



Universidad de Valladolid
Facultad de Educación y Trabajo Social

Trabajo de Fin de Grado
Grado en Educación Social

Juventud, adolescencia y adicción al juego: la situación en la ciudad de Valladolid

Presentado por:

D.^a Lorena Ferrero Martínez

Tutelado por:

Prof. Dr. D. Jaime Antonio Foces Gil

Valladolid, 2023

Resumen

Este Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo aproximarse al tema de la ludopatía en los jóvenes y adolescentes, poniendo especial atención en la ciudad de Valladolid. Además del análisis de la realidad se pretende poner el foco en las asociaciones que luchan contra esta lacra y en la relevancia que debería tener la figura del Educador Social en un problema tan arraigado y a la vez tan invisibilizado, pero que puede acarrear consecuencias devastadoras tanto para la persona que sufre la enfermedad como para los familiares de esta y el entorno social en el que se presenta.

Palabras clave

Ludopatía, educación social, juegos de azar, adicción, jugador compulsivo, enfermedad, prevención.

Abstract

This Final Degree Project aims to approach the issue of pathological gambling among young people and adolescents, paying special attention to the city of Valladolid. In addition to the analysis of the reality, the aim is to focus on the associations that fight against this scourge and on the relevance that the figure of the Social Educator should have in a problem that is so deeply rooted and at the same time so invisible, but which can have devastating consequences both for the person who suffers from the disease and for their family members and the social environment in which it occurs.

Key words

Compulsive gambling, social education, gambling, addiction, compulsive gambler, gambling, disease, prevention.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS.....	4
2.1. Planteamiento del problema	4
2.2. Objetivos.....	7
3. JUSTIFICACIÓN: RELEVANCIA DEL TEMA Y COMPETENCIAS DEL TÍTULO.....	8
4. MARCO TEÓRICO	12
4.1. La ludopatía.....	12
4.1.1. Concepción, etimología y definiciones	12
4.1.2. La publicidad del juego como herramienta para atraer a los jóvenes.....	15
4.1.3. Marco legal del juego en España.....	18
4.1.3.1. Marco legal en Castilla y León	21
4.1.4. Evolución de la participación en los juegos de azar en España.....	23
4.2. El juego en la ciudad de Valladolid.....	29
4.2.1. Establecimientos de juego en Valladolid.....	29
4.2.2. Asociaciones de lucha contra la ludopatía en Valladolid.....	32
4.3. La figura del Educador Social en esta problemática.....	32
5. METODOLOGÍA.....	34
6. CONCLUSIONES.....	35
7. ANEXOS.....	38
Anexo I: Entrevista realizada a Ángel Aranzana, presidente de la Asociación AJUPAREVA, el 26-03-2023.....	38
Bibliografía.....	41

1. INTRODUCCIÓN

Este documento se muestra como un trabajo de investigación cuyo objeto principal de estudio son los jóvenes y la relación que tienen con los juegos de azar y la adicción al juego, centrandose geográficamente el tema en la ciudad de Valladolid. Además se analizará la figura del Educador Social en este contexto y el trabajo que debe ejecutar tanto en la prevención del juego compulsivo como en la intervención con las personas que son adictas a estos juegos.

El Trabajo de Fin de Grado está estructurado de tal forma que en primer lugar se planteará el problema que se ha detectado y se definirán los objetivos que se quiere conseguir con el mismo. En ese apartado se señalará qué es lo que se pretende lograr y con qué colectivo se va a realizar la investigación. Posteriormente, se justificará la elección de ese tema, que creemos está tan poco visibilizado tanto en la carrera de Educación Social como en la sociedad.

Una vez expuesto el por qué se ha elegido este tema, se desarrollará un marco teórico con distintos apartados donde se abordