la publicidad es más bien baja y que las creencias en relación con la publicidad tienden a la negatividad. Estos resultados indican que a pesar de la presión mediática prima una actitud desfavorable hacia este tipo de publicidad que actúa como factor protector.

Gráfico 14: Presión mediática.



E. LAS PRÁCTICAS DE JUEGOS DE AZAR Y LA PANDEMIA

La pandemia y las restricciones que esta trajo consigo acarrearón una serie de cambios importantes en la forma de socializar, tanto en la población joven, como en la adulta. En lo relativo al juego, durante el confinamiento se cerraron establecimientos de juego, de venta de loterías y apuestas del Estado y de la ONCE, aplazándose los sorteos de primitivas, loterías, cupones de la ONCE, etc. Sin embargo, el juego en línea continuó como antes, aunque las apuestas deportivas se vieron afectadas por la suspensión de las competiciones.

Los datos de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) apuntan que el sector del juego online ingresó más dinero y jugadores en el año 2020 que en el año anterior. Los datos del DGOJ también destacan que durante el año 2020 el mercado de las apuestas deportivas descendió, a la par que otro tipo de apuestas como el bingo, los juegos de casino y el póquer aumentaron. Estos



datos nos hablan del ejercicio del todo el 2020; sin embargo, datos de otras direcciones de juego como la británica (Emond *et al.*, 2021) apuntan datos más específicos que nos aportan información sobre lo ocurrido concretamente durante el confinamiento. Así, en Reino Unido, de marzo a abril del 2020 los jugadores activos online disminuyeron, pero las personas que siguieron jugando de forma habitual lo hacían gastando más dinero y tiempo (Emond *et al.*, 2021). En Suecia, se encontraron resultados similares, hubo una disminución de jugadores, pero la gente que continuó jugando informó de mayores problemas de juego (Håkansson, 2020).

Como vemos, la literatura existente en relación con el impacto de la pandemia en las prácticas y los problemas de juego todavía es limitada y los efectos no son claros (Auer *et al.*, 2020; Donati *et al.*, 2021; Gainsbury, *et al.*, 2020; George, 2020; Griffiths *et al.*, 2020). Se necesita más investigaciones, tanto cuantitativas como cualitativas sobre este tema para entender mejor el impacto de la pandemia a corto y a largo plazo. Teniendo en cuenta la escasa literatura, los resultados parecen indicar que a nivel de la población general el juego, o bien se mantuvo o bien disminuyó durante la pandemia (Brodeur *et al.*, Emond *et al.*, 2021; 2021; Sharman *et al.*, 2021). Sin embargo, el juego aumentó en los jugadores problemáticos o aquellas personas más vulnerables (Brodeur *et al.*, Emond *et al.*, 2021; 2021; Sharman *et al.*, 2021).

Para medir, dentro de la población jugadora, el juego online antes y durante el confinamiento provocado por la pandemia, se han realizado tres preguntas que iban orientadas a explorar la frecuencia, el tipo de juego elegido⁸ y el gasto realizado durante dichos periodos.

Los resultados de este estudio, como se observa en la Tabla 15, 16 y 17, también parecen apuntar que el porcentaje de personas que jugaron y el gasto disminuyó durante el confinamiento. En la Tabla 15 se observa que los porcentajes de juego online, para cualquiera de las frecuencias, son menores durante el confinamiento que antes. Cabe destacar un porcentaje de jugadores que va entre el 5,5% antes del confinamiento, el 2,1% durante el confinamiento y 2,5% antes y durante el confinamiento, manifiesta jugar seis o más días a la semana, la cual se considera una frecuencia muy alta de juego y por lo tanto peligrosa.

Tabla 15: Porcentajes de frecuencia de juego online antes y durante el confinamiento.

	ANTES del confinamiento	DURANTE el confinamiento	ANTES Y DURANTE el confinamiento
Un día al mes o menos	8,1%	3,0%	3,8%
2-4 días al mes	6,5%	2,2%	3,2%
2-5 días a la semana	5,5%	2,0%	3,2%
6 o más días a la semana	5,5%	2,1%	2,5%

⁸Se han incluido en la encuesta solo aquellas modalidades de juego que se podían realizar durante dicho periodo.



Como se observa en la Tabla 16 las loterías instantáneas online tipo rascas u otros juegos fueron los más populares tanto antes como durante la pandemia. Así, se encuentra que antes de la pandemia jugaba un 5,4%, que durante la pandemia jugó un 2,7%, y que tanto antes como durante jugó un 3%. Las ruletas online son elegidas como una opción habitual tanto antes como durante la pandemia (“antes” = 4,7%; “durante”= 2% y “antes y durante”= 2%). Los concursos televisivos o radiofónicos también son una opción muy elegida entre los encuestados (“antes” = 4%; “durante” = 2% y “antes y durante”= 2%) y que se equipara a las tragaperras, el bingo y otros juegos de casino.

Tabla 16: Tipos juegos de azar online antes y durante el confinamiento.

	ANTES del confinamiento	DURANTE el confinamiento	ANTES Y DURANTE el confinamiento
Loterías instantáneas online (ej. rascas de la ONCE)	5,4%	2,7%	3,0%
Ruleta online	4,7%	2,0%	2,0%
Tragaperras online	4,1%	2,3%	1,7%
Juegos de cartas con dinero (póker, blackjack, etc.)	4,3%	2,1%	2,1%
Bingo online	4,1%	2,1%	1,8%
Concursos de televisión, radio o prensa con apuestas económicas	4,0%	2,0%	2,0%

A pesar de lo interesante de estos resultados, se piensa que este estudio tiene sus limitaciones. En primer lugar, se considera interesante explorar en futuros estudios si la gente que jugó durante el confinamiento se inició en el juego en este periodo o si ya había jugado antes. En segundo lugar, también sería interesante estudiar si la gente que jugó antes y durante la pandemia disminuyó o aumentó la cantidad de dinero apostado y el tiempo invertido en el juego. Por último, solo en las preguntas relacionadas con el confinamiento se ha explorado la tendencia a apostar en juegos de televisión, radio o prensa, obteniendo resultados muy similares a los de otros tipos de juegos, como el bingo o los juegos de casino. Por ello, se considera que esta modalidad de juego debe estudiarse tanto en la población adolescente como en la joven.

Tabla 17: Gasto en juegos de azar online antes y durante el confinamiento.

	ANTES del confinamiento	DURANTE el confinamiento	ANTES Y DURANTE el confinamiento
Menos de 5€	4,5%	2,1%	3,4%
Entre 6€ y 15€	3,3%	1,6%	2,7%
Entre 16€ y 30€	3,9%	1,2%	1,9%
Entre 31€ y 60€	3,4%	1,4%	1,9%
Más de 60€	3,4%	1,7%	2,2%



FASE II

GRUPOS FOCALES SOBRE JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS





7.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA

Periodo de realización: Junio y diciembre del 2021.

Participantes: Participaron en esta fase un total de 73 personas, repartidas en siete grupos focales, y dos entrevistas. Tanto los grupos focales como las entrevistas se dividieron en tres grupos de interés: (a) el grupo de expertos y técnicos, (b) adolescentes y (c) jóvenes. En la Tabla 18, se muestra de forma resumida los perfiles de las personas participantes.

Tabla 18: Perfiles de las personas participantes en los grupos focales.

GRUPO DE INTERÉS	Nº	GÉNERO	PERFIL
Expertos y técnicos	7	5 mujeres y 2 hombres	Pertenecientes a distintas asociaciones de Plasencia, Mérida, Don Benito, Cáceres y Badajoz que prestan prevención y atención a jugadores patológicos
Adolescentes	29	9 mujeres y 20 hombres	Entre los participantes existe una edad mínima de 15 años (1), y una edad máxima de 18 (16); la edad media del grupo es de 17,37 años.
Jóvenes	37	33 mujeres y 4 hombres	Entre los participantes existe una edad mínima de 19 años (2), y una edad máxima de 28 (1); la edad media del grupo es de 21,49 años.

A la hora de reclutar la muestra necesaria, para realizar los grupos focales con adolescentes y jóvenes, se difundió la información entre el alumnado universitario de la Universidad de Extremadura, y distintas asociaciones que trabajan con población juvenil, demandando la participación de personas interesadas en colaborar en un estudio sobre los juegos de azar con dinero.

El grupo focal con expertos se realizó con aquellos miembros que quisieron participar, pertenecientes a las entidades sociales que constituyen la Red de Juego de Extremadura. Dos entrevistas grupales más fueron realizadas con expertos de dos asociaciones de la misma red, para explorar con mayor profundidad los usos y abusos relacionados con el juego online. En cuanto a los grupos focales de los adolescentes y jóvenes, se consideraron algunas variables esenciales para que estuvieran representadas: localidad (zona urbana-rural), edad (menores-mayores de edad) y género.

Procedimiento: En esta fase del estudio se utilizaron grupos focales para explorar los discursos grupales de los adolescentes y jóvenes extremeños, así como analizar las percepciones de los expertos. Además, la realización de grupos focales es óptima para estudiar nuevas tendencias de usos y prácticas de juego con la población más joven.

En relación con la estructura de los grupos de discusión con los expertos, técnicos y miembros se siguió un guion formado por quince preguntas sobre cuatro puntos de interés que propiciaran respuestas desarrolladas sobre (a) la evolución del juego con dinero y usuarios en los últimos años; (b) los espacios de juego (online y offline); (c) los iguales y la familia en el juego y; (d) la prevención



y el juego como problema. Mientras que, con los adolescentes y jóvenes la estructura de los grupos de discusión consistió en un guion de ocho preguntas abiertas sobre cuatro puntos de interés: (a) qué entienden por juego con dinero y sus experiencias de juego; (b) los espacios de juego (online y offline); (c) los iguales y la familia en el juego y; (d) el juego como problema. Cada una de las ocho preguntas planteadas, contaba con una lista de verificación con la que cerciorarse que se estaban cubriendo todos los temas de interés para la investigación. En caso de que no se estuviera cubriendo la lista de verificación, se tenía una serie de preguntas más estructuradas para ir lanzando a los participantes. En general, todos los grupos funcionaron adecuadamente, teniendo que recurrir en escasas ocasiones a estas preguntas más estructuradas.

Aspectos éticos de la investigación: A todos los participantes se les facilitó y explicó el consentimiento informado de la investigación para garantizar que todos ellos conocieran los objetivos de ésta, y expresaran voluntariamente la intención o no de participar en la investigación.

Análisis de datos: Todos los grupos focales y las entrevistas fueron anonimizadas y transcritas para su posterior análisis. Todo el contenido fue analizado temáticamente (Braun y Clarke, 2006). En primer lugar, la información se agrupó en categorías y se realizó un primer análisis descriptivo, que continuó con un análisis interpretativo, y finalizó con un análisis reflexivo (Venegas, 2008). Todo este proceso de análisis cualitativo fue realizado con ATLAS.ti7.

7.2. RESULTADOS

Principales hallazgos:

- De forma global podría decirse que, la gente joven tiene normalizado el juego y los establecimientos como una práctica más que forma dentro del ocio juvenil y no genera extrañeza.
- El juego se percibe como más benévolo si este es realizado de forma grupal como parte de la socialización entre iguales y más peligroso si se realiza solo o a través de Internet.
- Las personas jóvenes ven los rascas de la ONCE y las loterías y apuestas del estado como algo normal, en parte porque ha sido normalizado dentro del seno familiar.
- Haciendo referencia a la perspectiva de género, las mujeres juegan en menor medida que los hombres. Los hombres realizan un mayor número de apuestas deportivas (presenciales y online), y juego en ruletas, en comparación a las mujeres, las cuales prefieren el Bingo, o los rascas de la ONCE, juegos valorados más positivamente a nivel social.
- Las y los expertos hacen hincapié en invertir en establecimientos de ocio alternativos que ofrezcan a los jóvenes diversión sin riesgos asociados, así como una regulación a nivel estatal en la publicidad del juego, y un mayor control en el acceso a este tipo de establecimientos o páginas web por parte de los menores de edad.



A continuación, se recoge de forma sintética toda la información sobre cada tema, acompañando cada sección con los *verbatim*s de aquellos participantes que más información han ofrecido. Los resultados obtenidos han sido clasificados en ocho apartados, siendo estos: (a) la normalización de los juegos de azar dentro de las prácticas de ocio juvenil; (b) el papel de la familia en la normalización de ciertos juegos de azar; (c) el papel de los iguales en la consolidación del juego; (d) el papel de los iguales y la experimentación con el juego; (e) juego online; (f) la edad y juego (g) la publicidad y el juego y (h) género.

La normalización de los juegos de azar dentro de las prácticas de ocio juvenil

El juego se está generalizando y consolidando como otra opción de ocio juvenil (Megías *et al.*, 2020; Mendoza Pérez *et al.*, 2021). Entre la gente joven que ha participado en el estudio existe la percepción de que el juego es una opción de ocio más, y no genera extrañeza o rechazo (Megías *et al.*, 2020; Mendoza Pérez *et al.*, 2021). Aunque la gran mayoría de los participantes de este estudio no juega de forma habitual, sí tienen un amigo y/o conocido cercano que juega de forma más o menos habitual.

Fragmento 1: Chica de 22 años.

Yo la gente que conozco suele ir a casas de apuestas, normalmente de apuestas deportivas de fútbol, y no suelen ir mucho, a lo mejor dos veces al mes o así. Suelen ir acompañados, suelen ir cuando hay partidos de fútbol importantes y piensan que van a ganar más dinero.

Fragmento 2: Chico de 16 años.

[Yo tengo amigos que] van todos los días a todas horas, por la mañana se pegan desde las 11:00 hasta las 14:00 y después a la tarde desde las 17:00 a las 21:00.

Fragmento 3: Chica de 21 años.

Yo conozco a un muchacho unos años mayor que nosotras, que le gusta mucho el fútbol y apuesta mucho en eso, aunque generalmente apuesta un poco en todo, aunque es cierto que va todas las semanas, al menos una vez, según me ha dicho él, apuesta 10€ como máximo.

Fragmento 4: Chica de 21 años.

Es una forma de ir a echar el rato, estar con los amigos, [...] si se gastan 1€, como si se gastan 50€, no lo ven como una forma de que se pueden volver adictos.

Aunque muchos jóvenes consideran que el juego es algo peligroso y que puede acarrear problemas serios, lo están naturalizando, y lo asocian a momentos de diversión puntual con los iguales. La mayoría de los jóvenes entienden el juego como una actividad a realizar de forma grupal, y que se convierte en peligrosa cuando se comienza a realizar de forma individual y a despegar de las rutinas de ocio del grupo de amigos de referencia.



Fragmento 5: Chica de 21 años.

El socializar, porque normalmente van todos juntos, hasta que se empiezan a enganchar y van individualmente, pero suelen ir juntos.

Fragmento 6: Chica de 21 años.

La mayoría de mis amigos apuestas por diversión, pero hay un par de ellos, que sí lo ven como una inversión, por lo que están muy atentos a las apuestas, e incluso los han llegado a vetar de casas de apuestas porque han invertido demasiado dinero y los padres han pedido el veto del niño.

Fragmento 7: Chica de 21 años.

Yo la primera vez que he ido al Bingo ha sido cuando cumplí 21 años, es decir, el año pasado, y eso fue una vez, y fui con mis amigos y me lo pasé muy bien. Me pareció muy gracioso, pero creo que es algo que yo sola no disfrutaría, porque creo que es algo que también el hecho de estar compartiendo un momento así de nerviosismo, pues al final te ríes y es una actividad más, pero no es algo que yo sola utilizaría para ganar pasta, la verdad.

Aunque menos frecuente, los y las participantes también conocen casos de gente cercana con problemas de juego que han acabado acarreado otros problemas asociados, como robos para conseguir dinero.

Fragmento 8: Chica de 21 años.

Yo al chico que conozco tiene sobre un par de años más que yo, 25 años, y tenía problemas con el juego y entonces iba al Bingo de Mérida, y no sé a qué jugaría, y le tuvieron que vetar la entrada, porque empezó a vender el oro de su madre, robar dinero y demás, y solamente lo hacía por ganar dinero rápido.

Fragmento 9: Chica de 21 años.

Yo el chico que conozco es el hermano de una de mis mejores amigas, él va a las casas de apuestas y creo que juega de las cartas creo que al Póker; va varias veces a la semana, ha tenido problemas de apuestas, y robaba también a sus padres para poder seguir jugando... Ya lo ha dejado, se supone.

Se considera que el juego se aleja del entretenimiento juvenil cuando se comienzan a apostar grandes cantidades de dinero en relación con la economía juvenil. Así, el límite a la hora de jugar se establece principalmente en términos económicos (Megías, 2020). Ante situaciones de “despilfarro” de dinero, una parte de los participantes se mantienen críticos y consideran que para esas personas el juego se ha convertido en una práctica poco sana. Sin embargo, otra parte de la muestra, sobre todo la más joven del estudio, se muestra indiferente ante este tipo de situaciones, y consideran que mientras sea dinero propio y/o la persona se lo pueda permitir no hay que preocuparse por las cantidades de dinero invertido y/o perdido en juego.



Fragmento 10: Chica 16 años.

Si juegas mucho para mí es algo normal, es un juego, pero lo que pasa es que si te enganchas de verdad pierdes mucho dinero, yo he visto a un amigo un día con 200 euros y a la media hora pedirle un euro para una Coca-Cola y decirme “no tengo más”.

Fragmento 11: Chico 17 años.

Si vas y apuestas pues en la ruleta y tiras dos o tres veces es algo normal, pero si te tiras todo el día y vas allí y ves a personas mayores que están todo el día allí, se cabrean, le dan patadas a las máquinas cuando pierden dinero, y ahí sí veo un problema.

Fragmento 12: Chico 18 años.

[El juego para la] gente joven está muy bien, que disfruten.

Fragmento 13: Chico 17 años.

Ellos sabrán lo que hacen con su dinero, a mí me da igual.

Acudir a los establecimientos de juego se está integrando entre los recorridos de ocio que se realizan los fines de semana (Megías *et al.*, 2020; Mendoza Pérez *et al.*, 2021). Algunos de los jóvenes que han participado en el estudio comentan como las visitas a estos espacios complementan sus salidas. Por lo tanto, para la juventud extremeña la concepción del juego tiene un gran componente social y socializador.

Fragmento 14: Hombre de 22 años.

Íbamos a la Aldaba a tomar algo, y a la vuelta a casa pasabas por allí, y decíamos venga vamos a entrar a echar 1€, y así era. Prácticamente siempre la misma dinámica con amigos.

Fragmento 15: Chica de 21 años.

Yo la mayoría de mis amigos a los 16, 17 empezaron a apostar, pero es por lo que te he dicho antes que al final lo tienes cerca del colegio, y cuando eras más chico pues era la moda de “madre he conseguido colarme en el “Codere”, y empiezan con la tontería de entrar y no hacer nada porque no tienen ni idea, pero ahora lo han cogido como hábito, por ejemplo, el sábado, antes de quedar para tomarnos la cerveza me paso por el Codere, echo la apuesta de La Liga y voy a donde hemos quedado.

Fragmento 16: Chica de 21 años.

Yo lo que hacía era quedar con mis amigos los viernes y los sábados allí, en lugar de tomarme una cerveza por ahí, pues me iba al “Codere” de al lado, y me tomaba una Coca-Cola que te la daban gratis. Yo a lo mejor salía con mis amigas de la carrera, y al volver a casa con mi expareja pues pasábamos por el “Codere” y le echábamos 2 o 3€, nos bebíamos dos Coca-Cola y a lo mejor nos volvíamos a las 4 de la mañana a casa.



Además, los participantes destacan que antes la falta de alternativas de ocio que hay para su edad y su nivel adquisitivo, los establecimientos de juego les resultan espacios cómodos en los que poder refugiarse, por ejemplo, del frío.

Fragmento 17: Chico de 17 años.

Aparte de que en nuestro pueblo el 99% de las personas se van a Almendralejo, a Badajoz, a Zafra. El centro joven de allí no está para jóvenes está para niños pequeños, literal.

Fragmento 18: Chica de 21 años.

Yo cuando más he ido, ha sido en invierno, porque hacía muy mal tiempo, estás en la calle, ves un casino y dices pues vamos a entrar, aunque sea por lo calentito que estás. A mí me ha pasado muchas veces que hemos entrado porque no sabes que hacer en la calle, tienes frío, y ahí es un sitio donde estás cómoda.

Fragmento 19: Chica de 22 años.

El juego está destinado a gente joven y a gente que no tiene mucho que hacer, en plan que van a pasar allí el rato que, si tuviesen otros alicientes, pues no irían allí a pasar el rato, y al final no se ve el problema que esto supone para la sociedad.

Fragmento 20: Chica de 21 años.

Yo también estoy de acuerdo con ellas, y muchas veces pienso que recurren a esos sitios porque tampoco tienen otras actividades, por ejemplo, salones recreativos, porque aquí en Badajoz se ha abierto hace poco uno, y había uno que tenía solo dos pistas, entonces no tienes otro sitio sobre todo en invierno donde refugiarte y entretenerte, y si encima en estos sitios pueden refugiarte y tomar algo barato y demás, pues te incita a apostar.

Estos nuevos espacios de ocio entre los más jóvenes suelen verse también reflejados en las redes sociales. Así, hay jóvenes que en alguna ocasión relatan haber compartido, por distintas vías de mensajería instantánea, la imagen del boleto ganador para que sus amigos vieran que era cierto que había ganado. Otros jóvenes cuentan que es normal ver en redes sociales como Instagram, a amigos o conocidos que compartan contenido que hace alusión a que están en un establecimiento de juego, fotos de los tiques, y/o del dinero que han ganado.

Fragmento 21: Chica de 21 años.

Yo al menos la sensación que me da de la gente que veo en Instagram, es que suben todo el proceso, si ganan mejor, ponen la foto, si pierden no la ponen, pero siempre ponen la bebida, el local, los amigos, los etiquetan, completo.

Fragmento 22: Chica de 22 años.

Yo lo que he visto es a gente que sé que apuesta, pues por ejemplo si ganan, hacen una foto al dinero, pero sabes que es por las apuestas.



Dentro de estos espacios los juegos preferidos por la juventud son las apuestas deportivas y la ruleta, en ambas modalidades de juego destaca la población masculina sobre la femenina. Aunque las mujeres que han participado en el estudio acuden menos a este tipo de espacios y juegan menos, cuando lo hacen prefieren otros tipos de juego, como el Bingo o los rascas de la ONCE. Las sensaciones principales asociadas al juego en grupo ya sean apuestas deportivas en establecimientos de juego, el bingo o los rascas de la ONCE, son la diversión y la emoción que se puede conseguir de forma rápida e inmediata. Algún participante también ha destacado las sensaciones placenteras que les reportan los establecimientos de juego con las luces, el olor y los sonidos característicos que tienen (Schüll, 2014).

Fragmento 23: Chica de 21 años.

Yo por ejemplo sí que he ido al Bingo, y si considero que era divertido, estas con la incertidumbre, estas con un grupo de amigos, y como son los cartones muy baratos pues entre todos no te gastas nada, y puedes estar bastante tiempo, estás cómoda, y es eso para echar el rato está bien.

Desde la perspectiva de los profesionales que han participado en el estudio el incremento de la oferta de juego, ya sea a través de nuevos espacios en los que jugar o de nuevos juegos a los que apostar, supone un riesgo por su fácil acceso y disponibilidad. El riesgo aumenta si le sumamos la normalización que se está produciendo del juego y de estos espacios vinculados a éste. Dos de las profesionales que participan en el estudio destacan que el ocio y la socialización de los más jóvenes debe ser tenida en cuenta por los progenitores, revisada por las políticas sociales, y fomentada de una forma sana. Desde su trabajo en intervención, ésta profesional recoge la dificultad que supone para muchos jóvenes con problemas de juego buscar alternativas de ocio y socialización saludables. Dicha profesional destaca que el juego ocupa casi el total del tiempo de estas personas, y que es difícil buscar alternativas de ocio para sustituir estos hábitos.

Fragmento 24: Profesional, 21 años de experiencia en adicciones.

Porque creo que es una obligación total de los padres que enseñen a gestionar a sus hijos el ocio y el tiempo libre y a ofertarles hobbies, deporte y tiempo.

Fragmento 25: Profesional, 16 años de experiencia en adicciones.

También hay muy pocas inquietudes, en hobbies como mucho consigues algo de deporte, pero ya está. Cuando les preguntas por lo que les gusta te dicen que viajar, pero lo dicen como porque le gusta a todo el mundo. No te digo que te vayas a Indonesia, pero vete a Olivenza, haz pequeñas excursiones, pero no te cuentan nada, su mundo es un círculo pequeño en lo que hacen como mucho es quedar con los amigos para comer y tomar cañas, hacer algo de deporte y nada más. Dentro de casa no tienen otra afición, bueno las series, pero no tienen otra cosa.

El papel de la familia en la normalización de ciertos juegos de azar

Como hemos visto en los resultados de la encuesta realizada, los juegos más populares entre la juventud extremeña son los cupones de la ONCE (22,9%), el EuroMillón (20,9%) y la Primitiva (20,2%).



Estos resultados coinciden con los obtenidos en los grupos focales, donde la gran mayoría de los participantes manifiesta que su familia nuclear y extensa juega a estos juegos y se ve como algo normal.

Fragmento 26: Chica de 21 años.

En mi familia se gasta mucha fortuna en lotería, es una tradición para ellos, esperan que le toque algún día.

Fragmento 27: Chica de 21 años.

La lotería la compra más mi abuela, es más hay veces que nos hemos encontrado con 10 boletos de lotería, revisando uno tras otro, y en cuanto a euromillones y eso, sobre todo mi padre.

Fragmento 28: Chica de 21 años.

En mi caso, mi padre es cada semana, a lo mejor echa dos apuestas a la semana.

Fragmento 29: Chica de 21 años.

Mi padre a veces compra los cupones esto de la paga o del euromillón, y en mi pueblo hay un lotero que los vende, pero cada vez que vamos a Villanueva o a Don Benito, que son pueblos más grandes, si se encuentra a alguien lo compra por si llega a tocar.

Sin embargo, la gran mayoría coincide en que, aunque su familia apuesta en los distintos juegos de las Loterías y Apuestas del Estado y/o la ONCE, no comparte que sus hijos e hijas apuesten en establecimientos de juego a apuestas deportivas, la ruleta u otros juegos de casino.

Fragmento 30: Chica de 21 años.

Porque creo que la lotería lo tenemos súper normalizado, yo por ejemplo no lo veo algo malo, porque lo ves tradición. Pero por ejemplo salimos a cenar y pasa el cuponero, y mi padre le coge un cupón y yo le digo que vaya tontería que se acaba de gastar el dinero para qué... y luego por ejemplo en mi familia sí que conocemos a amigos de mi hermano que apuestan y mi padre pues lo critica muchísimo porque lo ve muy peligroso, y es lo mismo una cosa que otra, pero hacen una diferencia bastante brusca.

Fragmento 31: Chica de 22 años.

Creo que mis padres si yo fuese a una casa de apuesta lo verían mal, por todo lo que se ve de hacerse adicto y demás, pero por ejemplo con la lotería no lo ven, porque muchas veces yo les digo no hace falta que compréis tanto, pero yo creo que si yo me metiese a apostar lo verían mal.

Fragmento 32: Chica de 21 años.

Piensan que si entras en una casa de apuestas vas a estar siempre erre que erre, que prácticamente vas a gastar lo mismo, pero lo ven completamente diferente.



Como comentábamos anteriormente, los rascas de la ONCE con un costo aproximado de entre 0,50€-7€, se han convertido en uno de los juegos de azar con dinero más habituales entre los adolescentes y los jóvenes. Este es uno de los pocos juegos que se ha observado, donde juegan de forma similar tanto las chicas, como los chicos. En la mayoría de los grupos focales cuando se preguntaban por juegos de azar y su relación con ellos, hablaban de las apuestas deportivas y los establecimientos de juego. Muy pocos adolescentes o jóvenes entendían los rascas como un juego de azar. Sin embargo, al preguntar explícitamente por ellos la mayoría había jugado en alguna ocasión, y muchos de ellos siendo menores.

A diferencia de los juegos que se ofrecen en los establecimientos, muchos jóvenes entienden los rascas como un juego inofensivo y que, además, es por “una buena causa”, justificando así las pérdidas como una acción solidaria. Además, jugar a los rascas está normalizado dentro de las dinámicas de algunas familias. En muchas ocasiones, son los propios jóvenes los que con el dinero restante de alguna compra o cena adquieren un rasca, pero en muchas otras ocasiones los regalan sus abuelas y progenitores, o los rascan en familia.

Fragmento 33: Chica de 17 años.

Además, con [los rascas] ayudas a los de la ONCE.

Como vemos, la familia aparece precisamente como el contexto en el que se normaliza y naturaliza, pero sobre todo procura los procesos de integración que facilitan que se consoliden los hábitos de juego (Megías, 2020). De este modo, aquellos adolescentes y jóvenes que no están preparados para enfrentarse a una actividad que conlleva riesgos, pueden desarrollar una dependencia (Megías, 2020).

El papel de los iguales y la experimentación con el juego

El grupo de amigos, los iguales, son un referente esencial en la etapa de la juventud, pero sobre todo de la adolescencia. Como hemos visto en el apartado anterior, los primeros contactos con el juego suelen suceder dentro del seno familiar con aquellos juegos que están más arraigados a nivel cultural. Sin embargo, no son con los únicos referentes con los que se empieza a experimentar en torno al juego. Las primeras visitas a los establecimientos de juego suelen ser con los iguales, y en ocasiones suceden en los establecimientos de juego que están más cerca de los institutos.

Fragmento 34: Chico de 24 años.

Bueno yo cuando tenía 16 años, estaba en Bachillerato y como nos dejaban salir en el recreo, pues nos íbamos al “Sportium”, que estaba cerca del instituto, y echabas un 1€ de estos que echas a muchos partidos, y por ese euro, nos podían tocar 200€, pero nunca nos tocó a ninguno (risas de todas las personas de la sala).

Los y las jóvenes extremeños no destacan que la motivación inicial para jugar sea el factor económico, sino el social. Sin embargo, sí son conscientes del refuerzo positivo que supone el ganar dinero, así como las emociones positivas que se generan en torno al hecho de ganar. Unos pocos



jóvenes se reconocen como una generación basada en la inmediatez, y consideran que muchos de los nuevos juegos de azar cumplen con esta necesidad de obtener refuerzos de una forma rápida y sencilla.

Fragmento 35: Chica de 22 años.

Yo creo que estos chicos van juntos para divertirse, pero también para ganar dinero porque dependen de sus padres ya que viven aquí en Badajoz, y si apuestan y ganan dinero, pues ese dinero es para ellos.

Fragmento 36: Chica de 21 años.

Somos una generación de gente frustrada, la gente busca una solución fácil, rápida y encima divertida, para eso que todos necesitamos, que es un poquito de dinero para vivir y seguir formándonos.

Fragmento 37: Chica de 21 años.

Para mí la relación entre juegos de azar y gente joven es directa, pero no solamente porque somos jóvenes, sino porque somos jóvenes en la generación de ahora, que estamos acostumbrados a respuestas virtuales rápidas, redes sociales, la situación económica es bastante mala, pues nos predisponen desde muy pequeños para acceder a este tipo de sitios.

Muchos de los participantes ponen de relieve que la imitación y la presión grupal, son dos factores que afectan en gran medida a la población más joven a la hora de jugar las primeras veces.

Fragmento 38: Chica de 18 años.

Yo tengo varios amigos que no es que apuesten de seguido, pero si cuando hay un partido de fútbol, uno va a apostar y convence al resto para que se apunten.

Fragmento 39: Chica de 21 años.

En un grupo de amigos donde solo apueste uno, al final acaban apostando todos, a la hora de celebrar cumpleaños, o de incitar.

Los expertos también reconocen la importancia de la presión grupal en las personas jóvenes, y como afecta el hecho de que el juego se esté normalizando. Apuntan que quizás a través de las asociaciones juveniles se podría impulsar campañas de prevención y otras alternativas de ocio saludable.

Fragmento 40: Profesional 1. Dilatada experiencia profesional en el juego.

Nosotros la dificultad que encontramos para trabajar con la población más joven es la presión del grupo, es decir, como está todo muy normalizado, el juego como otro ocio más, la tecnología, el uso de los videojuegos, de los teléfonos forma parte de su día a día. [...] Trabajamos con ellos a nivel de asertividad, de autoestima, para que encuentre otras maneras de ocio saludable, pero



que tampoco se desarraigue y pierda ese rol en su grupo; entonces, aunque nosotros hagamos un trabajo individual, sería importante trabajar la prevención en grupo, por ejemplo, a través de asociaciones juveniles, para que ellos no se sientan el bicho raro.

Juego online

El juego online con dinero presenta la oportunidad de jugar en cualquier momento y en cualquier parte, siempre que se tenga una cuenta bancaria y un dispositivo con acceso a Internet. Esto ha hecho que el juego online se plantee como un nuevo escenario de juego con sus propias características. A diferencia de lo que ocurre con el juego presencial, muy poco de los participantes afirman conocer gente que juegue online, y los que lo hacen suele estar relacionado con apuestas deportivas. Aunque el juego presencial parece estar normalizado y aceptado como parte del ocio juvenil, el juego online lo asocian a un juego individual y por tanto problemático.

Fragmento 41: Chica de 21 años.

Mis amigos la verdad que en donde más apuestan es a apuestas deportiva, tipo “Codere” y eso presencial, y luego también online en otras plataformas; normalmente cuando hay partidos grandes de fútbol.

Fragmento 42: Chica de 21 años.

Mis amigos sobre todo hacen apuestas deportivas, de fútbol, entonces cada vez que hay un partido importante o algún partido que creen que pueden ganar dinero, apuestan, y suelen ir al “Codere”, o apuestan online con el “Bet365” creo que es.

Algunos participantes reflexionan sobre la evolución de sus prácticas de juego. Comenzaron acudiendo a establecimientos de juego para hacer apuestas deportivas, mientras que ahora por comodidad realizan apuestas online en aquellos partidos que consideran importantes, aunque las apuestas siguen siendo grupales. En ocasiones, aunque la apuesta se esté haciendo online y sin el grupo de amigos, se comenta por mensajería instantánea.

Fragmento 43: Chica de 21 años.

Antes cuando estábamos en el instituto iban más apostar presencialmente, ya que generalmente teníamos cerca una casa de apuestas. Entonces lo típico, salimos del colegio y como no había mucha restricción para entrar pues entraban y apostaban. Y ahora apuestan igualmente, pero son más perezosos y lo hacen por el móvil, pero no creo que haya variado el tiempo de apuesta.

Fragmento 44: Chica de 22 años.

Que lo suelen hacer junto a otros amigos, o a veces cuando lo hacen online, aunque lo están haciendo ellos solos, sí que comentan por WhatsApp entre ellos: “¿qué estáis apostando?, ¡venga pues yo también apostado ahí!”



Fragmento 45: Chico de 22 años.

Mis amigos antes la preferían presencial, pero ahora mismo hay muchas aplicaciones que te hacen lo mismo y puedes echar la apuesta desde el sofá de tu casa y es mucho más cómodo, pero hoy en día, una vez al mes o así es lo que frecuentan.

Los expertos y técnicos que trabajan con personas con problemas de juego dicen que llegan pocos jóvenes menores de 30 años con problemas de juego. Los expertos y técnicos extremeños establecen que la edad del perfil de personas que acuden en busca de ayuda por problemas de juego se encuentra en torno a los 30 años.

Fragmento 46: Profesional 2. Psicóloga con 15 años de experiencia profesional en el juego.

Nosotros los que atendemos en tratamiento por juego online generalmente tienen unos 30 años, los que hemos atendido jovencitos, generalmente han empezado siendo menores de edad a jugar, y a nosotros han llegado con poquitos años, no es lo normal, pero llegan esos perfiles, que sorprenden, porque claro supuestamente no se puede apostar a esas edades, pero lo hacen; y universitarios también nos han llegado, pero la media de demanda de tratamiento online son los 30 y algo de años.

En cuanto a los efectos de la pandemia en el juego, al igual que la literatura recoge (Emond et al., 2021; Håkansson, 2020), los expertos y técnicos extremeños señalan que los efectos aún están por verse. Coinciden en que, a diferencia del juego presencial que por las restricciones estaba limitado, el juego online era una de las pocas alternativas de ocio disponible durante el confinamiento. Los expertos destacan que hubo gente que se benefició de estas restricciones y dejó de jugar. Mientras que otra gente que jugaba presencial, empezó a jugar más online. Incluso destacan que un porcentaje de los jóvenes que ahora están llegando con problemas de juego online se inició en la pandemia por el mero aburrimiento y la búsqueda de sensaciones.

Fragmento 47: Profesional 1. Dilatada experiencia profesional en el juego.

Si que es verdad que algunas personas que nos han llegado después nos refieren que han empezado los juegos de azar durante el confinamiento.

Fragmento 48: Profesional 7. Pocos meses de experiencia profesional en el juego.

La pandemia ha venido bien a la gente que jugaba en las casas de apuestas, pero que ha desfavorecido ha sido a la gente joven, que se ha iniciado en el juego online, que antes jugaba de forma esporádica, y con el confinamiento lo han empezado a hacer más seguido; entonces las demandas que se han tenido una vez que ha pasado el confinamiento, nos encontramos a gente joven que tenía mucha más adicción al juego online.

Fragmento 49: Profesional 5. 16 años de experiencia profesional en adicciones.

Una de esas personas que tuve en sesiones online me comentaba que estaba muy aburrido, que estaba todo el día encerrado, y que le apetecía jugar para tener una emoción, sentir emociones, ya que no sabía que hacer, en que invertir su tiempo, y el juego era lo más fácil para él.



La edad y juego

Como comentábamos en otros apartados de este informe, la edad es un factor de vulnerabilidad en el juego, y cuanto más temprano se inicie una persona en este, mayores probabilidades tiene de acabar desarrollando un problema de juego. Muchos de los y las jóvenes que han participado en este estudio, a pesar de las prohibiciones, han jugado o se han iniciado en el juego siendo menores. Es verdad que la mayoría de ellos coinciden en que en los últimos años la legislación vigente se cumple, y el acceso a menores se ve dificultado.

Fragmento 50: Chico de 16 años.

No, nada más abres la puerta, aunque sea para pedir un vaso de agua, para entrar al servicio te piden el DNI y si no tienes 18 no te dejan ni ir al servicio.

A pesar de las prohibiciones, algunos menores consiguen jugar, sobre todo pidiéndole a un tercero, en muchas ocasiones un hermano o un primo, que apueste por ellos. Este tipo de triquiñuelas para jugar generalmente va asociado a las apuestas deportivas, ya que no son juegos que requieren tanta inmediatez.

Fragmento 51: Chica de 21 años.

[Las personas que yo conozco] le cogían los carnets de conducir a sus hermanos mayores, y así podían entrar.

Fragmento 52: Chico de 16 años.

Se lo di [el dinero] a un amigo [para que apostara por mí]. Había tres partidos que yo sabía cómo iban a salir y aposté un euro.

Al igual que en el estudio de Mendoza Pérez *et al.* (2021), hemos observado que cumplir la mayoría de edad y el acceso al juego tienen una serie de prácticas asociadas. Los participantes de la investigación relatan que en muchas ocasiones se celebra cumplir la mayoría de edad yendo a un establecimiento de juego, o directamente celebrando el cumpleaños en el mismo establecimiento de juego.

Fragmento 53: Chica de 21 años.

Yo por ejemplo sí considero que es un punto de socialización, porque en mi pueblo hay gente que cumple los 18 años para irse a celebrar el cumpleaños a una casa de apuesta; y con unos pocos céntimos puedes apostar, y con un poco de suerte que tengas pues ya te enganchas.

Por último, con relación a la edad, también se ha observado que a medida que se cumplen más años, el interés por el juego decrece, quedando el juego asociado a la juventud y la experimentación.

Fragmento 54: Chica de 21 años.

A mí me gustaba mucho la verdad, y el olor cuando pasaba por delante del “Codere”, y eso pues me ponía un poco nerviosa la verdad, el sonido de las máquinas cuando caen las monedas y tal,



son cosas que recuerdo y que me gustaban mucho, pero creo que éramos conscientes de lo que hacíamos y lo dejamos y ya está.

Los técnicos y expertos extremeños destacan que se han encontrado con algún que otro joven de 18 y 19 años que acuden ya con problemas de juego y que, lógicamente, habían comenzado siendo menores.

Fragmento 55: Profesional. Más de 20 años de experiencia en adicciones.

Muchos, la mayoría de los casos han jugado antes de los 18. Lo que pasa es que a partir de los 18 cuando ya es más fácil pues se han metido de lleno y entonces es cuando ha empezado el problema gordo y vienen con los 18,19 y por eso te digo que es un transcurso muy poquito de tiempo, pero si has estado jugando de antes siendo menor de edad y has estado jugando cuando tienes la mayoría de edad, te abres y si trabajas y tienes tu dinero pues.

Los expertos nos recuerdan que el acceso al juego de menores no solo sucede a través de los establecimientos de juego o el juego online. Muchos jóvenes acceden a través de otros medios, como las terminales para realizar apuestas de los bares, los quioscos de la ONCE y/o de Loterías de Apuestas del Estado.

La publicidad y el juego

Los y las jóvenes de hoy en día se han visto sometidos a un aumento a la exposición a estímulos de juego, ya sea a través del aumento de establecimientos de juego, los patrocinios deportivos y/o la publicidad. A pesar de la actual normativa que regula la publicidad, las personas jóvenes siguen considerando que aún es excesiva y que es claramente, una publicidad dirigida a atraer a la gente joven.

Fragmento 56: Chica de 22 años.

Yo pienso que cada vez se está enfocando más a la población joven, porque la publicidad va dirigida hacia ellos, y también por los precios que ponen que son asequibles para nuestras edades, entonces la gente joven se ve más influenciada por esos aspectos.

En general, coinciden en que es una publicidad masculinizada donde la mayoría de los referentes son hombres.

Fragmento 57: Chico de 24 años.

Generalizando un poco, normalmente los chicos son los que nos gusta el fútbol, entonces tú ves un partido de fútbol, y toda la publicidad es de casas de apuestas, y eso acaba influyendo.

Fragmento 58: Chica de 21 años.

Yo creo que es bastante atractiva, porque creo que por ejemplo Nadal ha hecho un anuncio, y a ver, si tú vas a un partido de tenis porque te gusta y ves a Nadal publicitando apuestas, pues un poco más atractivo para ti será.



Los y las participantes del estudio destacan que la publicidad de juego online es más difícil de esquivar.

Fragmento 59: Chico de 22 años.

Mira pues si te metes en aplicaciones para ver el resultado del partido, pues te salta las cookies de Google y ya te empieza a salir publicidad por todos lados. A lo mejor te dicen esta página te paga más que esta, las cuotas, y una página te salta otra y así, son publicidades masivas.

Fragmento 60: Chico de 18 años.

Normalmente los anuncios están vinculados a la vida de cada uno, porque es bastante obvio que los anuncios y los datos van directamente a tus anuncios. Por ejemplo, a mi amiga le salen bastante más anuncios de apuesta que a mí, a mí me salen en YouTube o así cada no sé cuánto tiempo, y la verdad que se nota bastante.

Por su parte los expertos destacan la importancia de controlar y minimizar toda esa publicidad que llega vía online a aquellas personas que están en tratamiento. Para ello, se recomienda que las personas controlen las cookies para evitar cualquier publicidad de juego o, incluso de microcréditos.

Fragmento 61: Profesional, 16 años de experiencia en adicciones.

Lo incorporamos al protocolo de tratamiento online con la universidad de Valencia, que fue acceder a esas casas mandándoles un documento para cortar el acceso, que las cookies no te salgan, que no puedan contactar contigo. No es que no acceda a la página, sino que no quiero ninguna información de ti. Entonces sí que intentamos cortarles el acceso cuando cojan su móvil, el acceso a la publicidad, que esta no le aparezca, pero esto no solo para apuestas, sino también con microcréditos, Cofidis y todos estos. Eso sí que es algo que cuesta hacer, no porque no quieran sino porque es un rollo, es ir una por una.

Género

En los grupos focales realizados con adolescentes y jóvenes cuando se explora por la percepción del juego en el grupo de iguales, la mayoría relata que son más sus amigos que sus amigas las que juegan. Bien es cierto, que en algún grupo de amigos son las chicas quienes más juegan, pero esto no suele ser lo habitual. Las chicas no acuden tanto a los establecimientos de juego como los hombres, aunque si juegan en mayor medida a juegos como los rascas de la ONCE, distintos juegos de las loterías y apuestas del estado, y/o al bingo.

Los expertos y técnicos extremeños a la hora de determinar un perfil también establecen que son los hombres los que más juegan, y los que más problemas acaban desarrollando con el juego. Los expertos también recogen que muchas mujeres acaban accediendo al juego a través de sus parejas, ya que en muchas ocasiones acuden a los establecimientos de juego como acompañantes.



Fragmento 62: Profesional. Más de 20 años de experiencia en adicciones.

Yo creo que con las casas de apuestas y el juego online hay más mujeres jugadoras, porque juegan, apuestan, van con su pareja y sí apuestan ellas también. No sé hasta qué punto llegará, pero por lo que veo y escucho en gente joven, en sus grupos hay chicas que hablan mucho del juego e ir con las parejas y amigos. Así que creo que también se ha extendido entre las chicas, pero aquí no vienen.

Los expertos señalan que a pesar de lo que dice la literatura respecto al juego en la mujer, en Extremadura, aún son muy pocas mujeres las que acuden en busca de ayuda.

Fragmento 63: Profesional. 16 años de experiencia en adicciones.

La proporción [de mujeres que juega] es menor y si tienen un problema tardan más en llegar, y cuando llegan el problema es más grande. No te llegan cuando alguien se asusta, tiene que ser un susto muy grande, cuando el problema se ha desbordado y no tienen más remedio. Pero jugar juegan menos, pero yo estoy preocupada porque creo que es cuestión de tiempo. Aunque el lazo del juego está hecho para gente joven y hombres, en el momento en el que empiecen a ver a las mujeres como un perfil, van a por nosotras, cambiando la publicidad, por ejemplo.

Fragmento 64: Profesional 3. Dilatada experiencia profesional en adicciones.

En 2020 la edad media fue de 34,7 de todos los atendidos en Extremadura, tanto en centros, como en ONG de conductas adictivas, el 3% mujeres, el resto varones.

Aun así, se destaca que ya existen protocolos, y se están preparando para cuando el perfil de las mujeres comience a llegar.

Fragmento 65: Profesional. Más de 30 años de experiencia en adicciones.

Son muy pocas y nos gustaría que vinieran porque ya tenemos el esquema hecho de cómo tratarlas. Pero hemos tenido muy pocas, a veces llega una o dos. Son pocas, sabemos cómo hacerlo, sabemos que hay que ir por el alivio del malestar más que a la impulsividad del jugador. Hay que trabajar más las emociones, el por qué han empezado con el juego y todas esas historias. Pero no hemos llegado a tener un número de mujeres como para crear un grupo.



FASE III

GRUPOS FOCALES SOBRE VIDEOJUEGOS





8.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA

Periodo de realización: Marzo y abril del 2021.

Participantes: Para reclutar la muestra necesaria para realizar los grupos focales, se contactó con distintos centros educativos que fueron previamente seleccionados atendiendo a las variables de contexto (rural-urbano), y la financiación del centro (público-concertada-privada). De los centros que respondieron al llamamiento, se seleccionaron distintos cursos y aulas para tener representación de los distintos niveles de la Educación Secundaria Obligatoria (E.S.O.).

La muestra final de esta fase estuvo compuesta por un total de 154 personas, repartidas en dieciséis grupos focales. Dichos grupos focales se realizaron con alumnos de educación secundaria obligatoria, pertenecientes a tres centros de la provincia de Badajoz. En la Tabla 19, se muestra de forma resumida los perfiles de las personas participantes.

Tabla 19: Perfiles de las personas participantes en los grupos de focales.

CENTRO	POBLACIÓN	Nº	GÉNERO	CURSOS
Concertado	Badajoz	37	19M - 18F	4º ESO
Público	Badajoz	20	16M - 3F	2º ESO – 4º ESO
Público	Villafranca de los Barros	98	51M - 45F - 2NB	1º ESO – 3º ESO

Para evitar incluir en la muestra a personas con problemas con los videojuegos, se les administró previamente el Cuestionario de Experiencias Relacionas con los Videojuegos (CERV) (Chamarro *et al.*, 2014), junto a unas preguntas extras centradas en el uso de microtransacciones.

Procedimiento: Debido a las escasas investigaciones realizadas en España con población adolescente en torno a las loot-boxes y los videojuegos, se utilizó una investigación cualitativa basada en grupos focales. Esta elección metodológica permitiría aproximarnos a las prácticas, usos, y percepciones de los adolescentes en torno a los videojuegos.

Los grupos focales se realizaron con el permiso y acuerdo de los centros educativos y los progenitores. Los distintos centros educativos ofrecieron espacios y horarios para la realización de los grupos focales, que cumplieran con las medidas sanitarias vigentes.

Los temas relevantes que tratar en los grupos fueron aquellos relacionados con el uso de las nuevas tecnologías, las microtransacciones, las emociones asociadas al juego, la visión de los iguales, y la perspectiva de género. En la Tabla 20, se presenta de forma ampliada el contenido específico de temática global.



Tabla 20: Tema a explorar en los grupos focales.

TEMA	CONTENIDO
Ocio online y uso de las nuevas tecnologías	Ocio en el tiempo libre Uso de los medios digitales Uso del videojuego
Motivos de compra con microtransacciones	Percepción sobre las loot-boxes Motivos de compra Uso de dinero en micropagos
Emociones asociadas al juego	Sentimientos al jugar Sentimientos al abrir loot-boxes
Visión de los iguales	Uso social de las microtransacciones Opinión de los iguales
Perspectiva de género	La mujer como jugadora Rol de la mujer en los videojuegos

Cada uno de los cinco apartados desarrollados en la Tabla 18, contaba con una lista de verificación para comprobar que se habían cubierto los temas de interés para la investigación. En caso de que no se estuviera cubriendo la lista de verificación, se contaba con una serie de preguntas más estructuradas que plantear a los y las participantes. En general, todos los grupos funcionaron adecuadamente, teniendo que recurrir en contadas ocasiones, a estas preguntas más estructuradas.

Aspectos éticos de la investigación: Debido a que el proyecto tiene como parte fundamental el trabajo con adolescentes, ha sido necesario para su participación, el consentimiento de varias partes al tratarse de menores de edad. Para ello, se han redactado consentimientos informados dirigidos a los centros educativos y a los padres/madres/tutores del alumnado. De igual manera, al ser una actividad voluntaria, los propios alumnos han decidido si desean o no formar parte de la investigación, teniendo en cuenta factores como el hecho de que van a ser grabados, a pesar de que se mantenga su anonimato en la posterior transcripción.

Análisis de datos: El contenido de todos los grupos focales fueron anonimizados y transcritos para su posterior análisis. Todo el contenido fue analizado temáticamente (Braun y Clarke, 2006). En primer lugar, la información se agrupó en categorías y se realizó un primer análisis descriptivo, el cual continuó con un análisis interpretativo, y finalizó con un análisis reflexivo (Venegas, 2008). Todo este proceso de análisis cualitativo fue realizado con ATLAS.ti7.



8.2. RESULTADOS

Principales hallazgos:

- Las redes sociales y los videojuegos tienen un papel protagonista en el ocio de los adolescentes; papel que se ha visto intensificado durante el periodo pandémico.
- Los y las adolescentes siguen solicitando alternativas al ocio virtual, piden lugares donde poder divertirse de forma presencial junto a los iguales (ej. Espacios deportivo, bares, recreativos).
- Los y las adolescentes son críticos y son conscientes del efecto adictivo que pueden generar las *loot boxes* o el contenido descargable de pago.
- Los principales motivos para comprar una *loot-box* suelen estar relacionados con la obtención de mejoras u elementos exclusivos. Motivo que destacan varios adolescentes es la influencia de los *Youtubers* a la hora de decidir si comprar o no *loot-boxes*.
- La perspectiva de género y el uso de videojuegos guarda una estrecha relación, donde la imagen de la mujer está mucho menos presente, tanto como jugadora, como en la representación recibida en el juego, que se encuentra sexualizada y cosificada.

A continuación, se tendrán en cuenta las aportaciones ofrecidas por los 154 participantes, ilustrando con *verbatim*s aquellas que resulten más relevantes. Los resultados obtenidos han sido clasificados en cuatro apartados, siendo estos: (a) medios digitales y ocio en los adolescentes, (b) el videojuego como forma de ocio, (c) *loot-boxes* y otras microtransacciones, y (d) la mujer en el videojuego.

Medios digitales y ocio en los adolescentes

Al igual que se ha visto en la literatura (Varela Crespo *et al.*, 2016; Olmedo-Rodríguez, 2019), los adolescentes entrevistados coinciden en que los medios digitales forman parte indispensable tanto de su socialización, como de su ocio y tiempo libre. La mayor parte de ellos, emplean el móvil como dispositivo principal para el ocio, seguido de las consolas, y dejando a los ordenadores y a las *tablets* relegados a un uso ocasional. El estudio de Varela Crespo *et al.* (2016) destaca como los medios digitales suponen un elemento vital en el entretenimiento adolescente, siendo la navegación por Internet y el uso de redes sociales, las principales actividades lúdicas. Resultados similares se encontraron en los grupos focales, donde la gran mayoría de los participantes coinciden en que utilizan el móvil, un número considerable de horas, y principalmente para entrar en redes sociales (ej.: Instagram, TikTok, etc.), y jugar a videojuegos.

Fragmento 1: Alumno de 3º ESO de un centro público.

Nada más levantarme miro el móvil, miro si tengo algún WhatsApp y si no miro Instagram. Después, desayuno con el móvil viendo TikTok o Instagram. Después, cuando llego del instituto,



como sin el móvil y ya hasta las 16:30-17:00 estoy con el móvil y miro Twitch, Twitter, Instagram, TikTok, y cuando termino los deberes hago lo mismo.

En cuanto al tiempo dedicado a los videojuegos, en este caso encontramos dos grandes grupos, aquellos que juegan únicamente durante los fines de semana, y los que juegan todos los días, al terminar de hacer sus deberes.

Fragmento 2: Alumno de 4º ESO de un centro concertado.

Suelo jugar los fines de semana, que es cuando tengo tiempo libre, y puedo jugar dos o tres horas por las mañanas.

Fragmento 3: Alumno de 1º PMAR de un centro público.

Cuando termino de estudiar y no tengo nada que hacer, pues me pongo una hora o dos y los fines de semana.

El tiempo de uso del móvil y del videojuego aumentó durante el confinamiento por parte de la mayoría de los participantes. El tiempo dedicado a videojuegos durante el confinamiento, superaba en muchos casos las cinco horas diarias, y en menor cantidad las diez horas diarias. Durante la pandemia, los videojuegos adquirieron un gran valor por su papel socializador, y por ser una de las pocas alternativas de ocio y entretenimiento disponible. Muchos participantes destacan que utilizaban los videojuegos para estar con sus amigos, así como hacer más liviano el hecho de no poder salir de casa, siendo estos resultados similares a los ofrecidos por otros estudios a nivel internacional (Sabando Molina y Torres Rentería, 2020).

Fragmento 4: Alumno de 4º ESO de un centro concertado.

En cuarentena, más de 15 [horas] al día, lo digo en serio.

Fragmento 5: Alumno de 3º ESO de un centro público.

Antes del confinamiento solo jugaba 2 o 3 horas al día, y cuando llegó el confinamiento, eso fue la bomba, jugaba a la Play desde que me levantaba hasta que me iba a la cama, y a veces jugaba con el móvil. Pero más que por el juego, es porque estabas con amigos, aparte de las redes sociales, no había otro método.

Aunque gran parte del ocio de los adolescentes está mediado por los medios digitales, como por ejemplo las redes sociales y los videojuegos, éstos también realizan otras actividades. Sin embargo, perciben que existen pocas alternativas de ocio offline para la gente de su edad, considerando esto como un gran problema, y coincidiendo con lo expuesto en los estudios, realizados en Extremadura, de Olmedo-Rodríguez (2019) y Pavón Benítez (2020).

Fragmento 6: Alumno de 3º ESO de un centro público.

Hay mucha población joven y si pusiesen cosas para los jóvenes, pues no estaríamos tanto tiempo encerrados en nuestra habitación.



Los espacios que reclaman varían en función de si hablamos de un entorno rural, o uno urbano. En la ciudad de Badajoz, las peticiones pueden resumirse en la creación de espacios de ocio como boleras o salones recreativos. Mientras que, en pueblos, las peticiones van más dirigidas a restaurantes, tiendas o discotecas para menores.

Fragmento 7: Alumno de 3º ESO de un centro público.

En el tema de entretenerte, yo fui de viaje a Benidorm y había un recreativo enorme y eso me encantaría, vas, te tiras toda la tarde ahí y seguramente no te aburras.

Fragmento 8: Alumna de 2º PMAR⁹ de un centro público.

En Almendralejo han hecho un McDonald's y ya había un Burger King, aquí pueden hacer lo mismo, y poner más tiendas de ropa.

El videojuego como forma de ocio

Para los participantes, el videojuego es utilizado principalmente como una forma de entretenimiento, usada en aquellos momentos donde se encuentran aburridos. Estos resultados, quedan recogidos en el cuestionario CERV, donde un 50,6% utilizan de manera asidua el videojuego como forma de distracción, y un 34,4% lo ha utilizado alguna vez. Los resultados del estudio de Hinojal y Pirro (2020) reflejan datos similares, donde alrededor de un 75% lo usaba para divertirse, y en torno a un 40% lo usaban para pasar el rato.

Fragmento 9: Alumna de 4º ESO de un centro concertado.

Cuando estoy aburrida y no tengo nada que hacer, me pongo a jugar a cualquier juego del móvil.

Encontramos un menor número de personas que afirman que juegan con el objetivo de evadirse de sus problemas. Esto es apoyado por los resultados del CERV, donde el 24,7% suele usar los videojuegos como forma de evasión de manera persistente.

Fragmento 10: Alumno de 2º ESO de un centro público.

Yo juego a la Play como para evadirme del mundo; cuando tengo algún problema, estoy cansado... no juego para ganar, sino para divertirme.

Sin embargo, aunque observan estos beneficios, tanto los participantes que no juegan, como los que lo hacen, son conscientes de que un uso compulsivo del videojuego es negativo para ellos.

Fragmento 11: Alumna de 3º ESO de un centro público.

Es positivo en algunas ocasiones porque puedes desconectar, pero si lo usas en exceso, pues es malo.

⁹ Programa de Mejora del Aprendizaje y del Rendimiento de alumnado de la ESO (PMAR). Es similar a los antiguos programas de diversificación.



Otro motivo que lleva a los adolescentes a jugar es la socialización, debido al componente social que es inherente al videojuego, y que se ha incrementado con la llegada del juego en línea (Hinojal y Pirro, 2020). Por lo general, los participantes prefieren jugar con amigos, antes que, en solitario, ofreciendo el juego online una nueva forma de estar juntos, aunque separados. Esto les permite compartir experiencias de juego con los iguales de una manera más sencilla. Resultados similares se encuentran en los estudios de Machargo-Salavador *et al.* (2003), donde se concluye que los adolescentes prefieren jugar acompañados, antes que, en solitario.

Fragmento 12: Alumna de 4º ESO de un centro concertado.

Yo llegué a un punto en el que solo jugaba online, si no estaba jugando con amigos en internet, apagaba la consola.

La comunicación y la socialización llevan a que los juegos más populares tengan como base la competición o la cooperación, siendo FIFA¹⁰, Fortnite¹¹ y GTA V¹², los más comentados por los participantes. Otro aspecto interesante que destacar, es que los géneros más populares en la actualidad son los juegos deportivos y los *shooters*¹³. Diferentes estudios coinciden en que los juegos más populares entre los adolescentes son los juegos *arcade*¹⁴, donde se incluyen los deportivos, y los estratégicos, donde se incluyen los *shooters* (Hinojal y Pirro, 2020; Sánchez-Rodríguez *et al.*, 2010).

Fragmento 13: Alumna de 4º ESO de un centro concertado.

Yo pienso que los videojuegos que están triunfando ahora son los juegos que puedes competir, y que puedes cooperar, como FIFA, Fortnite, o LoL.

Fragmento 14: Alumno de 4º ESO de un centro público.

Los más populares son Minecraft, GTA, FIFA y Fortnite.

Estos videojuegos populares comparten diferentes características, más allá de ser juegos competitivos y/o cooperativos, todos ellos contienen algún tipo de micropago. En la Tabla 21, podemos observar estos datos.

Tal y como podemos comprobar, todos los videojuegos populares comentados por los participantes contienen microtransacciones, de los cuales, cuatro de ellos incluyen *loot-boxes* de manera adicional. De igual manera, es interesante ver como todos los juegos populares son videojuegos como servicio, implicando actualizaciones de contenido de manera constante.

El hecho de que los juegos populares sean competitivos y/o cooperativos, parece presentar mucha relación con las emociones ligadas al juego. Para los participantes, especialmente los varones,

¹⁰ FIFA es una saga de videojuegos de fútbol creada por EA.

¹¹ Fortnite es un videojuego donde 100 jugadores luchan por ser el último en pie.

¹² GTA V, (Grand Theft Auto V) es un videojuego de acción centrado en la vida de varios criminales.

¹³ Los shooters suelen ser juegos de acción bélica.

¹⁴ Los videojuegos arcade son caracterizados por ofrecer partidas cortas donde el objetivo siempre es el mismo.



Tabla 21: Características de los videojuegos populares.

Juegos	Juego como Servicio	Microtransacciones	Loot-boxes
FIFA	Si	Si	Si
Call of Duty	Si	Si	Si
GTA V	Si	Si	No
Rocket League	Si	Si	Si
Fortnite	Si	Si	No
League of Legends (LoL)	Si	Si	Si
Minecraft	Si	Si	No

las emociones que destacan y que sienten con mayor frecuencia son la ira y la frustración, al ser derrotados o al perder una partida. Estas emociones, en muchos casos, se presentan de manera descontrolada, llegando a destruir elementos como mandos o televisores, lo cual demuestra una falta de autocontrol e impulsividad.

Fragmento 15: Alumno de 3º ESO de un centro público.

Cuando me matan me altero, porque no me gusta; me enoja, y he tirado el móvil o he roto cosas. También digo muchas palabrotas.

Los creadores de contenido, *Youtubers*, parecen actuar como referentes a la hora de mostrar estos comportamientos, al observar que muchos de ellos prefieren ver videos donde se muestran comportamientos similares.

Fragmento 16: Alumno de 1º PMAR de un centro público.

En Twitch y en YouTube sigo a muchos Youtubers, algunos se cabrean más y otros se cabrean menos, a mí me gustan los que se cabrean más.

Loot-boxes y otras microtransacciones

A continuación, se abordarán todas las percepciones y/o experiencias de los participantes en relación con las *loot-boxes*, y otro tipo de microtransacciones.

Percepciones generales y tendencias de consumo

Respecto a las *loot-boxes*, estas son percibidas por la mayoría de los entrevistados como una práctica negativa, explicando que es algo que puede generar adicción, y que a su vez no resulta rentable, ya que consideran que se encuentran trucadas y pensadas para que gastes grandes cantidades de dinero intentando conseguir algún producto en específico. La consideración de las



loot-boxes como elementos adictivos concuerda con otros estudios, donde se valora la opinión de los jugadores, los cuales indican que las *loot-boxes* deterioran el videojuego, y las comparan con juegos de azar (Nguyen *et al.*, 2018; Sakhapov y Brown, 2020).

Fragmento 17: Alumno de 4º ESO de un centro concertado.

Yo creo que eso puede provocar adicción porque, a lo mejor ve que en esa caja le ha salido algo bueno y piensa que van a ser así todas las cajas, y se va arruinando poco a poco.

Los participantes, en general, no suelen gastar dinero en estos elementos, prefiriendo aquellas *loot-boxes* obtenidas de manera gratuita en los videojuegos. Sin embargo, algunos participantes entienden que las *loot-boxes* gratuitas son de peor calidad que las obtenidas pagando, percibiendo que el contenido de estas es más exclusivo. Esto es difícil de confirmar, ya que las probabilidades de obtener un determinado objeto no suelen ser reveladas por las empresas, y por tanto, es difícil saber si en las *loot-boxes* compradas las probabilidades de obtener un producto raro son mayores que en las gratuitas.

Fragmento 18: Alumno de 4º ESO de un centro concertado.

Yo pienso que gastarse dinero es una tontería, porque yo me he gastado dinero en el FIFA, y no me ha tocado nada. Por ejemplo, hay desafíos en los que te dan sobres y he conseguido más en los desafíos que comprando sobres.

Fragmento 19: Alumna de 4º ESO de un centro concertado.

Yo pienso que, en las cajas, los premios que ganas gratis son peores que los que te puedes comprar tú, al final si te los compras y te tocan mejores cosas, vas a seguir comprando, ¿no?

Como consecuencia de este componente de aleatoriedad, entre los adolescentes prevalecen otros modelos de consumo, tales como aquellas microtransacciones donde se asegura el contenido por el que han pagado, como pueden ser pases de batalla ¹⁵ o *skins*.

Es sobre este tipo de micropagos, frente a las *loot-boxes*, donde los participantes indican que suelen gastar su dinero o conocen a gente que lo hace. Los adolescentes que juegan de manera asidua, en general, reconocen gastar grandes cantidades en estos productos de manera escalonada, entre 50 y 1000 euros, o, por el contrario, tienen conocidos que han gastado cifras similares.

Fragmento 20: Alumno de 1º ESO de un centro público.

Llevo jugando 4 años, y en ese tiempo me habré gastado entre 500 y 700 euros.

Motivos de compra

En referencia a los motivos de compra de las *loot-boxes*, los participantes estiman que suelen comprarse con la intención de obtener ventajas frente al resto de jugadores, y en menor proporción para obtener elementos estéticos, como por ejemplo las *skins*.



Fragmento 21: Alumno de 4º de un centro concertado.

Creo que les incentiva a llegar a más niveles, teniendo esas cartas, ayuda a subir al nivel más rápidamente.

Estos motivos coinciden con los expuestos en los estudios de Nguyen *et al.* (2018), y los de Zendle *et al.* (2019), sin embargo, éstos incluyen la excitación por abrir cajas, elemento que no es determinante para los participantes de la presente investigación.

Otro motivo que destacan varios adolescentes es la influencia de los *Youtubers* a la hora de decidir si comprar o no *loot-boxes*. Al ser figuras de referencia y al subir contenido relacionado con aperturas de sobres o cajas, incitan a los adolescentes a imitarles. No obstante, los participantes se muestran críticos, y son conscientes de que estos videos son, en muchas ocasiones, montajes donde solo se muestran los contenidos de mayor rareza, y, por tanto, saben que las probabilidades reales son menores a las mostradas.

Fragmento 22: Alumno de 4º ESO de un centro concertado.

Al fin y al cabo, los que graban videos, lo que hacen es un negocio, porque lo que hacen es patrocinar al juego poniendo las mejores cosas que les tocan, para que a la gente les incite a comprarse los sobres.

En cambio, los motivos de compra de otro tipo de microtransacciones, tales como las *skins* o los pases de batalla, se reducen a las preferencias de cada uno, al ser elementos estéticos. Además, actualmente, los participantes comentan que es común regalar estas *skins* a amigos durante festividades, especialmente durante los cumpleaños.

Fragmento 23: Alumno de 1º ESO de un centro público.

Yo he regalado bastantes cosas, he regalado un baile que valía 2 euros, dos skins, una equivale a 8 euros, y otra equivale a 12.

La socialización es para los adolescentes un componente esencial de las microtransacciones en general, y de las *loot-boxes* en particular. A través de las intervenciones de los participantes podemos observar que es común compartir y comparar lo obtenido en los sobres o en las cajas de botín con amigos, a través de aplicaciones de mensajería, como WhatsApp o Discord¹⁶. Sin embargo, no es tan común publicar lo obtenido en redes sociales. En otras investigaciones como la de Nguyen *et al.* (2018), se especifica que la socialización es, en esencia, otro tipo de motivación asociada las *loot-boxes*, al incitar a comprar para compartir lo obtenido.

Fragmento 24: Alumno de 4º ESO de un centro público.

Si te toca algo bueno, por ejemplo, Cristiano, pues para fardar un poco con los amigos de “mira me ha tocado Cristiano”, pero no en redes sociales.



Emociones asociadas a las loot-boxes

A nivel emocional, al abrir *loot-boxes*, los participantes suelen coincidir en que las emociones varían según el momento, antes de abrirlas suele crearse expectación e ilusión por lo que pueda llegar a salir, sin embargo, cuando ven el contenido, el sentimiento suele cambiar a decepción, enfado o tristeza. En varios estudios también se reflejan estas mismas emociones, tanto al anticiparse, como en la obtención del premio (Brady y Prentice, 2019; Larche *et al.*, 2019).

Fragmento 25: Alumno de 4º ESO de un centro público.

En el Rocket League me ha pasado cuando a veces metía [dinero] y decía “buaah me va a tocar algo bueno”, y luego me tocaba un camuflaje.

Por otra parte, encontramos diferencias emocionales en función de si las cajas son gratuitas o de pago. Los cambios residen en el proceso de obtención, ya que, al comprarlas, el proceso es instantáneo, por lo que el malestar al no obtener lo deseado se determina por la pérdida de dinero, y no tanto por el producto conseguido. Mientras que el proceso de obtención de una *loot-box* gratuita, al ser más largo y tedioso, genera una mayor expectación e ilusión por ésta, haciendo que se valore más el contenido; esto da lugar a que cuando el producto obtenido no sea del agrado del adolescente, sienta una mayor decepción al sentir que ha perdido el tiempo, y una mayor sensación de logro en el caso contrario.

Fragmento 26: Alumno de 4º ESO de un centro concertado.

Normalmente cuando me dan una [loot-box] gratis siento la necesidad de que sea algo bueno, porque es tu esfuerzo y son tus horas que has echado ahí.

Fragmento 27: Alumno de 4º ESO de un centro público.

Mientras lo abres muy bien, una vez abierto dices “para que me he gastado ese dinero”.

La mujer en el videojuego

A continuación, se explorarán a partir de una perspectiva de género, aspectos comentados en anteriores apartados, así como algunos temas específicos, veáse el rol de la mujer como jugadora o la representación femenina en la industria del videojuego.

La mujer como jugadora

La mayor parte de participantes, coinciden en que el videojuego es una actividad donde predomina el público masculino, justificando que es una forma de ocio que no despierta tanto interés en las mujeres de forma general. El estudio de Méndez Martínez (2017), explica que este distanciamiento del público femenino se debe a que la industria ha creado espacios masculinizados que suponen una barrera para la introducción de la mujer, siendo un entorno en el que no se sienten cómodas. Sin embargo, muchos adolescentes coinciden en que en la actualidad la mujer se



encuentra más aceptada en el sector que antaño. Muchos de los participantes conocen a chicas que juegan de manera continuada, pero concuerdan en que tienden a jugar menos tiempo que ellos. Recientemente se han ofrecido datos que indican que en la actualidad el 40% de jugadores son mujeres, pero esta brecha tiende a disminuir y a igualarse, al centrarnos en edades inferiores de 25 años (Orus, s.f). Romero Mora (2020) interpreta que estos datos se deben a que se está produciendo una normalización de la mujer en el sector.

Fragmento 28: Alumna de 3º ESO de un centro público.

Yo siempre he jugado con chicos y nunca con chicas, nunca he tenido una amiga que juegue a la Play, bueno hace tiempo sí, pero hasta hace dos años, ninguna.

Fragmento 29: Alumno de 4º ESO de un centro público.

Yo juego con niñas, pero tengo que decir que las niñas... 1 de cada 10 o 12 juegan.

En lo referente a gustos, encontramos dos perfiles de jugadoras, aquellas que juegan de manera más asidua, tienden a escoger entre un espectro mayor de juegos y de géneros, encontrando mayor variedad que en los varones. Por otro lado, las jugadoras casuales tienden a preferir juegos populares con los que pasar el rato con sus amigos, o juegos donde las partidas no sean muy largas, coincidiendo normalmente con los juegos móviles o simuladores de juegos de mesa como el Parchís. Torné y Gil-Juárez (2009) coinciden en que ellas tienden a elegir juegos con mayor carga narrativa, o juegos más sociales, observando ambas tendencias en los dos perfiles de jugadoras.

Pero a pesar de ir consiguiendo una mayor participación de la mujer en el sector, actualmente los adolescentes, perciben ciertas barreras en diferentes entornos relacionados con la mujer y el videojuego. Son bastantes los participantes que indican que cuando una mujer juega, esta suele recibir actitudes machistas por parte del resto de jugadores. Entre estas conductas destacan comentarios sexistas, sentimiento de superioridad hacia la mujer, o generación de prejuicios, incluso por parte de otras chicas que no juegan, dando lugar a acoso. Estas prácticas coinciden con los datos ofrecidos por la Universidad de las Palmas de Gran Canaria, en el que un 70% de 242 participantes, indicaron haber observado conductas sexistas relacionadas con los videojuegos (Romero Mora, 2020).

Fragmento 30: Alumna de 4º ESO de un centro concertado.

No creo que sea por parte de todo el mundo, pero hay gente, independientemente de su género, que se comporta de manera tóxica hacia la mujer porque piensa que, por el simple hecho de serlo, va a jugar peor o no saben de lo que están hablando.

Fragmento 31: Alumno de 3º ESO de un centro público.

Estando en directo, a los hombres no les insultan, pero cuando es una mujer sí, y eso no lo veo bien. (...) También se ha intentado sacar con las streamers femeninas todo fuera de contexto.



Representación de la mujer

A la hora de preguntar en torno a la representación femenina en el videojuego, se han encontrado diferencias en las respuestas ofrecidas, tanto por chicos como por chicas, sin embargo, ambas tienen la misma base, la sexualización y cosificación de la mujer.

Comenzando por ellas, las participantes perciben que la figura femenina suele encontrarse muy sexualizada, en muchas ocasiones siendo utilizadas como objetos con cuerpos idílicos que no conciben como la única representación de la mujer. De igual manera, indican que el papel protagonista suele recaer sobre el varón, dejando a las mujeres relegadas a personajes secundarios con roles muy específicos, siendo raro para ellas encontrar personajes femeninos en videojuegos de acción u aventuras. Esta percepción se mantiene en los estudios de Méndez Martínez (2017), los cuales indican que la representación femenina resulta escasa e hipersexualizada, con personalidades débiles y un dramatismo emocional que, en conjunto, genera incomodidad a las jugadoras.

Fragmento 32: Alumna de 4º ESO de un centro concertado.

Yo creo que sobre todo en los videojuegos antiguos la mujer está bastante sexualizada, de modo que se le pone siempre incluso con ropa apretada, o es a la princesa que tienes que salvar.

Curiosamente, la sexualización de la mujer en algunos casos parece resultar beneficiosa, ya que estos son personajes más esbeltos o pequeños, y tapan menos la pantalla, o es más difícil hacerles diana. Esta visión de los personajes femeninos es compartida principalmente por aquellos participantes varones más pequeños, que prefieren jugar con avatares femeninos.

Fragmento 33: Alumno de 1º ESO de un centro público.

La gente se pone skins de chicas porque al ser más delgadas es más difícil que les den las balas, y tienen la cabeza más pequeña.

En cambio, en cursos superiores sí existe una mayor consciencia sobre este aspecto, siendo interesante la justificación por parte de algunos de los participantes, que ven la sexualización como una estrategia comercial para atraer al público masculino. Además, en general, los chicos sí parecen reconocer que el papel de la mujer en los videojuegos se encuentra desplazado por el del hombre.

Fragmento 34: Alumno de 4º ESO de un centro público.

Eso lo hacen intencionado para que lo compren más gente, en el Fortnite por lo menos.



FASE IV

INVESTIGACIÓN E INTERVENCIÓN

A TRAVÉS DE TALLERES ARTÍSTICOS





9.1. FICHA TÉCNICA Y METODOLÓGICA

En el estudio se ha utilizado una metodología cualitativa y participativa basada en talleres artísticos para comprender cómo está afectando el juego a los barrios, a la par que se trabaja por la recuperación de espacios públicos (Mendoza Pérez y Morgade Salgado, 2018). Esta fase del proyecto ha seguido las siguientes etapas:

1. Trabajo de contextualización etnográfica

Se realizó un trabajo de contextualización etnográfica que implicó:

- Observación participante de los espacios de socialización informal de los adolescentes y jóvenes en los barrios al norte de las vías del tren (Badajoz), y Aldea Moret (Cáceres).
- Entrevistas individuales a una variedad de actores representativos de los barrios al norte de las vías del tren (Badajoz), y Aldea Moret (Cáceres).
- Entrevistas grupales a los y las participantes del taller. Estas entrevistas se realizaron en torno al final de la actividad como fuente de información complementaria a la información recogida a través del contacto diario en el taller.
- Recogida de material documental.

2. Taller artístico

Se realizaron dos talleres de arte urbano, uno en cada barrio, los cuales contaron con la colaboración del educador social y artista Digo Diego. Los talleres duraron cinco días, siguiendo la dinámica que se refleja en la Tabla 22. En cuanto a los participantes de los talleres, en el de Aldea Moret participaron 9 personas, 3 chicos y 6 chicas, de edades comprendidas entre 17 y los 24 años. Mientras que en el de los barrios de la vía norte de Badajoz participaron 8 personas, 3 chicos y 5 chicas, de entre 16 y 19 años¹⁷.

Tabla 22: Esquema de los talleres de arte urbano.

1º DÍA	2º DÍA	Trabajo individual del artista: diseño con las aportaciones de todos los y las participantes.	3º, 4º y 5º DÍA
Presentación del colectivo y los participantes Presentación del arte urbano como herramienta comunitaria. Dinámicas para reflexionar sobre: 1. Las prácticas de ocio y socialización de los jóvenes. 2. El espacio los establecimientos de juego en las prácticas de ocio de la juventud de Aldea Moret. Visita a la plaza a intervenir	Traducir las dinámicas del día anterior al mensaje de la obra. Trabajo artístico de traducción de la reflexión anterior a imágenes. Trabajo grupal de diseño de la obra. Charla final prevención casa de apuestas y conocimiento de distintos recursos.		Ejecución del mural en el suelo.

¹⁷ Algunos participantes acudieron de forma intermitente a las distintas sesiones.



Los productos finales del taller fueron dos intervenciones artísticas realizadas en el pavimento de dos de las plazas de cada barrio (véase Imagen 9 e Imagen 10 en páginas 131 y 132 respectivamente). Dichas intervenciones recogen las reflexiones de los participantes sobre la situación del juego en la población joven de su barrio y sus reivindicaciones para optar a un ocio saludable.

Aspectos éticos de la investigación

A todos los participantes de las distintas fases se les facilitó y explicó el consentimiento informado de la investigación para garantizar que todos ellos conocieran los objetivos de la investigación y expresaran voluntariamente la intención o no de participar en la investigación.

Análisis de datos

Todas las entrevistas individuales, grupales y las 1ª y 2ª sesión del taller fueron grabadas, anonimizadas y transcritas para su posterior análisis. También se tomaron notas de campo sobre la ejecución del taller.

9.2. PROCESO Y RESULTADOS

Principales hallazgos:

- La intervención a través del arte urbano puede contribuir a fomentar la reflexión y la participación generando procesos de educación comunitaria.
- Mejorar, a través del arte urbano, partes del barrio favorece el aprendizaje significativo sobre los riesgos asociados al juego y empodera a los y las participantes.
- Este proyecto de intervención artística ha permitido que resultados de la investigación queden plasmados en dos murales que hablan de los resultados principales y no solo quedan para la comunidad, sino que son accesibles para múltiples audiencias.

Al respecto, las intervenciones artísticas realizadas incluyen diversas fases para promover un proceso creativo y reflexivo en torno al juego de azar y el espacio público. Lo importante de este tipo de intervenciones no es sólo el producto final del proyecto, sino el proceso a través del cual se co-construye. A continuación, se presentan una serie de fotografías que combinan imágenes de las intervenciones de Badajoz y Cáceres, e ilustran el proceso y el producto final del taller.

En la Imagen 2 se observa una de las dinámicas planteadas para elicitación de ideas sobre el espacio urbano, las prácticas de ocio y el espacio público. Aunque estas acciones son previas al diseño de la intervención y su ejecución, están estrictamente relacionadas. Esta acción fue valorada muy positivamente por los y las jóvenes que participaron, ya que les permitió reflexionar sobre el uso que hacen del espacio público, los modelos de ocio actuales, así como analizar el papel que ocupan los establecimientos de juego. También se habló sobre los riesgos asociados al juego, las alternativas de ocio y la importancia de recuperar el barrio como espacio de encuentro.



Imagen 2: Imagen de las dinámicas de elicitación de ideas taller de arte urbano de Aldea Moret.

Fragmento 1: Chica de 20 años, 1º día del taller de Aldea Moret.

Los chavales necesitan que les enseñen a hacer cosas, cosas productivas, como esto de pintar, por ejemplo. Hacer cosas interesantes. Porque, si no que vas a hacer, ¿sentarte en la plazoleta? ¿Jugar al billar para que luego acabe destrozado? Pues no, les enseñas a hacer cosas, te los llevas por ahí.

Fragmento 2: Chica de 17 años, 1º día del taller de Aldea Moret.

Yo sí lo veo bastante peligrosos porque no hay suficiente información y luego en cada casa se cuecen habas como se suele decir.

Fragmento 3: Chica de 21 años, 1º día del taller de Aldea Moret.

En este barrio ves siempre a gente, niños jugando, gente corriendo, moviéndose, en este barrio hay vida. Si ves a alguien sentado es porque son personas mayores.

Fragmento 4: Chico de 16 años, 1º día del taller de los barrios al norte de las vías de Badajoz.

Eso te destroza la vida, eso a lo primero te toca 2 o 3 veces, y vas y ipim pim! Y ná, fuera...eso es un vicio.



Fragmento 5: Chica 17 años, 1º día del taller de los barrios al norte de las vías de Badajoz.

Pero lo que te enganchan y esas cosas, son las luces y el sonido, y el pensar “¿y si lo gano, y si lo gano?”. Pues coges te vas enganchando, vas echando, vas echando...

En la Imagen 3 se muestra la visita al espacio elegido para realizar la intervención artística de Aldea Moret (Cáceres). En ambos talleres estas visitas fueron muy útiles para conocer con los y las participantes la comunidad. Concretamente, en Aldea Moret la plaza a intervenir era cercana a la casa de varias de las participantes, lo que permitió que nos hablaran del uso y la vida que se hace de la plaza: niños y niñas jugando, amigos y familiares sentados en los bancos o sillas propias charlando, etc.



Imagen 3: Imagen donde se recoge la visita al espacio a intervenir del taller de arte urbano Aldea Moret.



En la Imagen 4 se ilustra la 2ª sesión del taller donde rescatamos los aspectos más importantes de la sesión anterior. El artista Digo Diego guio el proceso creativo para que los y las participantes, valiéndose del imaginario de las señales presentes en la ciudad, tradujeran a dibujos todos los temas trabajados. En la Imagen 5 puede observarse a una participante del taller de Badajoz trabajar en una de las señales donde quería representar la necesidad de tener espacios verdes y cuidados donde poder pasear con las mascotas. La Imagen 6 muestra algunas de las señales producidas por los y las participantes en el taller de Badajoz y que fueron utilizadas por Digo Diego para el diseño final de la intervención artística. Hay que destacar que el hecho de utilizar expresión visual y plástica, para seguir reflexionando sobre las ideas planteadas en la primera sesión, permitió a los participantes seguir profundizando en los temas utilizando lenguajes visuales y plásticos que permitieron evocar otros puntos de vista y realidades que no habían surgido en la sesión anterior.



Imagen 4: Sesión de traducción de los mensajes principales a señales en Aldea Moret.



Imagen 5: Creación de las señales con mensajes sobre el juego y es espacio urbano en la Vía Norte.



Imagen 6: Ejemplos de señales realizadas en el taller de arte urbano de la Vía Norte.



Después de las dos primeras sesiones de discusión y reflexión Digo Diego generó dos bocetos, unos para cada plaza, integrando las señales principales creados por los y las participantes, así como aquellos mensajes que querían transmitir con la obra.

La Imagen 7 ilustra tres momentos vividos durante la ejecución de las intervenciones artísticas en Cáceres y Badajoz. Los y las jóvenes participaron en la ejecución de forma activa. Tanto los y las participantes de Cáceres y Badajoz coincidieron en lo interesante de participar en todo el proceso y destacaron la capacidad del artista para planificar y asignar tareas a los y las participantes. Como puede verse en la imagen inferior de las tres imágenes este tipo de metodología genera la posibilidad de impactar, no solo en los y las participantes, sino también en la comunidad de distintas maneras. Por ejemplo, como se ve en la fotografía durante el proceso de la ejecución se han generado distintas situaciones de encuentro con la comunidad.



Imagen 7: Collage de imágenes que recogen la ejecución del mural en Aldea Moret y en la Vía Norte.



Por otro lado, cabe destacar que los y las participantes acudían al taller en unas horas concretas para participar en la ejecución de la obra. Sin embargo, el artista, fotógrafo e investigadora estuvieron durante los días de la ejecución en las plazas a intervenir entre 10 y 12 horas preparando y realizando la intervención artística. Esto permitió, más allá de realizar la obra, establecer relaciones con la comunidad. Aunque la mayoría de los vínculos generados con la comunidad son positivos, es normal que se generen pequeños conflictos o situaciones con las que no se contaba desde un principio y que hay que abordar. Esto se ilustra con la Imagen 8 donde se ve a la investigadora principal intentando entretener a los niños y niñas que habitualmente usan la plaza de Aldea Moret para que no interrumpieran la ejecución de la obra.



Imagen 8: Imagen que refleja momentos no planteados previamente en la investigación en Aldea Moret.



La Imagen 9 recoge el mural realizado en el barrio de Aldea Moret (Cáceres), mientras que en la Imagen 10 aparece la intervención realizada en la Plaza de la Rana de Badajoz. La pintura de la Imagen 9 habla de los riesgos que supone apostar, el impacto que genera en la familia, la necesidad de generar espacios para el encuentro y deporte. La pintura de la Plaza de la Rana se trata de una pintura que se dibuja como cancha de baloncesto y habla de espacios verdes para el encuentro, columpios para el juego, poder disfrutar de las ricas tostadas de Badajoz sin tener que desplazarse, de los riesgos que supone los rascas de la ONCE y el impacto que genera el juego en la familia (véase Imagen 10).

Las evidencias expuestas en esta parte del informe muestran que el arte urbano puede contribuir a fomentar la reflexión y la participación generando procesos de educación comunitaria. Generar una metodología de intervención e investigación en torno al arte urbano ha permitido lograr distintos objetivos. En primer lugar, los y las participantes han tenido un papel activo en la toma de decisiones sobre el diseño y en la ejecución. Esto ha fomentado el protagonismo de las personas jóvenes en el barrio como agentes en procesos comunitarios y con un rol activo para la transformación (Feliu, 2017). De este modo, los y las participantes han plasmado sus reivindicaciones para su barrio, a la par que alertan de los peligros que suponen para su comunidad apostar.

Fragmento 6: Chica de 22 años, entrevista evaluación Aldea Moret.

Es bonito, me da alegría ver algo en el barrio que hemos hecho nosotros, me gustaría que la gente viniese y viera lo que significa el dibujo, más allá de ver lo bonito que es.

En segundo lugar, en ambos barrios, este tipo de actividades permitieron mejorar la identificación colectiva con el barrio y el trabajo en red dentro y para la comunidad.

Fragmento 7: Chica de 22 años, entrevista evaluación Aldea Moret.

Pues me gusta ir a verlo, y decir que lo he pintado yo también.

Fragmento 8: Chico de 19 años, entrevista evaluación barrios al norte de las vías de Badajoz.

Yo pienso que está muy bien hecho, me siento orgulloso.

Fragmento 9: Chica de 17 años, entrevista evaluación barrios al norte de las vías de Badajoz.

Estar todos unidos, trabajar en grupo y conoceros a vosotros [...] Y para reflexionar también, para dar a entender a las personas sobre los establecimientos y los riesgos de los juegos, de los rascas y eso.

Fragmento 10: Chica de 18 años, entrevista evaluación barrios al norte de las vías de Badajoz.

Les he enseñado la pintada a mis amigas, y me han dicho que es muy bonito, que por lo menos hay algo bonito en el barrio, que no es todo malo.

Por último, aunque el arte urbano tiene un carácter efímero, ha permitido que como fruto de este proyecto de investigación queden productos, más allá de los académicos, para la comunidad que hablen sobre los principales resultados, siendo accesibles para múltiples audiencias.



Imagen 9: Imagen del resultado final de la intervención realizada en Aldea Moret.



Imagen 10: Imagen del resultado final de la intervención realizada en la Vía Norte.



CONCLUSIONES



RECOMENDACIONES



BIBLIOGRAFÍA





CUEX



CONCLUSIONES

Este informe recoge los resultados de cuatro fases de investigación distintas, las cuales combinan metodología cuantitativa y cualitativa, con la intención de explorar los usos que hace la juventud extremeña de los juegos de azar y las apuestas. Para dibujar un panorama general sobre el objeto de estudio, en la *Fase I* se ha recogido información a través de un cuestionario aplicado a jóvenes (N= 1.420) entre 14-30 años, de 36 centros educativos y 6 facultades. En la *Fase II* se ha recogido la opinión de 73 personas relacionadas con el juego de azar y las apuestas, bien desde el ámbito de los expertos, o bien desde la perspectiva de las personas jóvenes. La *Fase III* se ha dedicado exclusivamente a estudiar la compra de elementos de azar (ej. *loot boxes*) dentro de los videojuegos, a través de la opinión de 154 adolescentes. Por último, en la *Fase IV* se ha utilizado una metodología cualitativa y participativa basada en talleres artísticos; el objetivo de esta fase es comprender cómo está afectando el juego a los barrios de Aldea Moret (Cáceres) y la Vía Norte (Badajoz), a la par que se trabaja por la recuperación de espacios públicos.

De forma resumida, este estudio concluye que el 84,3% de los adolescentes y jóvenes encuestados declararon no haber jugado nunca a juegos de azar o apuestas. Mientras, el 15,7% de la población jugadora declara haber jugado en los últimos tres meses a algún juego de azar o apuesta. Con respecto a la edad y el género, hay que destacar las diferencias entre hombres y mujeres; los hombres juegan más que las mujeres en todos los casos analizados. Respecto a la edad, hay que destacar que hay menores que acceden al juego en administraciones de lotería y apuestas del Estado, administraciones de la ONCE y/o establecimientos de juego.

A continuación, se discuten los principales resultados que se han derivado de la investigación, y se ponen en contexto respecto a la evidencia científica existente.

La normalización del juego

Una de las principales aportaciones de este estudio es que ha permitido ver que el juego, como práctica de ocio, está aumentando y se está normalizando entre la población adolescente y joven, a pesar de estar prohibido para menores (Adebisi, Alabi, Arisukwu, & Asamu, 2021; García, Buil y Solé, 2016; Kuss y Griffiths, 2012; Megías, 2020; Molinaro *et al.*, 2014; Muñoz-Molina, 2008). Asimismo, se ha podido comprender cómo entre los adolescentes y jóvenes se socializa y normalizan ciertas prácticas de juego (Megías, 2020).

En primer lugar, los rascaes de la ONCE son la opción más popular entre la juventud, seguido de los cupones de la ONCE, el Euromillón y la Primitiva. Todos estos juegos son muy populares y están normalizados en nuestro país entre la población adulta (Megías, 2020). Los y las jóvenes que juegan o han jugado a este tipo de juegos más “tradicionales”, reflexionan sobre el proceso de naturalización del juego que han vivido en sus entornos familiares (Mendoza Pérez *et al.* 2021). Las apuestas deportivas *online* y *offline*, así como las ruletas en establecimiento de juego se están normalizando como otra opción más de juego. Sin embargo, estos “nuevos” juegos de ocio sí son mal vistos por la



mayoría de los progenitores, que entienden que las apuestas deportivas y la ruleta son prácticas peligrosas. Este miedo de los progenitores, en cierta medida es cierto, ya que los juegos como las máquinas tragaperras, la ruleta, las apuestas deportivas comparten ciertas características que los hacen más adictivos. Las características principales que comparten estos juegos, esas que los hacen más peligrosos son: (a) el corto intervalo entre la apuesta y el resultado, y (b) la posibilidad de realizar apuestas inmediatas, bien para incrementar la ganancia o bien para recuperar la pérdida. Características compartidas también por los rascas de la ONCE, que, sin embargo, no son mal vistos por los progenitores. Es más, en muchos casos son los propios padres y madres, incluso abuelas y tías, las que regalan rascas a los y las jóvenes, iniciándoles así en el juego.

En segundo lugar, los establecimientos de juego no generan extrañeza entre las personas jóvenes, y son muchos adolescentes los que entienden estos lugares como nuevos espacios de ocio juvenil. Así, algunas personas jóvenes asumen entre sus rutas en la ciudad acudir a este tipo de lugares antes o al final de salir, para celebraciones como los cumpleaños y/o para disfrutar de partidos con los y las amigas. Al igual que recoge la literatura, este estudio congrega con como la normalización de los establecimientos de juego viene favorecida por el grupo de iguales (Mendoza Pérez *et al.*, 2021; Megías, 2020). Se acude a los salones a estar y a jugar en grupo, y solo cuando se acude de forma individual es considerado como una práctica peligrosa. Lógicamente, en la instauración de este tipo de hábitos también influyen más factores como la publicidad (Fried, Teichman y Rahan, 2010). Pero, sobre todo influye la abundante presencia de establecimiento de juego, por lo que resulta sencillo integrar estos espacios en los recorridos de ocio o de camino a los centros educativos. Un elemento más que hace estos establecimientos atractivos para las personas jóvenes es que ofrecen un lugar en el que estar cómodas y a bajo coste. La bebida y comida que ofrecen a bajo coste o regalan en este tipo de sitios actúa como reclamo. Así, muchos jóvenes acaban apostando el presupuesto que tenían destinado para bebida y comida en jugar. Destacar que el fácil acceso al alcohol que hay en estos espacios y su consumo no es entendido por las personas jóvenes como un facilitador de la desinhibición y el juego, sino que entienden la presencia del alcohol como un elemento más de ocio normalizado.

En pocas palabras, ciertos juegos (ej. rascas de la ONCE, Euromillones, apuestas deportivas) y los establecimientos de juego están siendo normalizados por las personas jóvenes. Los peligros de la normalización del juego entre adolescentes y jóvenes se hacen más evidente en aquellas personas que no están preparados y no tienen las herramientas necesarias para enfrentarse a una actividad que conlleva riesgos (Megías, 2020).

Las personas jóvenes y el entorno urbano

En cuanto al elemento geográfico de los establecimientos de juego, los resultados muestran que mayoritariamente los establecimientos de juego extremeños no cumplen con la normativa actual. Sin embargo, los resultados de este estudio apuntan que no solo hay que tener en cuenta los establecimientos de juego próximos a los centros educativos como factor de riesgo. También es necesario comprender el lugar que estos establecimientos están ocupando en la ciudad, y en especial dentro del ocio juvenil.



Como se ha observado en el cuestionario, las personas jóvenes juegan de manera parecida en todos los puntos de juego que hemos planteado en el cuestionario (ej. locales de apuestas, bares, administraciones de lotería o establecimientos de la ONCE). La mayoría de las personas jugadoras señalan no tener un establecimiento de juego habitual. Aquellas personas que sí frecuentan alguno de forma habitual, lo frecuentan más porque está situado cerca de sus zonas de ocio o cerca de su casa. La minoría apuesta en establecimientos de juego cercanos a su centro escolar. Las fases cualitativas de este estudio apuntan que en muchas ocasiones en los establecimientos de juego más cercanos a los centros educativos ocurren las primeras visitas a estos espacios, por ejemplo, en momentos puntuales como cuando algún profesor falta. Con el factor temporal sucede lo mismo, la mayoría de las personas jóvenes que juegan lo hacen en momentos de ocio y no dentro del horario lectivo o de estudio.

Para comprender el riesgo que supone la proliferación de casas de apuestas, bingos, etc. así como su difusión en medios de comunicación y digitales, también se ha de tener en cuenta una de las quejas constantes que ha sido recogida en las tres fases cualitativas del presente estudio. La mayoría de las personas jóvenes extremeñas subrayan no tener espacios de ocio adecuados a su edad, intereses y presupuestos económicos. Estas quejas por parte de la juventud extremeña son congruentes con los estudios sobre la adolescencia y la juventud urbana, los cuales vienen detectando que las ciudades son un espacio donde la adolescencia y la juventud no tienen lugar (Gaitan Muñoz, 2006). En ese escenario con pocas alternativas de ocio, los establecimientos de juego se presentan como un espacio en el que pasar el rato con los y las colegas, consumir barato y jugar (Megías, 2020; Mendoza *et al.*, 2021; Sarabia, Estévez y Herrero, 2014).

Estos resultados son de gran interés para la prevención e intervención, ya que ponen el énfasis en la necesidad de fomentar políticas que permitan trabajar desde el terreno de la configuración y la gestión de las ciudades, en las que dar cabida a espacios y actividades destinadas al ocio y la socialización de los y las jóvenes sin estar ligadas al consumo (Megías, 2020; Mendoza Pérez *et al.*, 2021). Además, los propios expertos extremeños han subrayado la importancia de trabajar la gestión del ocio como un factor importante en el tratamiento del juego, pero también en la prevención.

El juego online y la pandemia

En líneas generales, el cuestionario realizado plantea que no se dan diferencias estadísticamente significativas entre el juego online y el juego presencial. Las opiniones recogidas en los grupos focales apuntan a que es menor el porcentaje de personas jóvenes que juega online frente a la modalidad presencial. Muy pocos participantes afirman conocer iguales que jueguen online, y aquellos que lo hacen suele ser un juego vinculado a las apuestas deportivas. Cuando el juego online se relaciona con las apuestas no es percibido como algo estigmatizador o peligroso, en parte debido a que esta normalizado socialmente por su relación directa con el mundo del deporte profesional (Lopez-González, Estévez y Griffiths, 2018). Sin embargo, cuando se juega online a otro tipo de juegos, el grupo de iguales lo percibe como algo peligroso y síntoma de un posible problema con el juego. No obstante, muchos de los participantes destacan que el carácter confidencial y secreto que tiene el juego online frente al presencial puede invisibilizar los hábitos de juego de sus amistades.



Los y las expertas de la red de juego extremeña apuntan que la edad de los jugadores con problemas de juego online que acuden a tratamiento suele superar los 30 años. Los estudios sobre la materia plantean que las personas con problemas de juego suelen desarrollar el problema de forma más corta e intensa, ya que el juego online supera al juego tradicional en velocidad, frecuencia de juego y generación de deuda (Gray, LaPlante, y Shaffer, 2012; Lopez-Gonzalez, Estévez, y Griffiths, 2018). Estos datos pueden llevar a pensar que aún son pocas las personas jóvenes que están desarrollando problemas de juego online en Extremadura. Sin embargo, se recomienda interpretarlos con cautela, ya que es complejo acceder e identificar la muestra de jugadores online. Pero, sobre todo, porque la literatura apunta que hay que estudiar en qué medida afecta la combinación del juego presencial y online como factor de riesgo (Megías, 2020).

Durante el confinamiento, los resultados parecen apuntar a que las personas jóvenes que jugaron a juegos de azar y la cantidad gastada en juego, disminuyó. Sin embargo, las personas jóvenes que jugaron a videojuegos aumentaron considerablemente.

Se considera importante seguir investigando cómo evoluciona el juego online y el uso de los videojuegos en la juventud extremeña, ya que no se puede olvidar la relación casi natural de la juventud con la tecnología. Además, es complejo prever cómo se desarrollará tanto la tecnología, como el mercado, y en consecuencia cómo evolucionarán los hábitos de la juventud frente al juego online y los videojuegos.

Los videojuegos y los juegos de azar

Los videojuegos se han establecido como uno de los principales medios de entretenimiento entre los adolescentes (Varela Crespo *et al.*, 2016). Además, la situación de pandemia y posteriores restricciones ha contribuido a que los y las adolescentes opten por utilizar más los medios digitales, que otras alternativas para su ocio y socialización (Sabando Molina y Torres Rentería, 2020).

Los y las expertas que han participado en la *Fase II* del estudio advierten de la necesidad de explorar la combinación de los videojuegos con los juegos de azar (ej. loot-boxes o contenido descargable de pago), para conocer cómo dichos elementos de azar están fomentando el hábito a partir de una concesión de privilegios para jugar. Destacar que los y las expertas señalan que los y las usuarias más jóvenes, entre 12-14 años, a los que atienden, acuden por problemas relacionados con el uso compulsivo de videojuegos.

Los resultados principales obtenidos en la *Fase III* apuntan a que los y las adolescentes son víctimas críticas, haciendo referencia al efecto adictivo que pueden generar las *loot boxes* o el contenido descargable de pago (Nguyen *et al.*, 2018, Sakhapov y Brown, 2020). Generalmente, no suelen consumir estos productos debido al componente de azar y aleatoriedad que conllevan, prefiriendo aquellas *loot-boxes* que se obtienen de manera gratuita. Los principales motivos para comprar una *loot-box* suelen estar relacionados con la obtención de mejoras u elementos exclusivos. En muchas ocasiones la adquisición de elementos exclusivos a través de las *loot-boxes* también conllevan un componente social, ya que se comparten los premios obtenidos, y/o te posicionan en



el juego de manera distinta al tratarse de elementos con cierta exclusividad (Nguyen *et al.*, 2018; Zendle *et al.*, 2019).

De forma general, los y las participantes perciben los videojuegos como una forma de entretenimiento con un alto componente socializador, sobre todo cuando se juega online. Destaca la popularidad de los videojuegos competitivos o cooperativos (Hinojal y Pirro, 2020). Destacar que el componente competitivo de algunos videojuegos hace que muchos adolescentes se frustren a la hora de jugar (o de perder), observándose un bajo control emocional (ej. romper mandos, la mesa del escritorio, etc.).

Por último, la mayoría de los y las adolescentes que juegan coinciden en que, en la mayoría de los videojuegos el imaginario general en torno al juego está masculinizado (Romero Mora, 2020). Las chicas jugadoras, destacan la existencia de barreras que les impiden un acceso óptimo a los juegos, tales como los insultos que a veces reciben de otros jugadores en los juegos online, la escasez de representación femenina y la sexualización de este gremio (Méndez Martínez, 2017; Romero Mora, 2020).

El género como elemento necesario para comprender las prácticas de juego

La literatura internacional apunta a que está aumentando el juego y, en consecuencia, los problemas de juego entre la población femenina (Wardle, 2017). No obstante, otras investigaciones plantean que quizás los estudios de prevalencia no están siendo lo suficientemente finos como para describir el juego femenino, y cómo este se convierte en problemático (López-González y Estéves, 2019; Mendoza Pérez y Morgade Salgado, 2021). Los resultados de este estudio muestran que son los hombres, en todos los casos, los que apuestan más que las mujeres. Parece observarse una tendencia más prudente a la hora de apostar en el juego de las mujeres, y ellas se decantan por los juegos de azar más normalizados (López-González, Rius-Buitrago y Soriano-Villarroel, 2019; Mendoza Pérez y Morgade Salgado, 2021). Así, en general las chicas no muestran mucho interés por las apuestas deportivas, y prefieren apostar en los rascas de la ONCE, el Euromillón, la Primitiva o el bingo (Megías, 2020; Mendoza Pérez y Morgade Salgado, 2021; Ibáñez, 2014). Las visitas al bingo no son algo frecuente en el ocio juvenil femenino, sino asociado a eventos especiales que se celebran con el grupo de iguales o con la familia (Mendoza Pérez y Morgade Salgado, 2021).

Los y las expertas de la red de juego extremeña también apuntan que son los hombres los que más juegan y desarrollan conductas de juego más problemáticas. En el año 2020 de todas las personas atendidas con problemas de juego en Extremadura, solo el 3% fue mujeres. No obstante, los y las expertas señalan las características singulares que presenta el juego femenino están ligadas al estigma social y la dificultad para pedir ayuda, pudiendo esto estar invisibilizando la magnitud real del fenómeno (López-González, Rius-Buitrago y Soriano-Villarroel, 2019; Lamas, Santolaria, Estévez y Jáuregui, 2018; Mendoza Pérez y Morgade Salgado, 2021). Los y las expertas extremeñas destacan que a pesar del pequeño flujo de mujeres al que atienden, se cuenta con protocolos específicos sensibles a las cuestiones de género. Esto plantea la necesidad de contar también con más estudios de juego y campañas de prevención que pongan el énfasis en la perspectiva de género.



RECOMENDACIONES

En función de la información aportada por los y las expertas en juego, y las personas jóvenes que han participado en el estudio, se han extraído unas recomendaciones dirigidas a los poderes públicos con la intención de minimizar los problemas con el juego y mejorar la atención a éstos. En referencia a la regulación, se solicita que se cumplan las leyes existentes que niegan la entrada a menores, no solo en los establecimientos de juego, sino también en las administraciones de lotería y apuestas del estado y la ONCE. Por otro lado, se sugiere la necesidad de:

1. Implantar un control urbanístico que regule y limite la presencia de establecimientos de juego en los municipios.
2. Fomentar políticas públicas que generen espacios y alternativas de ocio para la adolescencia y la juventud.

Por último, este estudio destaca la calidad de los y las profesionales y técnicos extremeños, así como los distintos programas de prevención, atención e intervención que desarrollan. Sin embargo, se subraya la dificultad que en ocasiones tienen para dar continuidad a dichos programas. Es por ello por lo que se apunta la necesidad de lograr un compromiso por parte de las administraciones públicas que garanticen un flujo de financiación constante que no dificulte el trabajo de los y las profesionales, ni el desarrollo de los distintos programas.

En relación con las necesidades educativas se recomienda:

1. Contemplar dentro de las agendas escolares tiempos y espacios para abordar el juego y sus riesgos, frente a la normalización de este como una opción más del ocio juvenil.
2. Promover un uso adecuado de los videojuegos a edades tempranas, de forma que ayude a la comprensión de los riesgos que puede conllevar las microtransacciones, o un uso abusivo de los videojuegos.
3. Ampliar las campañas de prevención y de formación de los progenitores y los docentes, de cara a que tengan más información sobre cómo se inscriben los juegos de azar y los videojuegos dentro de los hábitos juveniles.

Por último, se aconseja promover la investigación y las publicaciones sobre el juego y las apuestas en adolescentes y jóvenes, ya que se trata de un fenómeno cuyas dimensiones y evolución aún desconocemos. Para ello se sugiere:

1. Realizar investigaciones sobre juegos de azar y videojuegos que tengan en cuenta las posibles brechas sociales. Para ello, se recomienda estudiar adecuadamente las diferencias por género, contexto socioeconómico, etnia, y contexto demográfico (urbano vs. rural).
2. Investigar en mayor profundidad el flujo de jóvenes portugueses que acuden a Extremadura a jugar, de cara a plantear una revisión en las políticas de cooperación entre ambos países.



3. Estudiar la combinación de los videojuegos con los juegos de azar, de cara a conocer cómo dichos elementos de azar están fomentando el hábito a partir de una concesión de privilegios para jugar.
4. Explorar el impacto de la pandemia en las prácticas y los problemas con el juego, y/o los videojuegos.
5. Promover los estudios sobre el impacto y la eficacia de los programas y las campañas de prevención y sensibilización.
6. Aumentar el conocimiento y las investigaciones para mejorar el tratamiento que se da a las personas con problemas a los juegos de azar, y/o los videojuegos.



BIBLIOGRAFÍA

- AIZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- AUER, M., MALISCHNIG, D. y GRIFFITHS, M.D., (2020). Gambling before and during the COVID- 19 pandemic among european regular sports bettors: an empirical study using behavioral tracking data. *Int. J. Ment. Health Addict.* 1–8. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00327-8>.
- BARROSO TORO, C., CAMBERO RIVERO, S., HERCULANO FOLGADO, E. FOLGADO CORDOVÉS, P., URBANO MONTESINO, A. y VÁZQUEZ ATOCHERO, A. (2019). *Adicciones clásicas y emergentes. Apuestas, drogas y tecnofilias*. Diputación de Badajoz y Asociación ATABAL <https://bit.ly/3LULOVn>
- BECOÑA, E. (2004). El juego patológico: prevalencia en España. *Salud y Drogas*, 4, (2), 9-34
- BECOÑA, E. y GESTAL, C. (1996). El juego patológico en niños del 2º ciclo de EGB. *Psicothema*, 8, 13-23.
- BONAMIS, E. A. (2018). *Exploring the Relationship between individual gambling behaviour and accessibility to gambling venues in New Zeland*. Thesis: School of Health and Environmental Sciences.
- BRUNELLE, N., LECLERC, D., COUSINEAU, M. M., DUFOUR, M., GENDRON, A. y MARTIN, I. (2012). Internet gambling, substance use, and delinquent behavior: An adolescent deviant behavior involvement pattern. *Psychology of addictive behaviors*, 26(2), 364.
- CEJUEGO y UNIVERSIDAD CARLOS III (2021a). *Anuario del Juego en España 2021. Cifras y datos socio-económicos* <https://bit.ly/3KhGF88>
- CEJUEGO y UNIVERSIDAD CARLOS III (2021b). *Juego y sociedad. Actitudes y hábitos de los españoles sobre el juego*. <https://bit.ly/3trD0hb>
- CHALMERS, H. y WILLOUGHBY, T. (2006). Do predictors of gambling involvement differ across male and female adolescents? *Journal of Gambling Studies*, 22, 373– 392. [10.1007/s10899-006-9024-6](https://doi.org/10.1007/s10899-006-9024-6)
- CHOLIZ MONTAÑÉS, M. y MARCOS MOLINER, M. (2018). *Tratamiento psicológico de la adicción al juego online*, Facultad de Psicología Universidad de Valencia <https://bit.ly/3hc5OV8>
- CHOLIZ MONTAÑÉS, M. y MARCOS MOLINER, M. (2020). *Detección temprana y prevención de adicciones tecnológicas en adolescentes*. Fundación Mapfre <https://bit.ly/3hkXjHf>
- CHÓLIZ, M. y LAMAS, J. (2017). ¡Hagan juego, menores! Frecuencia de juego en menores de edad y su relación con indicadores de adicción al juego. *Revista Española de Drogodependencias*, 42(1), 34-47.
- CONSELLERIA SALUT I CONSUM y CRUZ ROJA (2020). Informe apostem salut!!, Estudi sobre jocs d'atzar i apostes esportives mitjançant les TIC en la joventut Balear <https://bit.ly/3LRUnjw>
- CONSEJO DE LA JUVENTUD DE CÁCERES (2019). *Estudio sobre la incidencia de las apuestas y los juegos de azar en los jóvenes de Cáceres*. Informe no publicado.
- DECHANT, K. (2014). Show Me the Money: Incorporating Financial Motives into the Gambling Motives Questionnaire. *Journal of Gambling Studies*, 30, 949-965.
- DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS (2017). *Estrategia nacional sobre adicciones 2017-2202* <https://bit.ly/3pdp3C4>
- DELFABABBRO, P. (2008). Evaluating the Effectiveness of a Limited Reduction in Electronic Gaming Machine Availability on Perceived Gambling; Behaviour and Objective Expenditure *International Gambling Studies*, 8,(2), 151-165.



- DGOJ (DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO) (2016). *Análisis Global del Mercado Nacional del Juego Online. Informe 3 trimestre 2016*. Centro de Publicaciones. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Recuperado de la web: <http://www.ordenacionjuego.es/es/estudios-informes>.
- DIPUTACIÓN DE ALICANTE y UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ (2016). *El juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante. Prevalencia y factores asociados*. <https://bit.ly/33OFU6X>
- DIRECCIÓN GENERAL DEL JUEGO (2020). *Análisis del perfil del jugador online*. <https://bit.ly/3HibGQY>
- DONATI, M.A., ET AL., (2021). Being a gambler during the COVID-19 pandemic: a study with Italian patients and the effects of reduced exposition. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 18, 424.
- ECHEBURÚA, E. DE CORRAL, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22 (2) pp. 91-96 <https://doi.org/10.20882/adicciones.196>
- EMOND, A., NAIRN, A., COLLARD, S. y HOLLÉN, L. (2021). Gambling by young adults in the UK during COVID-19 lockdown. *Journal of Gambling Studies*, 1-13.
- ESPAD GROUP (2016). *ESPAD Report 2015: Results from the European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. doi: 10.2810/289970.
- ESPADAFOR, M. y MARTÍNEZ, S. (2021). The negative consequences of sports betting opportunities on human capital formation: Evidence from Spain. *PLoS ONE* 16(10) 2021: e0258857. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0258857>
- ESTÉVEZ, A., LÓPEZ-GONZÁLEZ, H. y JIMÉNEZ-MURCIA, S (2017). *La influencia de la publicidad comercial en la conducta de riesgo en las apuestas deportivas: Recomendaciones para reguladores, operadores, instituciones y medios*. Fundación ONCE. DOI: [10.13140/RG.2.2.23040.48645](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23040.48645)
- FELIU, P. G., VALLS, M. R., & GELABERT, M. À. E. (2017). Educación comunitaria a través de las artes: hacia una etnografía visual del "graffiti" y del arte urbano con jóvenes. *Arteterapia*, 12, 61.
- FELSHER, J. R., DEREVENSKY, J. L. y GUPTA, R. (2003). Parental influences and social modelling of youth lottery participation. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 13, 361-377. doi:10.1002/casp.738
- FRIED, B.G., TEICHMAN, M. y RAHAV, G. (2010). Adolescent gambling: Temperament, sense of coherence and exposure to advertising. *Addiction Research & Theory*, 18(5), 586-598
- GAINSBURY, S.M., SWANTON, T.B., BURGESS, M.T. y BLASZCZYNSKI, A., (2020). Impacts of the COVID-19 shutdown on gambling patterns in Australia: consideration of problem gambling and psychological distress. *J. Addict. Med.* Publish Ahead of Print.
- GAITÁN MUÑOZ, L. (2006). La nueva sociología de la infancia. Aportaciones de una mirada distinta. *Política y sociedad*, 43(1), 9-26.
- GARCÍA RUÍZ, P., BUIL GAZOL, M. P. y SOLÉ MORATILLA, M. J. (2016). Consumos de riesgo: menores y juegos de azar online. El problema del "juego responsable". *Política y Sociedad*, 53(2), 551-575.
- GEORGE, S., (2020). "Holidays" in people who are addicted to lotteries: a window of treatment opportunity provided by the COVID-19 lockdown. *Indian J. Soc. Psychiatry* 36, 6.
- GERVILLA GARCÍA, E., CABRERA PERONA, V. y LLORET IRLÉS, D. (2021). Adaptación española de la Escala de Impacto de la Publicidad de Apuestas en adolescentes. *Atención Primaria*, 52 (2) <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2021.102230>
- GÓMEZ YÁÑEZ, J. A. (2021). *Las salas de apuestas y el nivel de renta en la comunidad de Madrid*. Estudios de Sociología Consultores



- GRIFFITHS, S., REITH, G., WARDLE, H. y MACKIE, P. (2020). Pandemics and epidemics: public health and gambling harms. *Public Health* 184, 1–2. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2020.06.022>
- GUPTA, R., y DEREVENSKY, J. L. (1998). Adolescent Gambling Behavior: A Prevalence Study and Examination of the Correlates Associated with Problem Gambling. *Journal of Gambling Studies*, 14, 319-345. doi: 10.1023/A:1023068925328
- HÅKANSSON, A. (2020). Changes in gambling behavior during the COVID-19 pandemic—a web survey study in Sweden. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(11), 4013.
- IBANEZ, A. (2014). Impulsividad, diferencias de genero y patologia dual en el juego patologico. *Revista de Patologia Dual*, 1(2), 8.
- IBAÑEZ, A., LEÓN-QUISMONDO, L. y LÓPEZ-TORRES, I. (2020) Adicción al juego en adolescentes y jóvenes. ADOLESCERE. Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia. 8 (2). Pp 18-26 <https://bit.ly/3KfHxdd>
- INFRAESTRUCTURA DE DATOS ESPACIALES DE EXTREMADURA (IDEEX). Disponible en: <http://www.ideex.es/Geoportal/>
- INSTITUTO DE LA JUVENTUD INJUVE (2019). *Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes* <https://bit.ly/3Iz9IsV>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254734710984
- KATO, H. y GOTO, R. (2017). Geographical accessibility to gambling venues and pathological gambling: an econometric analysis of pachinko parlours in Japan. *International Gambling Studies*, 18(1), 111-123.
- KING D, DELFABBRO P. y GRIFFITHS M. (2010). The convergence of gambling and digital media: Implications for gambling in young people *Journal Gambling Studies*, 26(2):175–87.
- KUMAR, P. y YOSHIMOTO, H. (2017). Do gambling firms target crime – prone arens?, SSRN, 20. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2801017
- LEE, G. P., STUART, E. A., IALONGO, N. S. y MARTINS, S. S. (2014). Parental monitoring trajectories and gambling among a longitudinal cohort of urban youth. *Addiction*, 109, 977–985. DOI:10.1111/add.12399
- LLORET. D. y CABRERA, V. (2019). *Estudio del juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva*. Diputación de Huelva, Universidad Miguel Hernández. Recuperado de: https://www.huelva.es/portal/sites/default/files/documentos/servicios_sociales/informe-juego-apuestashuelva-2018_diputacion.pdf
- LLORET-IRLES, D. y CABRERA-PERONA, V. (2019). Prevención del juego de apuestas en adolescentes: Ensayo piloto de *la eficacia de un programa escolar*. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 6 (3), pp 1-7. <https://bit.ly/33OZXSB>
- MACLAREN, V. V., FUGELSANG, J. A., HARRIGAN, K. A. y DIXON, M. J. (2012). Effects of impulsivity, reinforcement sensitivity, and cognitive style on pathological gambling symptoms among frequent slot machine players. *Personality and Individual Differences*, 52(3), 390-394.
- MCALLISTER, I. (2014). Public opinion towards gambling and gambling regulation in Australia. *International Gambling Studies*, 14(1), 146–160.
- MEGIAS, I. (2020). Jóvenes, juegos de azar y apuestas. Una aproximación cualitativa. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. DOI:10.5281/zenodo.3601078



- MENDOZA PÉREZ, K. M. y MORGADE SALGADO, M. (2021). Aproximación cualitativa y de género a los juegos de azar en los adolescentes y jóvenes. *Revista española de drogodependencias*, (46), 88-98.
- MENDOZA PÉREZ, K., MORGADE, M., MÁRQUEZ, R. y GIMENO, CH. (2021). Prácticas invisibles: Análisis de la incidencia e impacto del juego patológico en las trayectorias vitales de los adolescentes y jóvenes. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. DOI: 10.5281/zenodo.5040162
- MOLINARO, S., CANALE, N., VIENO, A., LENZI, M., SICILIANO, V., GORI, M. y SANTINELLO, M. (2014). Country and individual-level determinants of probable problematic gambling in adolescence: a multi-level cross-national comparison. *Addiction*, 109, 2089–2097. DOI:10.1111/add.12719
- OBSERVATORIO ESPAÑOL DE LAS DROGAS Y LAS ADICCIONES (OEDA) (2021). *Informe sobre Adicciones Comportamentales 2020*. <https://bit.ly/3hfTmEO>
- OBSERVATORIO VASCO DEL JUEGO (2020). Prevalencia, hábitos y perfiles de las personas jugadoras en Euskadi <https://bit.ly/3MvWNEL>
- OLASON, D.T., SIGURDARDOTTIR, K.J. y SMARI, J. (2000). Prevalence estimates of gambling participation and gambling among 16-18 years-old students in Iceland: A comparison of the SOGS-RA and DSM-IV-J. *Journal of Gambling Studies*, 22, 23-39. Doi: 10.1007/s10899-005-9001-5
- OLMEDO-RODRÍGUEZ, E. (2019). Estudio sobre el ocio y tiempo libre de los adolescentes en riesgo de exclusión en la ciudad de Badajoz. *ETNIA-E*, 15, 1-29. Recuperado de https://www.academia.edu/40555508/No_15_Noviembre_2019_Estudio_sobre_el_ocio_y_tiempo_libre_de_los_adolescentes_en_riesgo_de_exclusi%C3%B3n_en_la_ciudad_de_Badajoz_-_Emma_Olmedo-Rodr%C3%ADguez?auto=download&email_work_card=download-paper
- ORTIZ GARCÍA, J. (2020). La distancia importa (I): El grado de cumplimiento normativo de la legislación sobre las distancias de las casas de apuestas y los centros educativos. *Boletín Criminológico*, 4, (192).
- ORTIZ GARCÍA, J. (2021). Entre el tiempo y la distancia: Implicaciones criminológicas del juego. Especial referencia a Extremadura y sus municipios rurales. Aranzadi.
- PARHAMI, I., DAVTIAN, M., HANNA, K., CALIX, I. y FONG, T. W. (2012). The implementation of a telephone-delivered intervention for Asian American disordered gamblers: A pilot study. *Asian American Journal of Psychology*, 3(3), 145-159. doi: 10.1037/a0029799
- PARRADO, A. y LEÓN, J. C. (2019). *Juego de apuestas en adolescentes: prevalencia y factores asociados*. Huelva, España: Universidad de Huelva. Recuperado de http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/21700058/helvia/sitio/upload/JUEGO_DE_APUESTAS_EN_ADOLESCENTES_Informe_Pablo_Neruda_Definitivo.pdf
- PÉREZ QUINTANA, V. (2019). Locales de juego y apuestas en el municipio de Madrid: distribución territorial y análisis sociodemográfico. Asociaciones Vecinales. Federación Regional Madrid.
- PINO, M. (2013). Despenalización de los juegos de Azar en España. *Revista Vía Iuris*, 16, 11 – 33.
- PITT H, THOMAS SL, BESTMAN A, STONEHAM M. y DAUBE M. (2016). “It’s just everywhere!” Children and parents discuss the marketing of sports wagering in Australia. *Aust N Z J Public Health*, 40(5), 480–486.
- REAL DECRETO 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego. BOE núm. 291, de 4 de noviembre de 2020 <https://bit.ly/3HKdkS8>
- RIUS-BUITRAGO, A., SORIANO-VILLARROEL, I. y LÓPEZ-GONZÁLEZ, H. (2021) «Yo sabía que nadie me iba a juzgar»: La adicción al juego online desde la perspectiva de género. *MUSAS, mujer, salud y sociedad*. 6 (1) 138-155 <https://doi.org/10.1344/musas2021.vol6.num1.8>

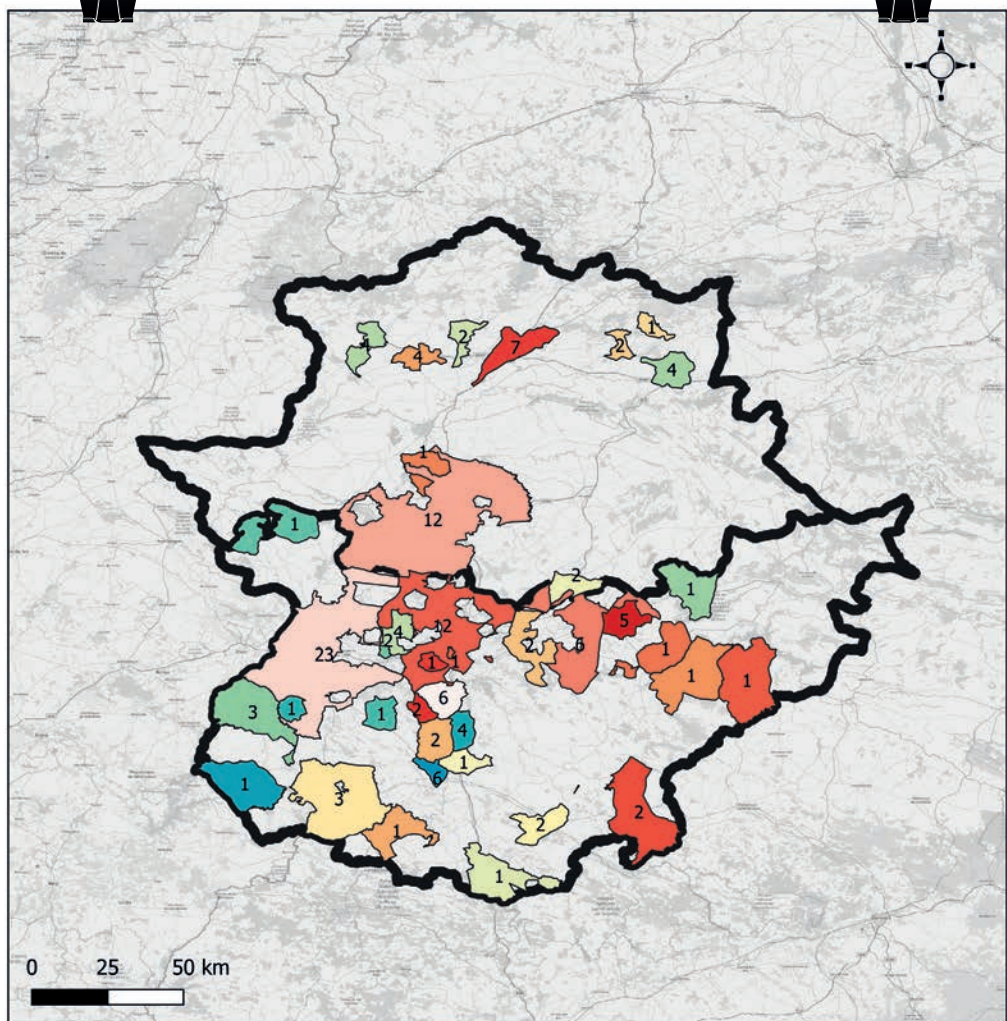


- SALES TRIGUERO, I. y CLOQUELL LOZANO, A. (2021). La adicción al juego online entre los adolescentes españoles. propuestas de prevención en el marco educativo. *Edetania. Estudios Y Propuestas Socioeducativos*. (59), 85-103. https://doi.org/10.46583/edetania_2021.59.810
- SARABIA, I., ESTÉVEZ, A. y HERRERO, D. (2014). Situación actual del juego con dinero en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 39(3), 57-68.
- SECRETARÍA TÉCNICA DE DROGODEPENDENCIAS, JUNTA DE EXTREMADURA (2019). *Plan de adicciones de Extremadura 18/23* <https://bit.ly/3LYK25t>
- SIERRA, I., PÉREZ, I. y GARCÍA DE SALAZAR, H. (2019). *Jóvenes y juegos de azar. Estudio sobre la participación en juegos de azar de la juventud de Vitoria-Gasteiz*. Vitoria-Gasteiz: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Vitoria-Gasteizko Udala. Recuperado de <https://www.vitoria-gasteiz.org/docs/wb021/contenidosEstaticos/adjuntos/es/44/87/84487.pdf>
- STEWART, S. H. y ZACK, M. (2008). Development and psychometric evaluation of a threedimensional gambling motives questionnaire. *Addiction* 103, 1110–1117. DOI: 10.1111/j.1360-0443.2008.02235.x
- TERÁN PRIETO, A. (2019). Ciberadicciones. Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC). En: AEPap (ed.). *Congreso de Actualización Pediatría 2019*. (pp. 131-141). Lúa Ediciones. <https://bit.ly/3Hcnwm0>
- TULAI, I. (2021). Las casas de apuestas: una nueva forma de ocio. Audens, revista d'anàlisi interdisciplinària. 5. Pp 174-195 <https://bit.ly/3CjinHV>
- VACHON, J., VITARO, F., WANNER, B. y TREMBLAY, R. E. (2004). Adolescent gambling: Relationship with parent gambling and parenting practices. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18, 398–401. DOI:10.1037/0893-164X.18.4.398
- WANNER, B., VITARO, F., LADOUCEUR, R., BRENDGEN, M. y TREMBLAY, R. E. (2006). Joint trajectories of gambling, alcohol and marijuana use in adolescence: A person and variable-centered developmental approach. *Addictive Behaviors*, 31, 566–580. DOI:10.1016/j.addbeh.2005.05.037
- WILLIAMS, R.J., WEST, B. L. y SIMPSON, R. I. (2012). Prevention of problem gambling: A comprehensive review of the evidence, and identified best practices. Guelph, Canada: Ontario Problem Gambling Research Centre and the Ontario Ministry of Health and Long Term Care. Recuperado de: <https://www.uleth.ca/dspace/handle/10133/3121>
- WINTERS, K.C., STINCHFIELD, R.D. y FULKERSON, J. (1993). Toward the development of an adolescent gambling problem severity scale. *Journal of Gambling Studies*, 9, 63.

ANEXO

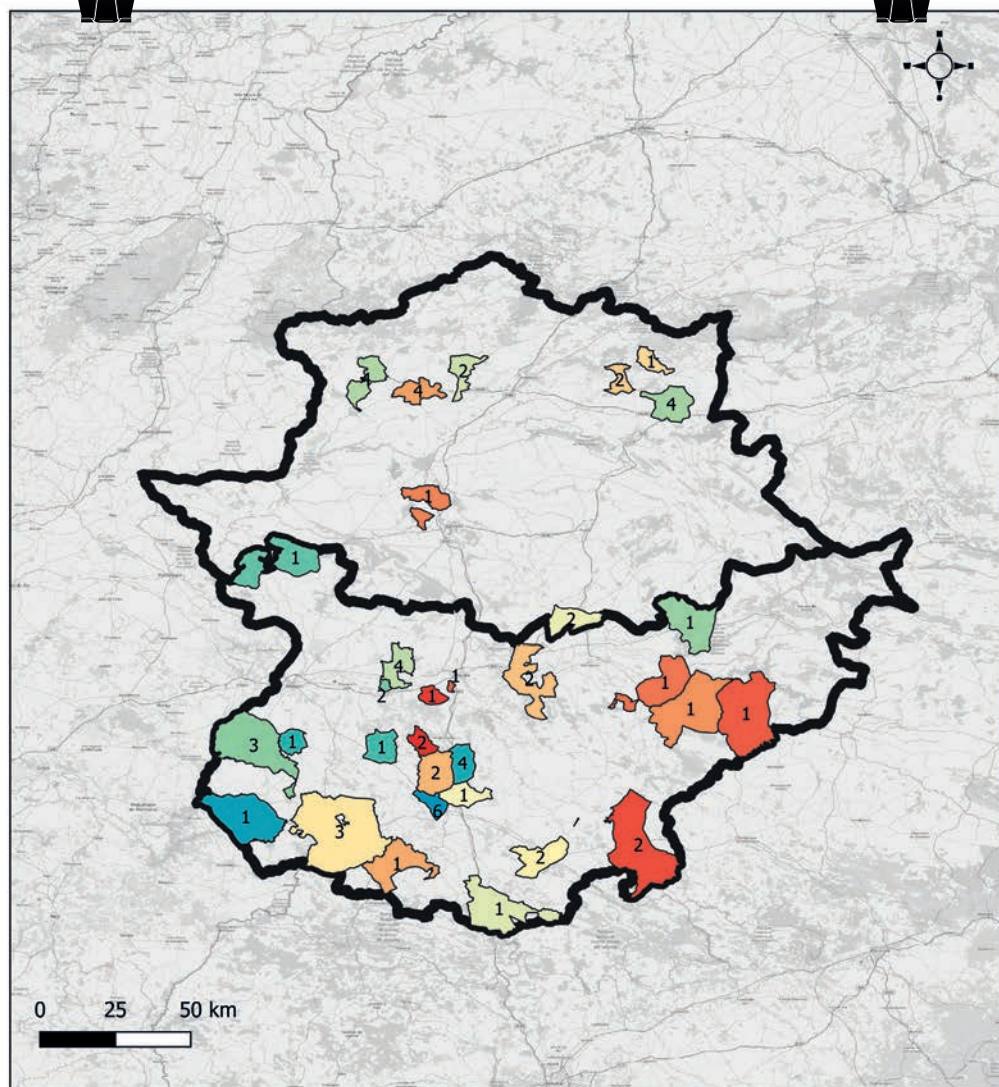
MAPAS





Municipios de más de 20.000 hab.		Municipios de menos de 20.000 hab.	
Almendralejo	Aceuchal	Coria	Los Santos de Maimona
Badajoz	Arroyo de San Serván	Fregenal de la Sierra	Miajadas
Cáceres	Azuaga	Fuente del Maestre	Monesterio
Don Benito	Cabeza del Buey	Guareña	Montehermoso
Mérida	Calamonte	Jaraz de la Vera	Montijo
Plasencia	Campanario	Jarandilla de la Vera	Moraleja
Villanueva de la Serena	Casas de Cáceres	Jerez de los Caballeros	Navalmoral de la Mata
	Castuera	Llerena	Navavillar de Pela
			Olivenza
			Puebla de la Calzada
			San Vicente de Alcántara
			Santa Marta
			Valverde de Leganés
			Villafranca de los Barros
			Villanueva del Fresno
			Zafra
			Extremadura

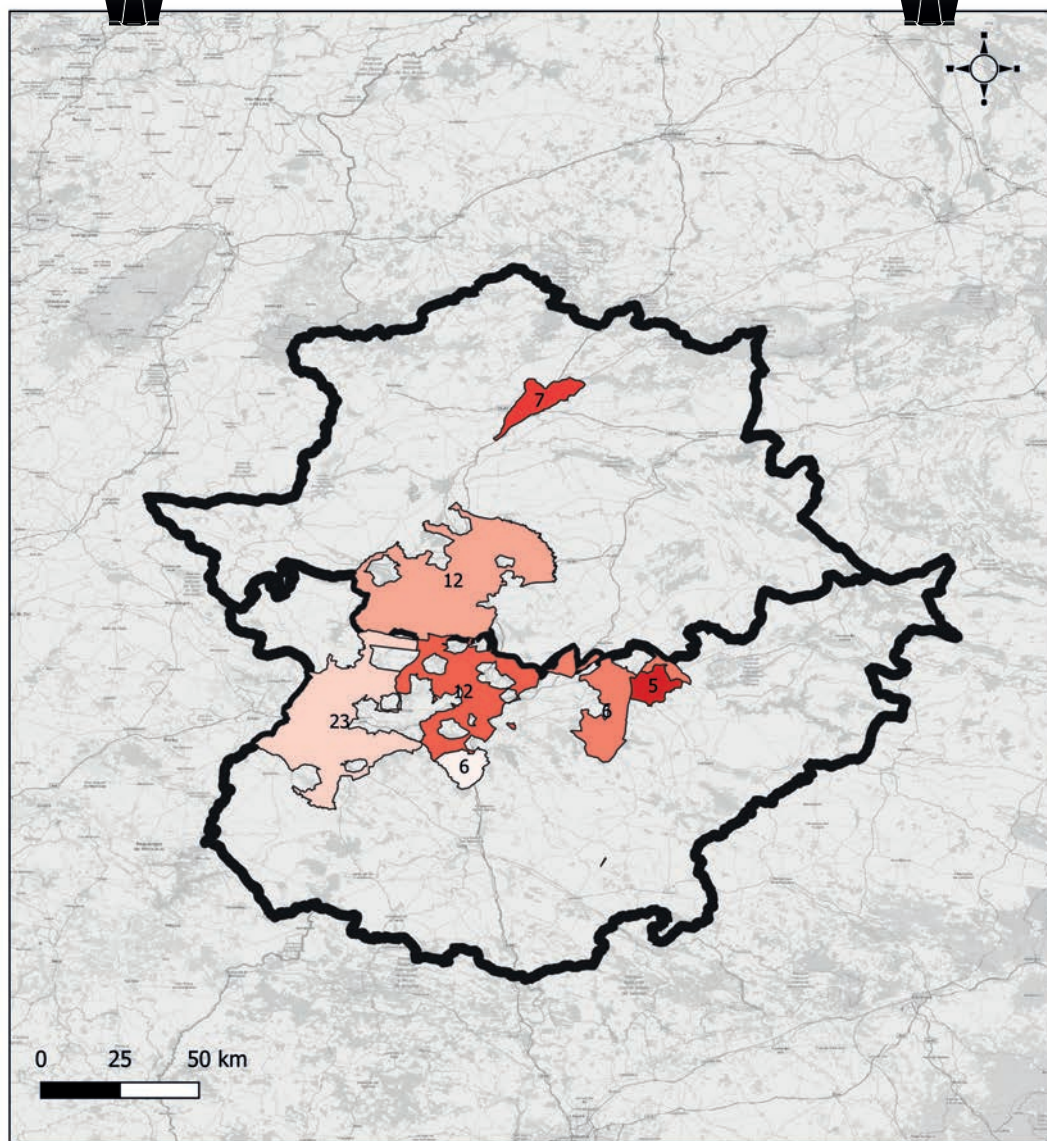
Mapa 1. Distribución geográfica de los establecimientos de juego en la comunidad autónoma de Extremadura.



Municipios

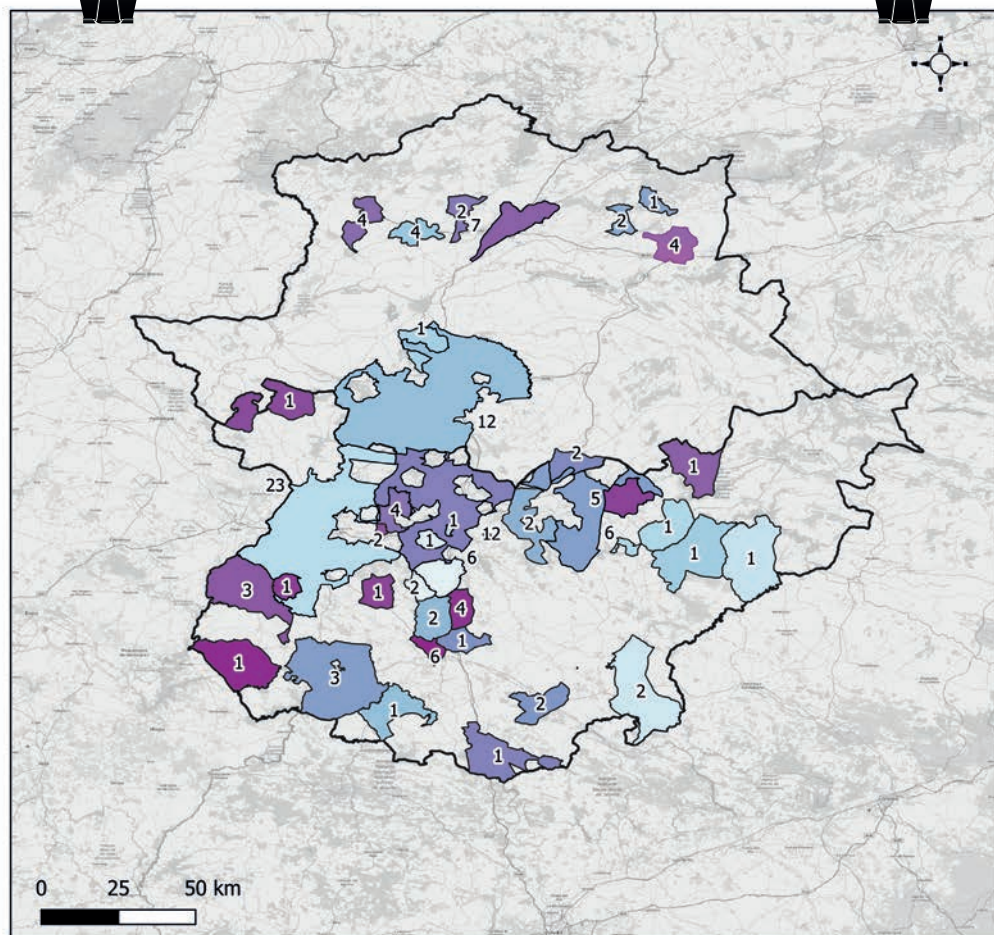
Aceuchal	Casar de Cáceres	Jarandilla de la Vera	Montijo	Santa Marta
Arroyo de San Serván	Castuera	Jerez de los Caballeros	Moraleja	Valverde de Leganés
Azuaga	Coria	Llerena	Navalmoral de la Mata	Villafranca de los Barros
Cabeza del Buey	Fregenal de la Sierra	Los Santos de Maimona	Navavillar de Pela	Villanueva del Fresno
Calamonte	Fuente del Maestre	Miajadas	Olivenza	Zafra
Campanario	Guareña	Monesterio	Puebla de la Calzada	Extremadura
	Jaralíz de la Vera	Montehermoso	San Vicente de Alcántara	

Mapa 2: Distribución geográfica de los establecimientos de juego en municipios de menos de 20.000 hab. en la comunidad autónoma de Extremadura.



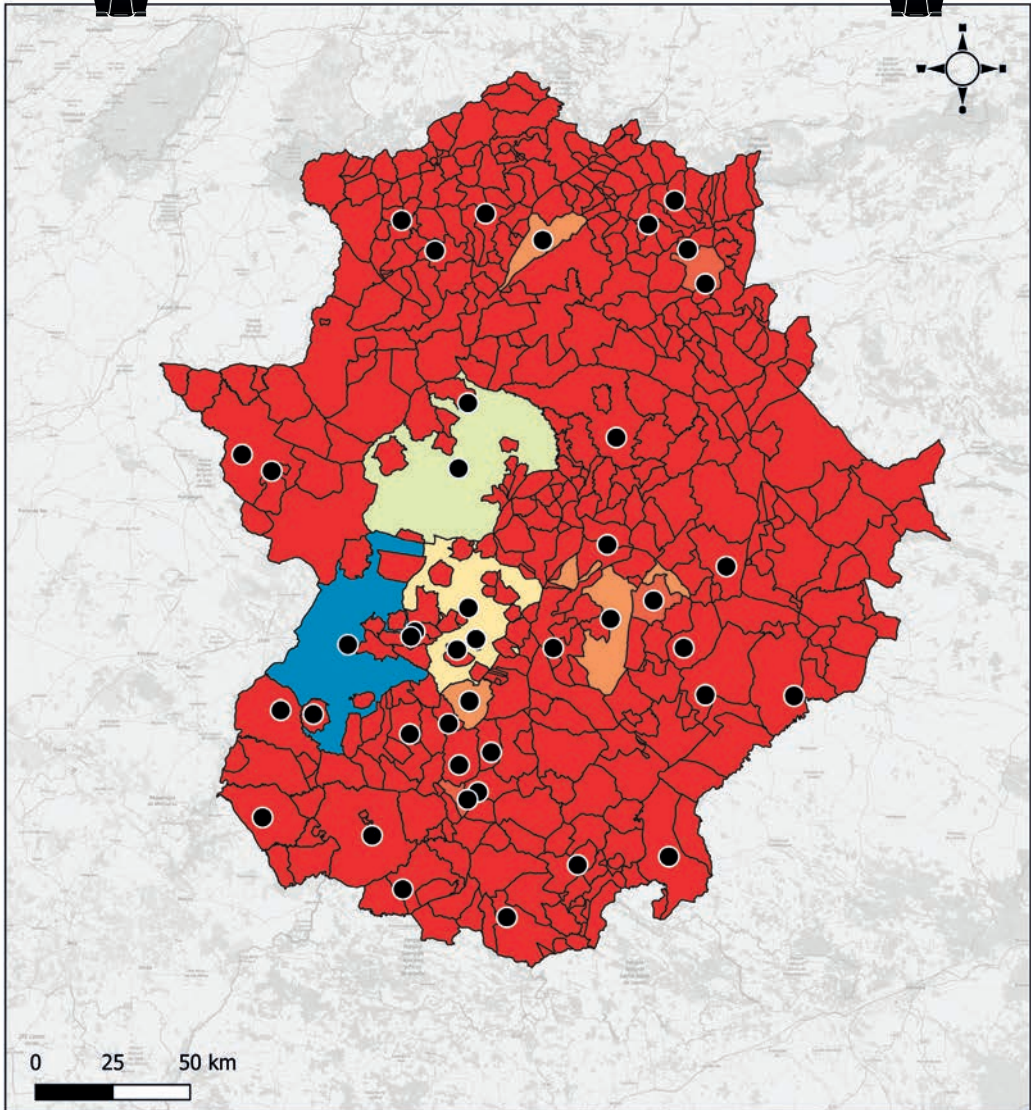
Municipios		Badajoz	Don Benito	Plasencia	Extremadura
	Almendralejo	Cáceres	Mérida	Villanueva de la Serena	

Mapa 3: distribución geográfica de los establecimientos de juego en municipios de más de 20.000 hab. en la comunidad autónoma de Extremadura.



Leyenda			
Municipios + 20.000 hab.			
Almendralejo	Azuaga	Jaraíz de la Vera	Navavillar de Pela
Badajoz	Cabeza del Buey	Jarandilla de la Vera	Olivenza
Cáceres	Calamonte	Jerez de los Caballeros	Puebla de la Calzada
Don Benito	Campanario	Llerena	San Vicente de Alcántara
Mérida	Casar de Cáceres	Los Santos de Maimona	Santa Marta
Plasencia	Castuera	Miajadas	Valverde de Leganés
Villanueva de la Serena	Coria	Monesterio	Villafranca de los Barros
	Fregenal de la Sierra	Montehermoso	Villanueva del Fresno
Municipios - 20.000 hab.			
Aceuchal	Fuente del Maestre	Montijo	Zafra
Arroyo de San Serván	Guareña	Moraleja	Extremadura
		Navalmoral de la Mata	

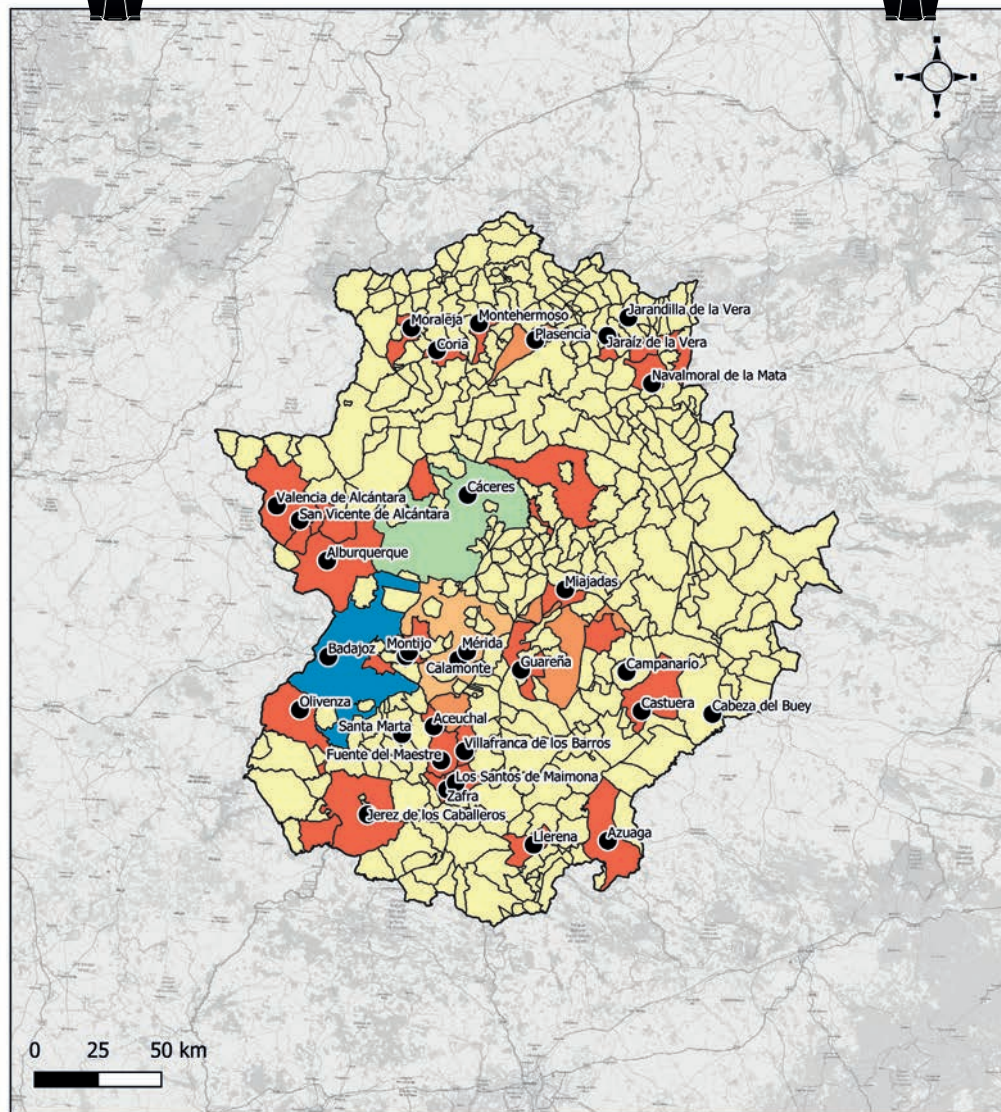
Mapa 4: Distribución geográfica de los Establecimientos de Juego en Extremadura.



Leyenda

- | | | |
|-----------------------------|---------------|---------------|
| ● Establecimientos de Juego | 2396 - 4791 | 21560 - 23956 |
| □ Extremadura | 4791 - 7187 | |
| Población joven | 7187 - 9582 | |
| 0 - 2396 | 9582 - 11978 | |
| | 11978 - 14374 | |

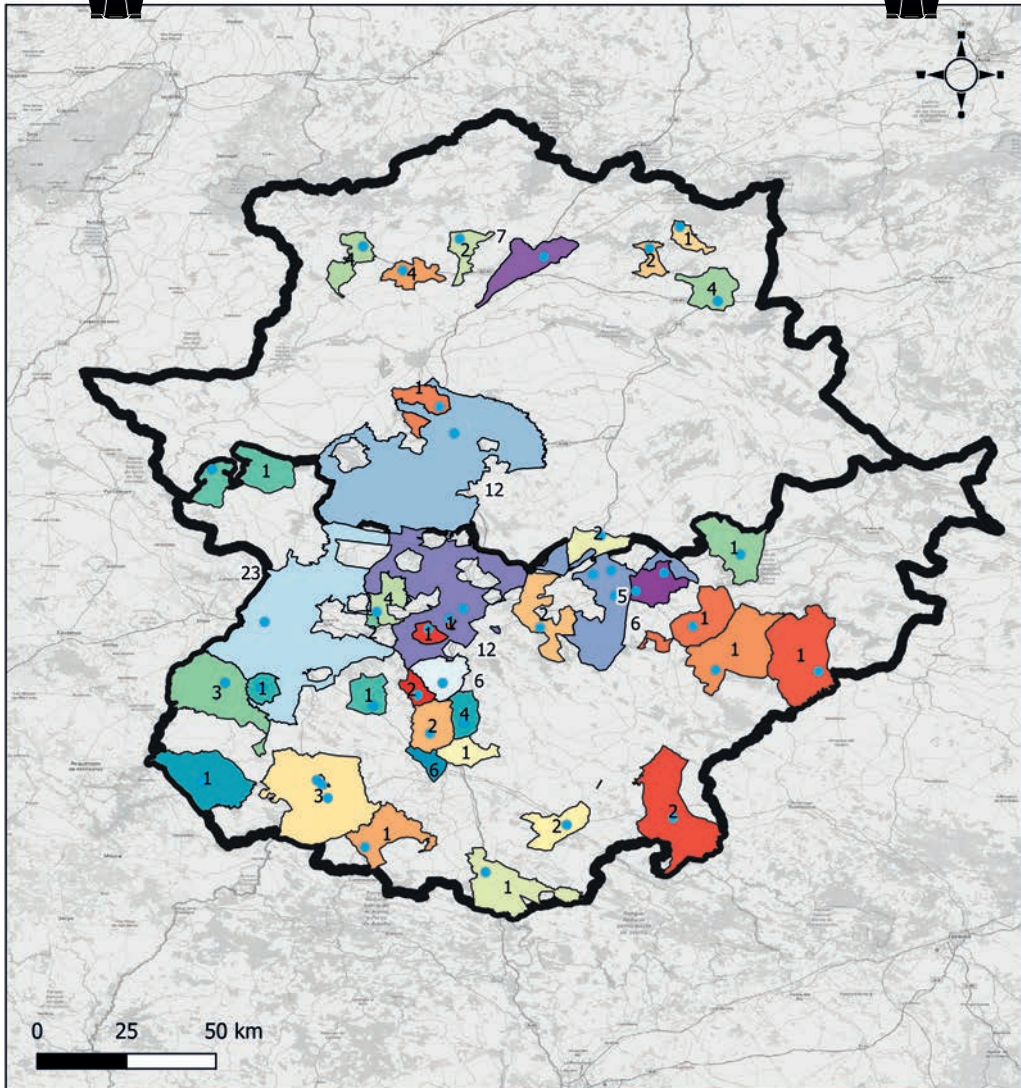
Mapa 5: Distribución geográfica de los establecimientos de juego según la población joven por municipios. Establecimientos de Juego Extremadura Población joven.



Leyenda

● Municipios Badajoz	30257 - 45348	105711 - 120802
● Municipios Cáceres	45348 - 60439	120802 - 135893
Población Municipios	60439 - 75530	135893 - 150984
75 - 5000	75530 - 90620	Extremadura
5000 - 30257	90620 - 105711	

Mapa 6: Población municipios y Establecimientos de Juego en Extremadura.



Leyenda

Municipios menores de 20.000 hab.

Moraleja

Olivenza

San Vicente de Alcántara

Valverde de Leganés

Villanueva del Fresno

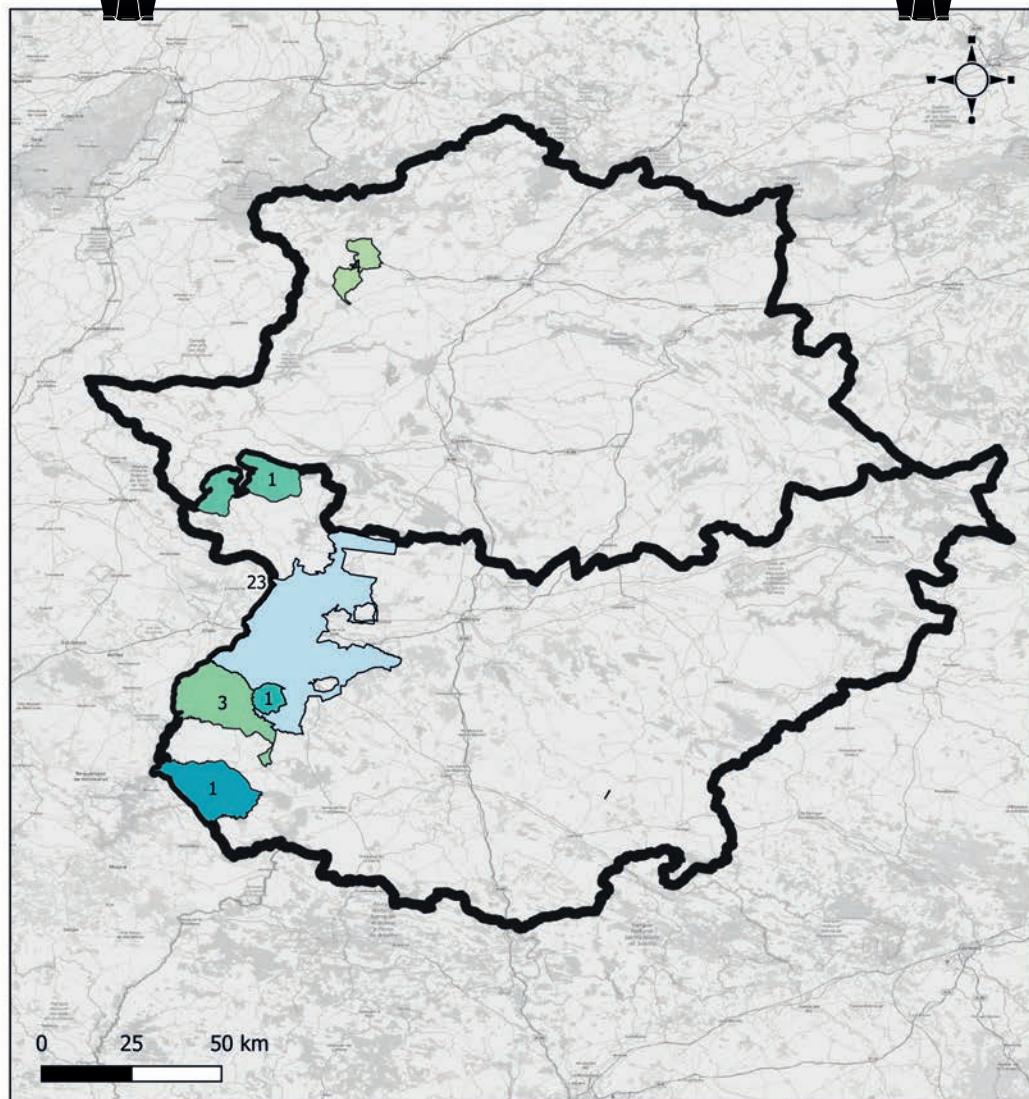
Extremadura

Municipios de más de 20.000 hab.

Badajoz

Policia Local

Mapa 7: Distribución geográfica de Municipios con Establecimientos de juego y policía Local en la Comunidad Autónoma de Extremadura.



Leyenda

Municipios menores de 20.000 hab.

Moraleja

Olivenza

San Vicente de Alcántara

Valverde de Leganés

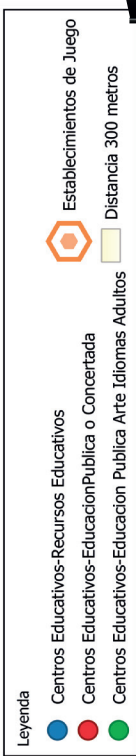
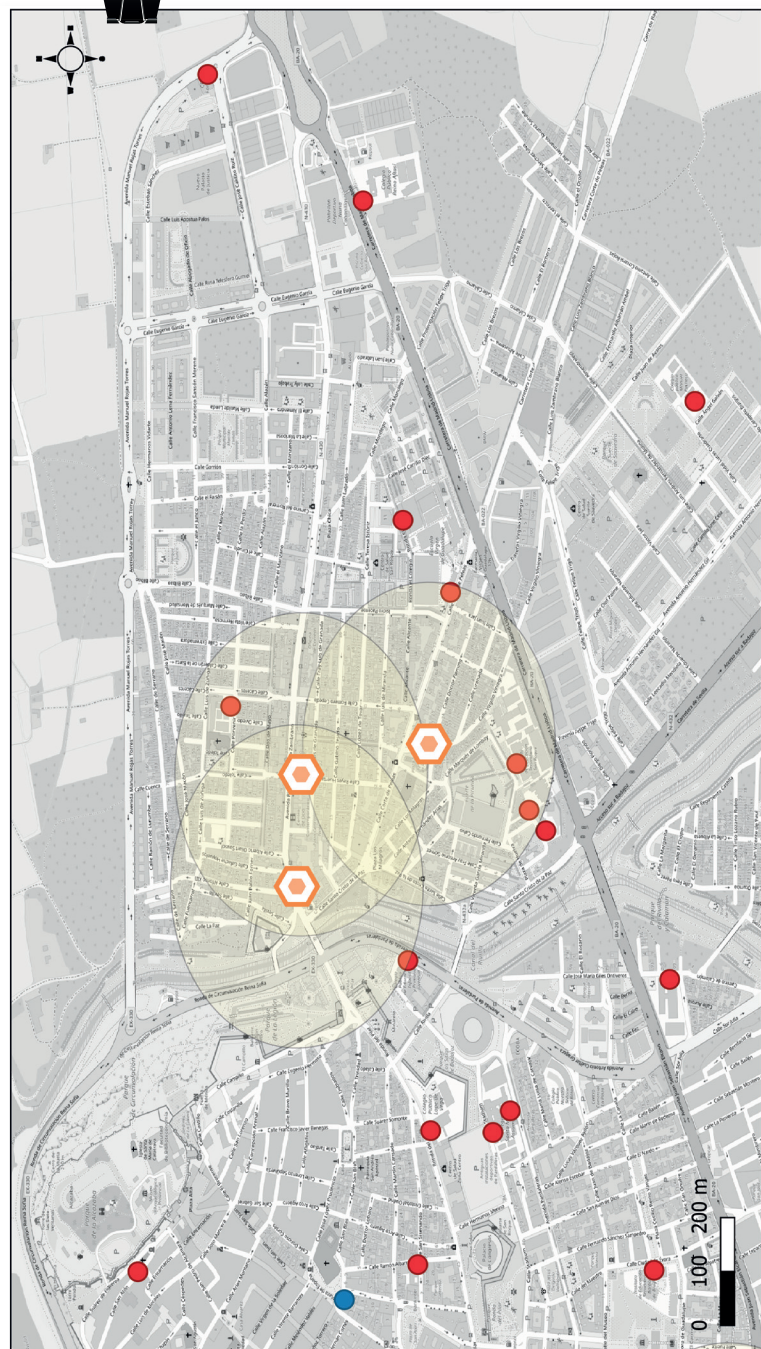
Villanueva del Fresno

Extremadura

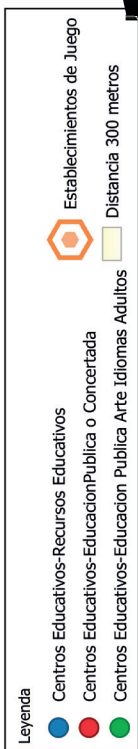
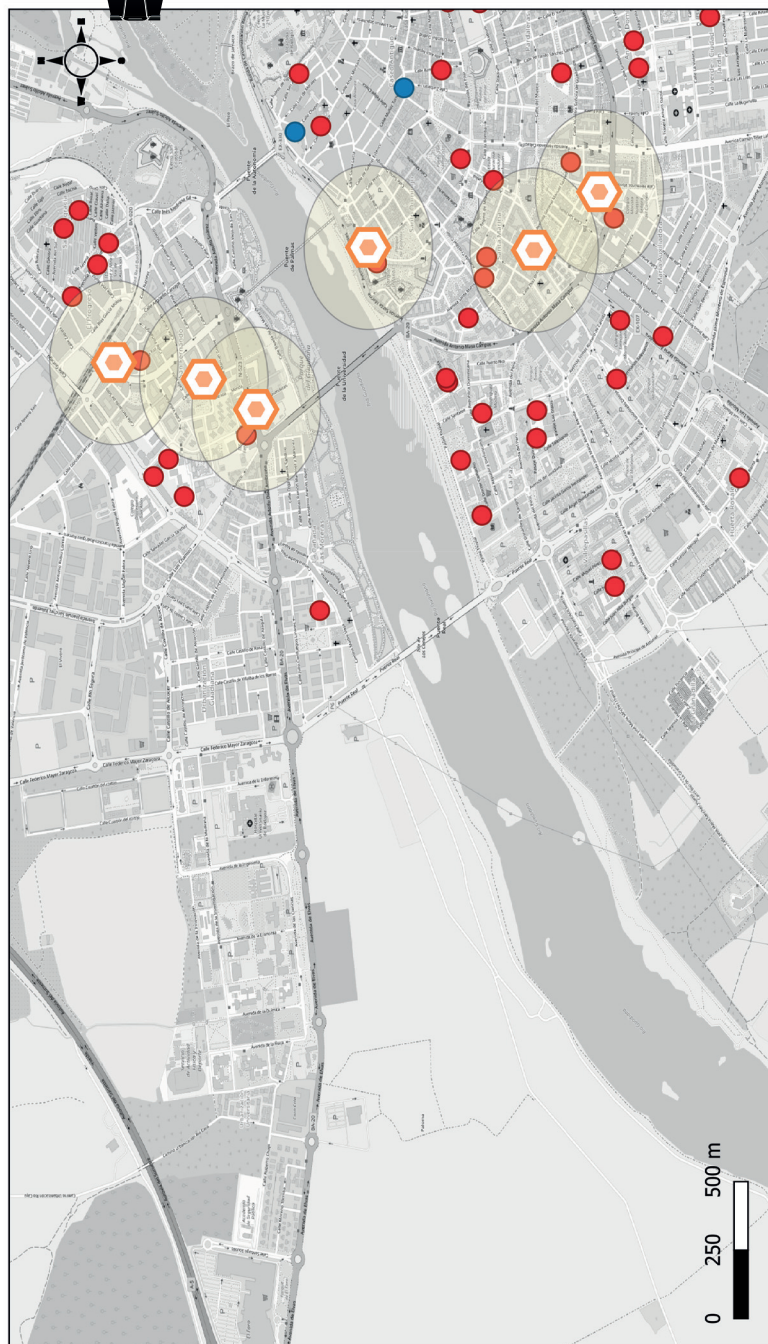
Municipios de más de 20.000 hab.

Badajoz

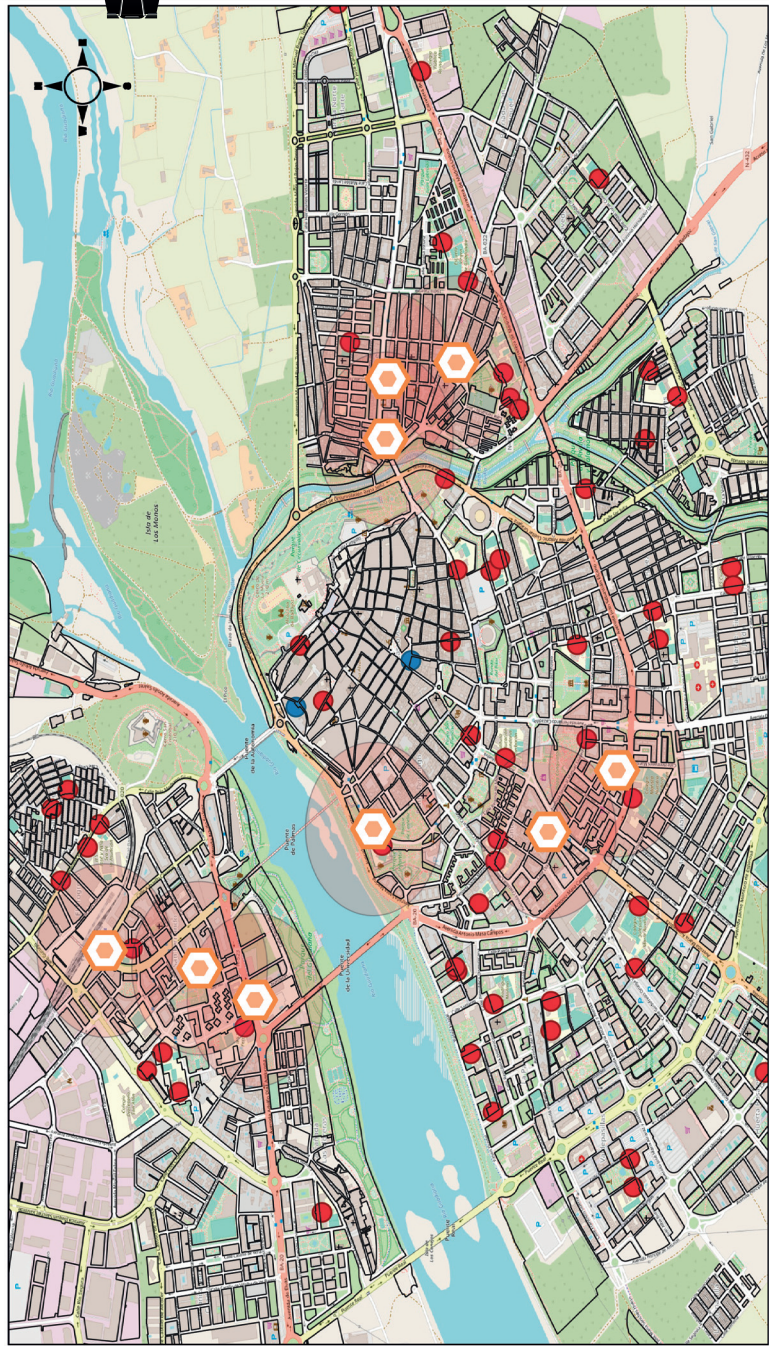
Mapa 8: Distribución geográfica de Municipios Fronterizos con Establecimientos de juego en la Comunidad Autónoma de Extremadura.



Mapa 9: Distancia Establecimientos de Juego en Badajoz (Zona 1).

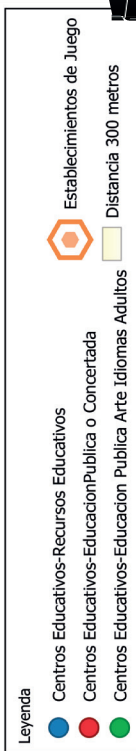
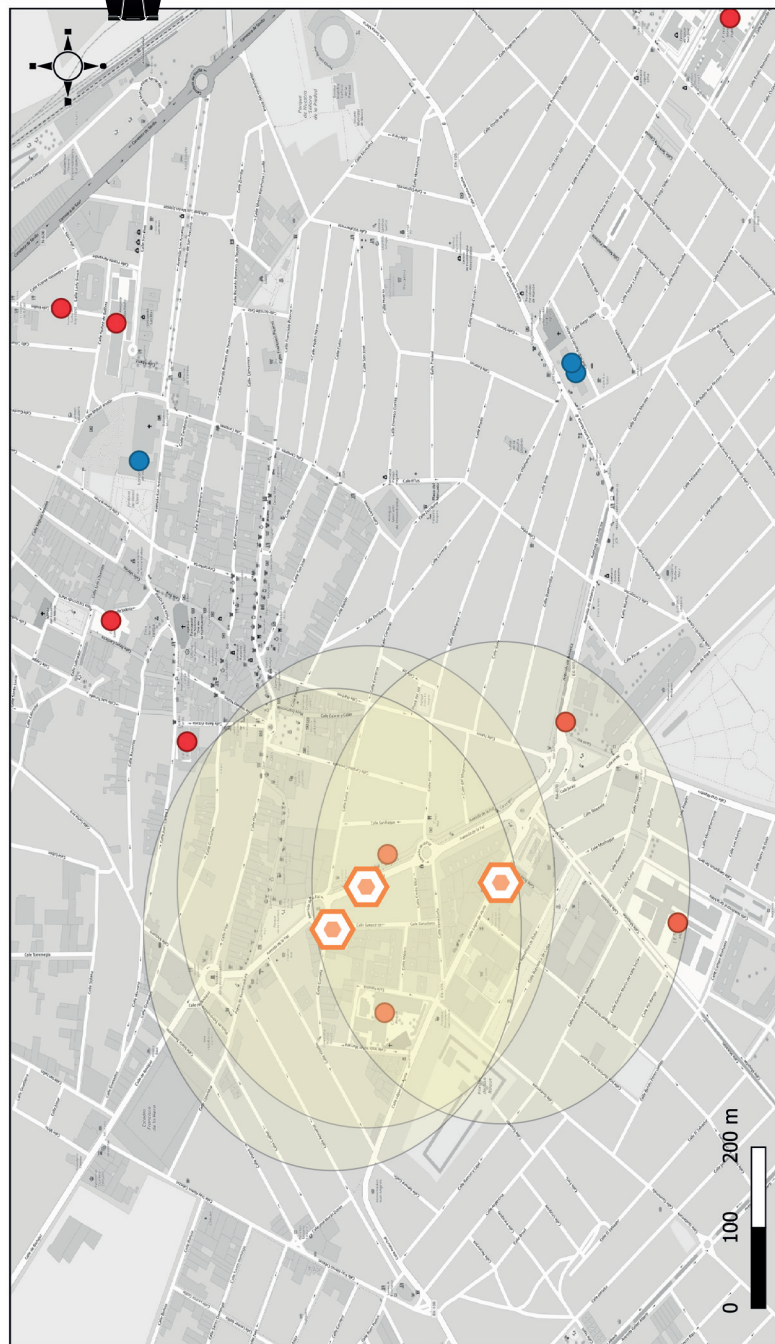


Mapa 10: Distancia Establecimientos de Juego en Badajoz (Zona 2).

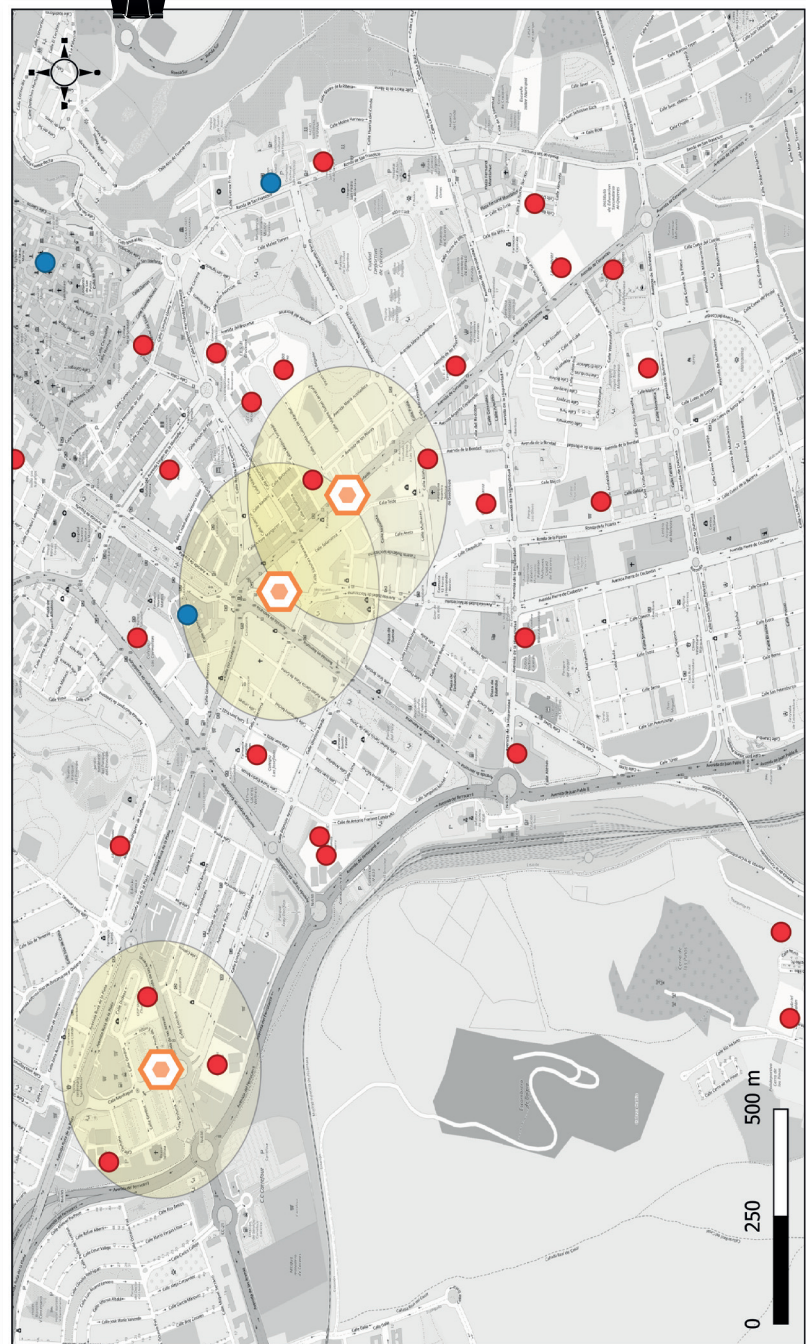


- Leyenda**
- Distancia 300 metros
 - Centros Educativos-Recursos Educativos
 - Centros Educativos-Educación Pública o Concertada
 - Centros Educativos-Educación Pública Artedíomas Adultos
 - Casas de Apuestas
 - Manzana

Mapa 11: Distancia Establecimientos de Juego en Badajoz Completo.



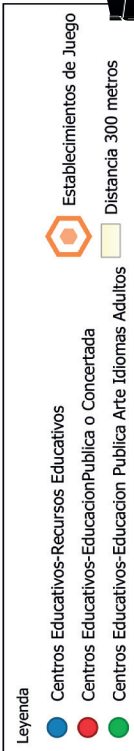
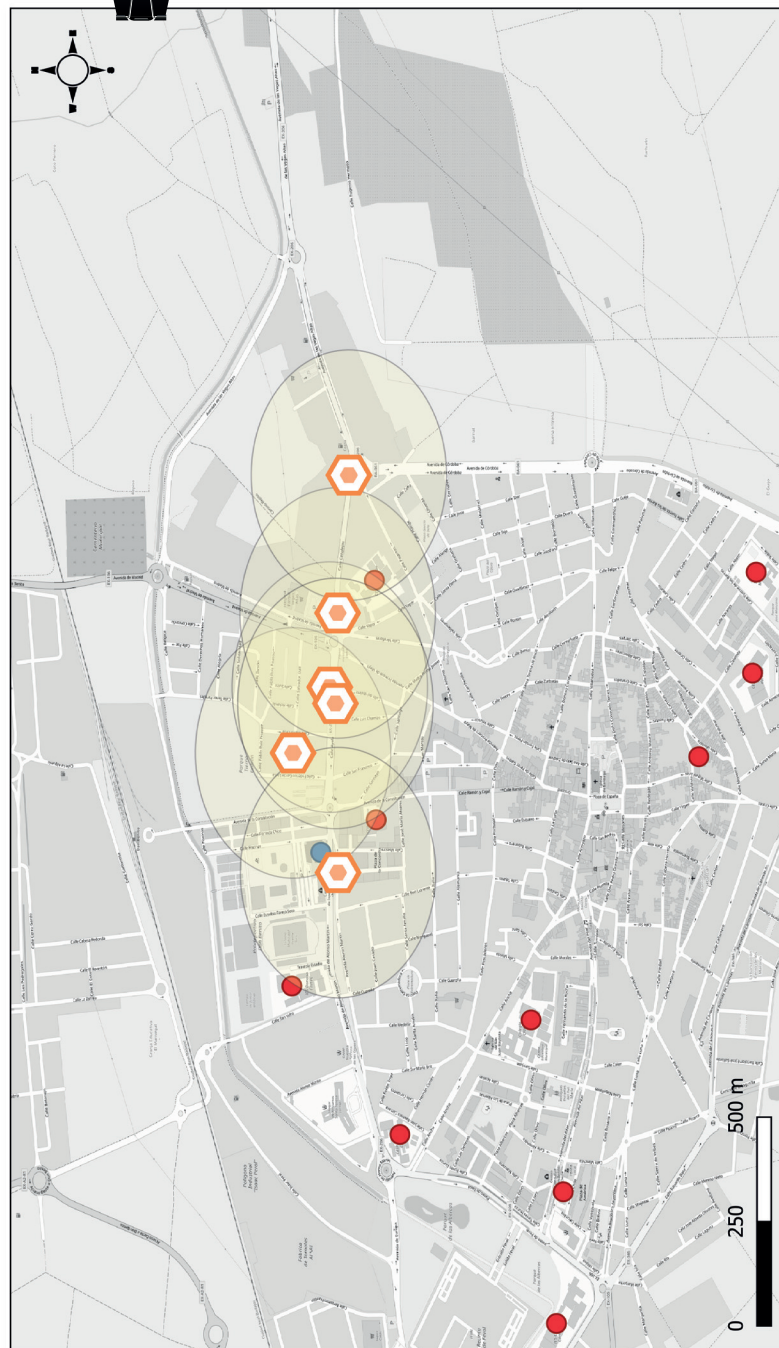
Mapa 12: Distancia Establecimientos de Juego en Almendralejo.



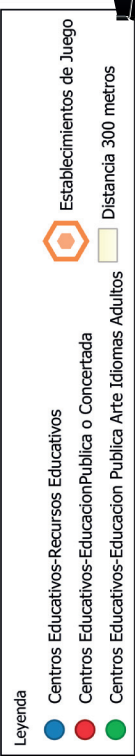
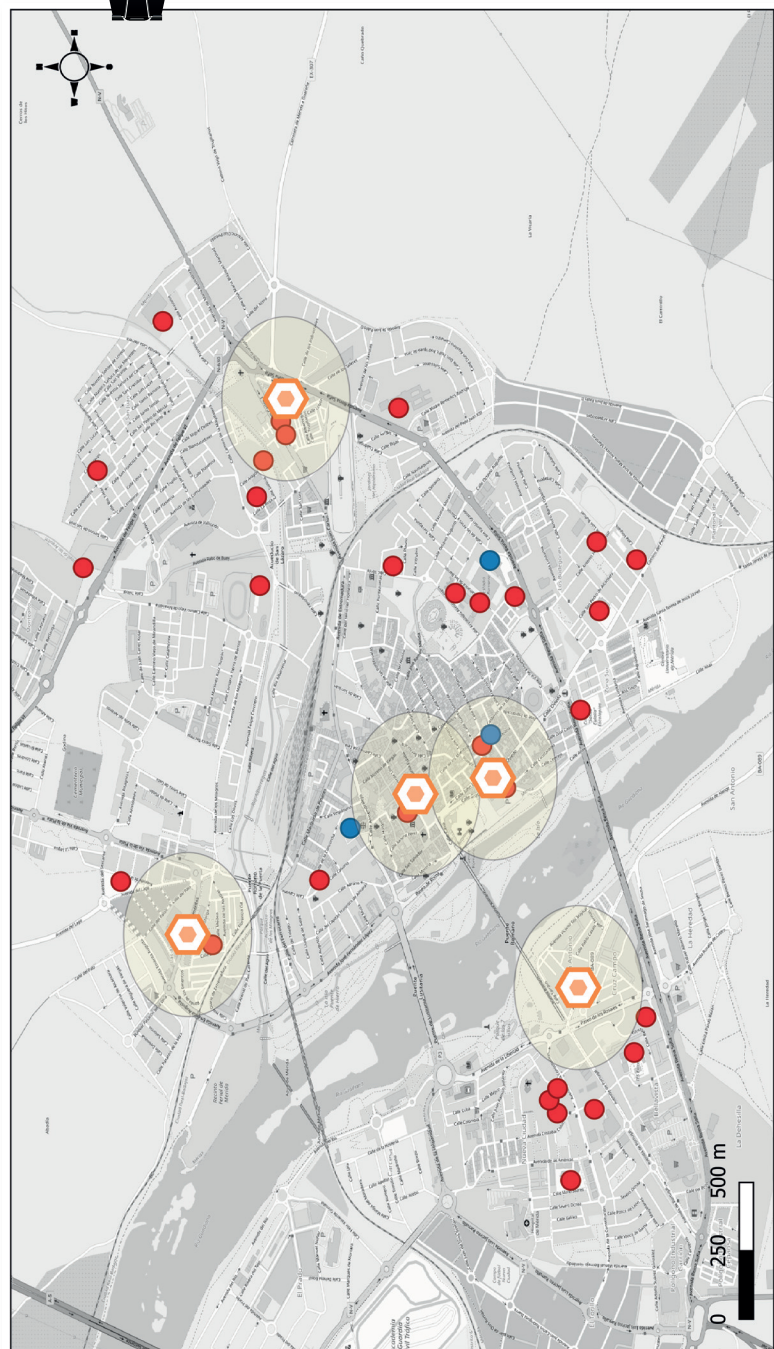
Leyenda

	Centros Educativos-Recursos Educativos
	Centros Educativos-Educación Pública o Concertada
	Centros Educativos-Educación Pública Arte Idiomas Adultos
	Establecimientos de Juego
	Distancia 300 metros

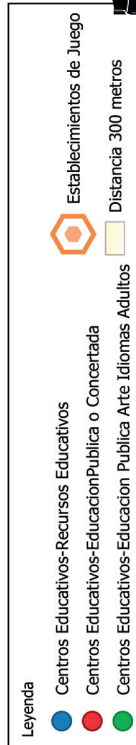
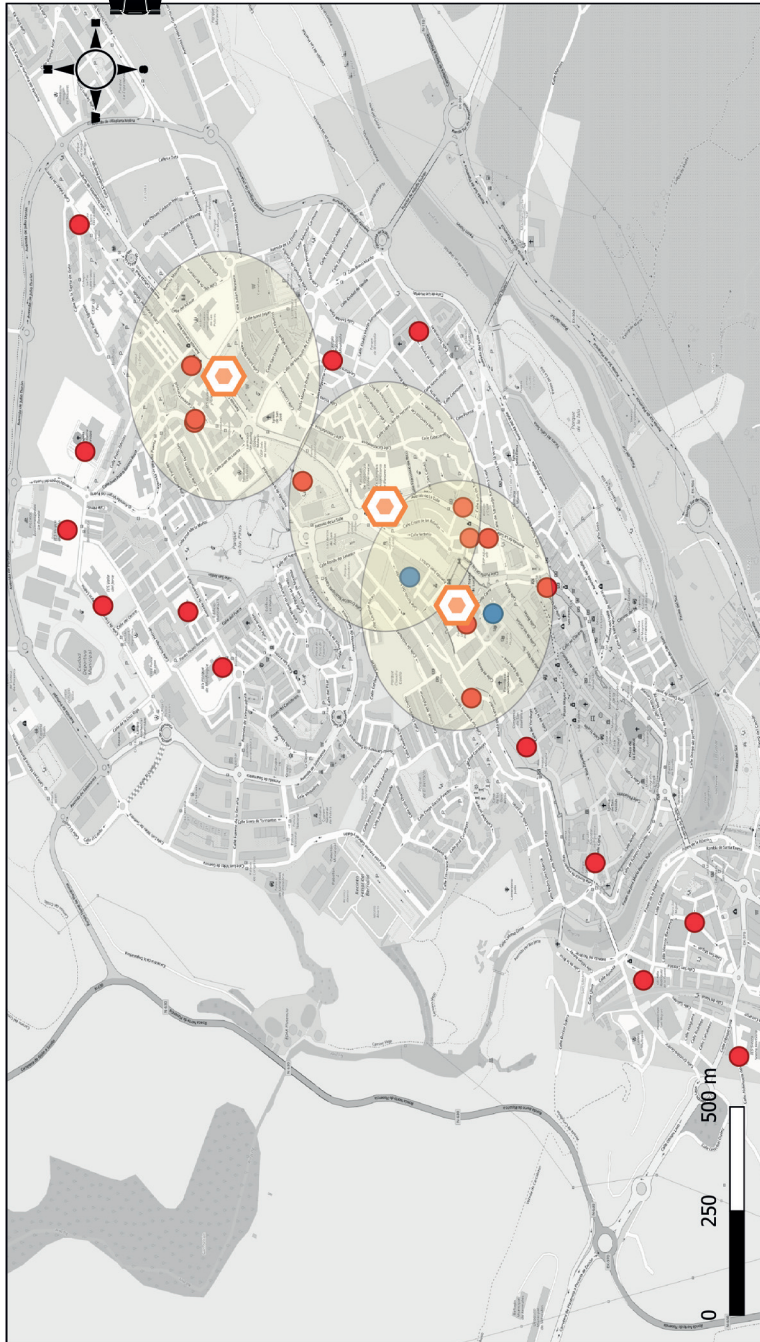
Mapa 13: Distancia Establecimientos de Juego en Cáceres.



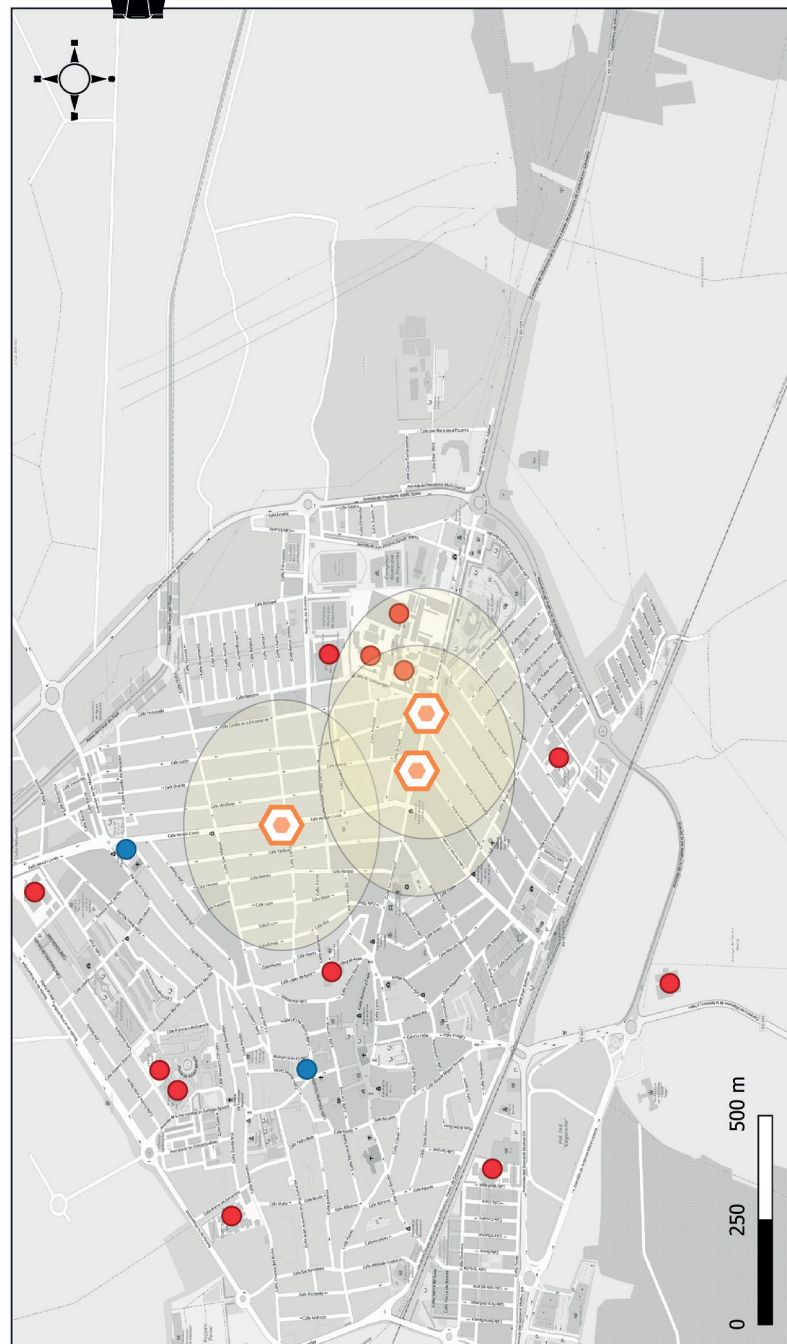
Mapa 14: Distancia Establecimientos de Juego en Don Benito.








Mapa 15: Distancia Establecimientos de Juego en Mérida.



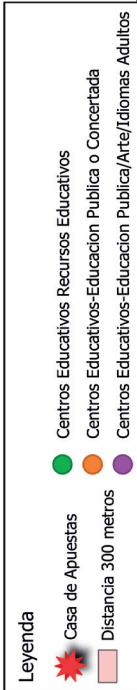
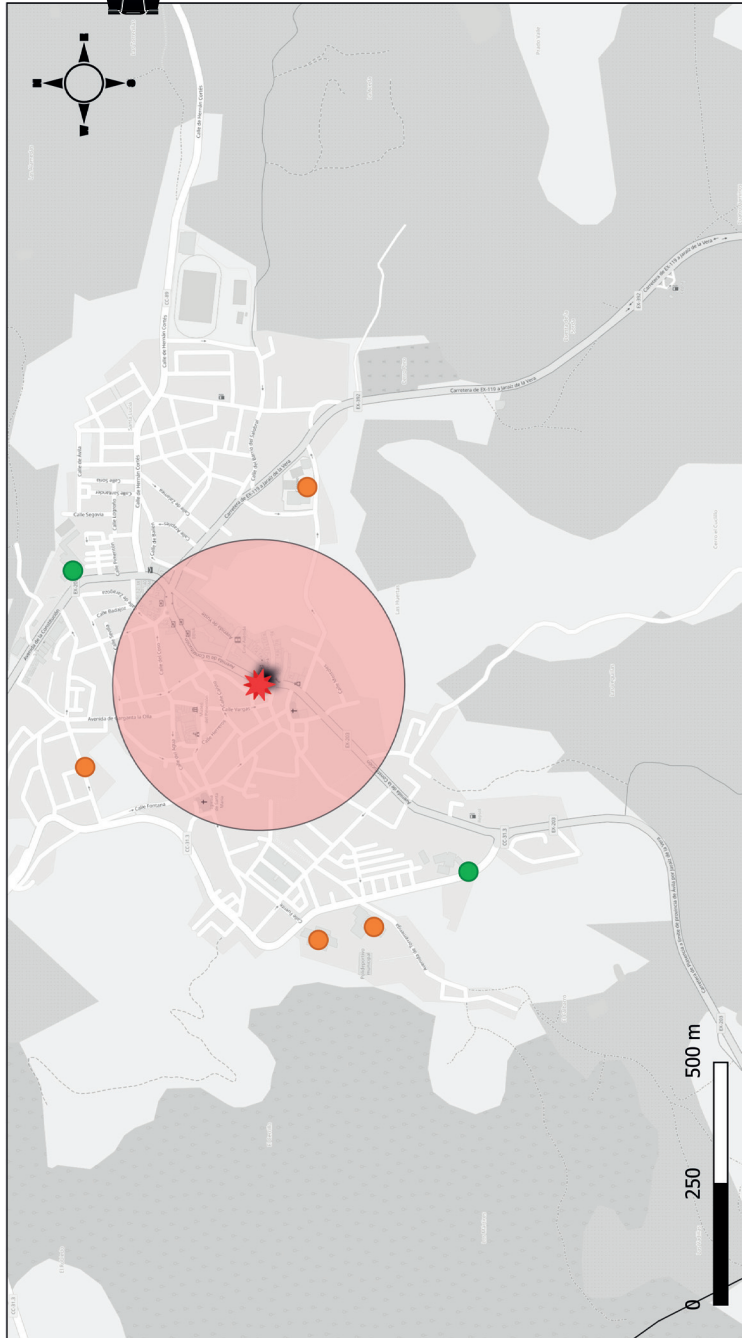
Mapa 16: Distancia Establecimientos de Juego en Plasencia.



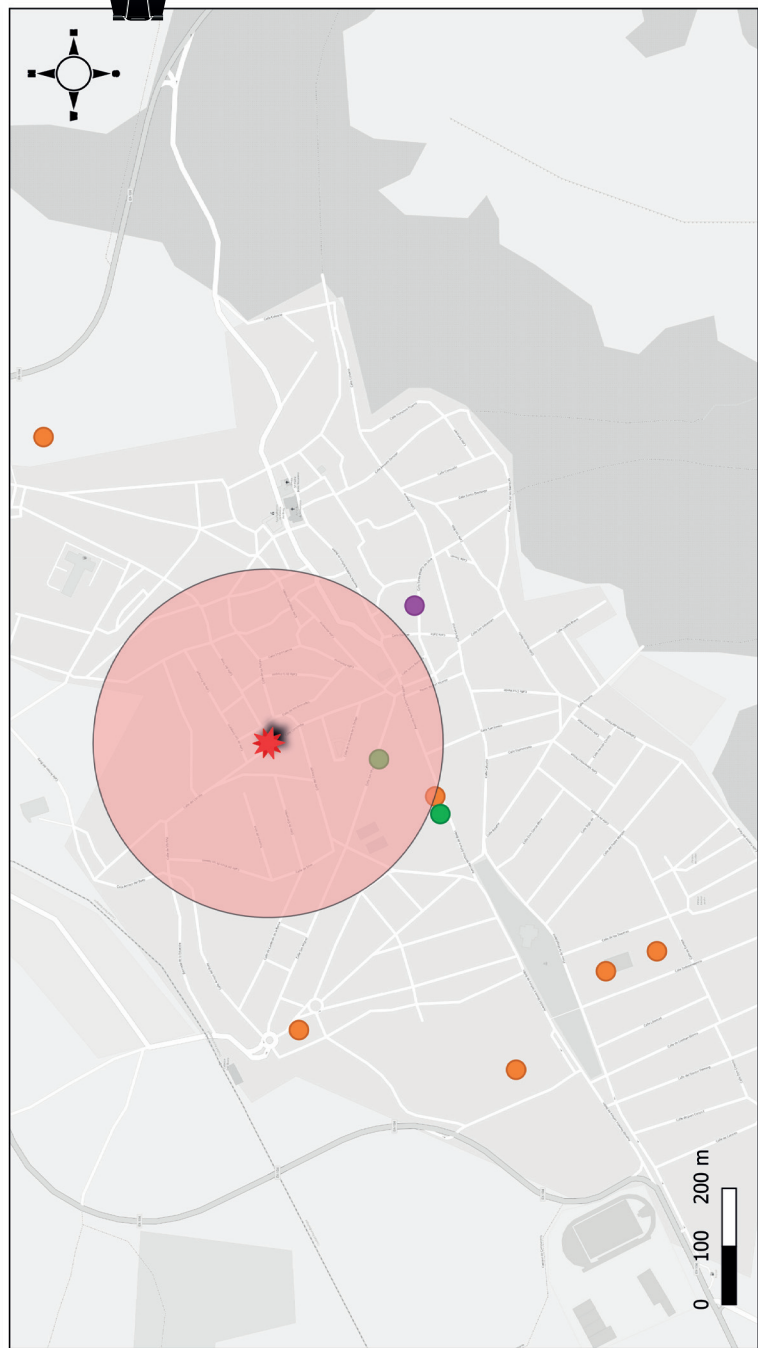
Leyenda

	Centros Educativos-Recursos Educativos
	Centros Educativos-Educación Pública o Concertada
	Centros Educativos-Educación Pública Arte Idiomas Adultos
	Establecimientos de Juego
	Distancia 300 metros

Mapa 17: Distancia Establecimientos de Juego en Villanueva de la Serena.



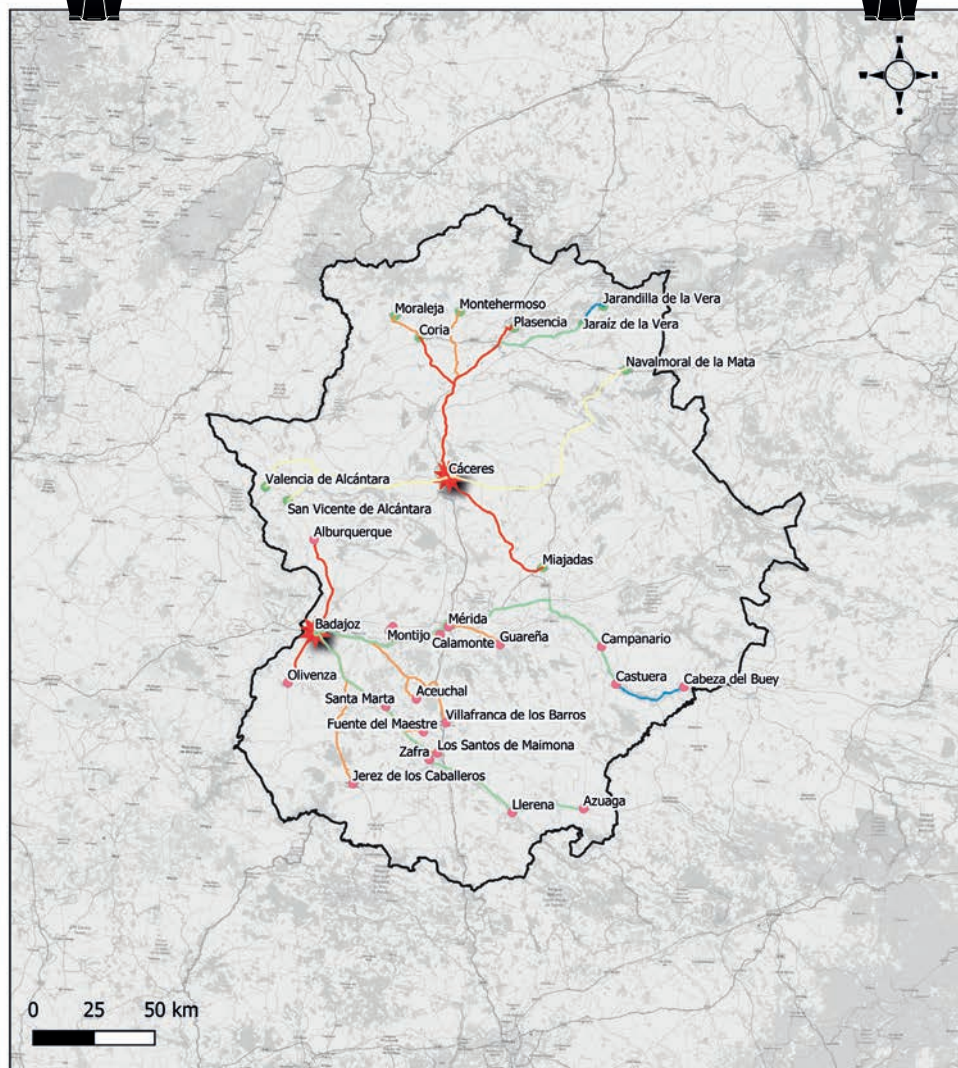
Mapa 18: Distancia Establecimientos de Juego en Jaraiz (Provincia de Cáceres).



Leyenda

- Casa de Apuestas
- Distancia 300 metros
- Centros Educativos Recursos Educativos
- Centros Educativos-Educación Pública o Concertada
- Centros Educativos-Educación Pública/Arte/Idiomas Adultos

Mapa 19: Distancia Establecimientos de Juego en Cabeza del Buey (Provincia de Badajoz).



Leyenda

● Municipios Badajoz	79 - 99 min.	64 - 71,1 min.
Distancia Municipios Badajoz	99 - 118 min.	71,1 - 78,2 min.
20 - 40 min.	● Municipios Cáceres	● Badajoz
40 - 59 min.	Distancia Municipios Cáceres	● Cáceres
59 - 79 min.	42,8 - 49,9 min.	□ Extremadura
	49,9 - 56,9 min.	
	56,9 - 64 min.	

Mapa 20: Distancia entre municipios en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

ÍNDICE

ILUSTRACIONES, IMÁGENES,

GRÁFICOS, MAPAS Y TABLAS



ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Descripción de las fases del proyecto	19
Ilustración 2: Descripción de las fases del proyecto	59

IMÁGENES

Imagen 1: Establecimientos de juego en Extremadura.	40
Imagen 2: Imagen de las dinámicas de elicitación de ideas taller de arte urbano de Aldea Moret	127
Imagen 3: Imagen donde se recoge la visita al espacio a intervenir del taller de arte urbano Aldea Moret	128
Imagen 4: Sesión de traducción de los mensajes principales a señales en Aldea Moret	129
Imagen 5: Creación de las señales con mensajes sobre el juego y es espacio urbano en la Vía Norte	130
Imagen 6: Ejemplos de señales realizadas en el taller de arte urbano de la Vía Norte	131
Imagen 7: Collage de imágenes que recogen la ejecución del mural en Aldea Moret y en la Vía Norte	132
Imagen 8: Imagen que refleja momentos no planteados previamente en la investigación en Aldea Moret	133
Imagen 9: Imagen del resultado final de la intervención realizada en Aldea Moret	135
Imagen 10: Imagen del resultado final de la intervención realizada en la Vía Norte	136

GRÁFICOS

Gráfico 1: Facturación en millones de las empresas de juego	30
Gráfico 2: Distancia mínima desde los Establecimientos de Juego a Centros Educativos en municipios de más de 20.000 hab.	42
Gráfico 3: Distancia mínima desde los Establecimientos de Juego o Centros Educativos en municipios de menos de 20.000 hab.	43
Gráfico 4: Porcentaje de la muestra que ha jugado y no ha jugado en los últimos tres meses	66
Gráfico 5: Frecuencia de juego a los rascas de la ONCE	67
Gráfico 6: Porcentajes de respuesta a la pregunta “Sería fácil jugar a juegos de apuestas, aunque sea menor de edad”	71
Gráfico 7: Porcentajes de respuesta a la pregunta “Sabría dónde dirigirme si quisiera apostar” ..	72
Gráfico 8: Porcentajes de intención de juego	76
Gráfico 9: Normalización del juego	77



Gráfico 10: Puntuación en autoeficacia por edades.....	78
Gráfico 11: Puntuación en autoeficacia por severidad de juego.....	79
Gráfico 12: Puntuaciones en las distintas motivaciones para jugar.....	80
Gráfico 13: Motivaciones para jugar por severidad de juego.....	81
Gráfico 14: Presión mediática.....	88

MAPAS

Mapa 1. Distribución geográfica de los establecimientos de juego en la comunidad autónoma de Extremadura.....	155
Mapa 2: Distribución geográfica de los establecimientos de juego en municipios de menos de 20.000 hab. En la comunidad autónoma de Extremadura.....	156
Mapa 3: Distribución geográfica de los establecimientos de juego en municipios de más de 20.000 hab. En la comunidad autónoma de Extremadura.....	157
Mapa 4: Distribución geográfica de los Establecimientos de Juego en Extremadura.....	158
Mapa 5: Distribución geográfica de los establecimientos de juego según la población joven por municipios Establecimientos de Juego Extremadura Población joven.....	159
Mapa 6: Población municipios y Establecimientos de Juego en Extremadura.....	160
Mapa 7: Distribución geográfica de Municipios con Establecimientos de juego y policía Local en la Comunidad Autónoma de Extremadura.....	161
Mapa 8: Distribución geográfica de Municipios Fronterizos con Establecimientos de juego en la Comunidad Autónoma de Extremadura.....	162
Mapa 9: Distancia Establecimientos de Juego en Badajoz (Zona 1).....	163
Mapa 10: Distancia Establecimientos de Juego en Badajoz (Zona 2).....	164
Mapa 11: Distancia Establecimientos de Juego en Badajoz Completo.....	165
Mapa 12: Distancia Establecimientos de Juego en Almendralejo.....	166
Mapa 13: Distancia Establecimientos de Juego en Cáceres.....	167
Mapa 14: Distancia Establecimientos de Juego en Don Benito.....	168
Mapa 15: Distancia Establecimientos de Juego en Mérida.....	169
Mapa 16: Distancia Establecimientos de Juego en Plasencia.....	170
Mapa 17: Distancia Establecimientos de Juego en Villanueva de la Serena.....	171
Mapa 18: Distancia Establecimientos de Juego en Jaraiz (Provincia de Cáceres).....	172
Mapa 19: Distancia Establecimientos de Juego en Cabeza del Buey (Provincia de Badajoz).....	173
Mapa 20: Distancia entre municipios en la Comunidad Autónoma de Extremadura.....	174



TABLAS

Tabla 1:	Porcentajes de la frecuencia de juego en distintos juegos de azar	68
Tabla 2:	Porcentajes de severidad de juego por género.....	69
Tabla 3:	Porcentajes de las edades de inicio en el juego.....	70
Tabla 4:	Porcentajes de la edad de inicio en el juego teniendo en cuenta la severidad	70
Tabla 5:	Porcentaje en relación a la modalidad de juego.....	72
Tabla 6:	Porcentaje en relación a la modalidad de juego en función del nivel de educativo actual	73
Tabla 7:	Porcentaje de respuestas a la pregunta “¿Hay algún establecimiento de juego en el recodido a tu centro educativo?”	74
Tabla 8:	Porcentaje de respuesta a la pregunta “¿Si has apostado en una casa de apuestas en qué momento de la semana fue?”	74
Tabla 9:	Porcentaje de respuesta a la pregunta “¿Sí has apostado en una casa de apuestas cuál es la que más frecuentes?”	75
Tabla 10:	Percepción de juego de los progenitores	83
Tabla 11:	Actitud parental frente a los juegos de azar	84
Tabla 12:	Conocimiento de las personas cercanas sobre las prácticas de juego	85
Tabla 13:	Percepción de los y las amigas que juegan.....	86
Tabla 14:	Actitud hacia la publicidad de juego.....	87
Tabla 15:	Porcentajes de frecuencia de juego online antes y durante el confinamiento	89
Tabla 16:	Tipos juegos de azar online antes y durante el confinamiento.....	90
Tabla 17:	Gasto en juegos de azar online antes y durante el confinamiento	90
Tabla 18:	Perfiles de las personas participantes en los grupos focales	93
Tabla 19:	Perfiles de las personas participantes en los grupos de focales.....	111
Tabla 20:	Tema a explorar en los grupos focales	112
Tabla 21:	Características de los videojuegos populares.....	117
Tabla 22:	Esquema de los talleres de arte urbano.....	125



CJÉx

Consejo de la Juventud
De Extremadura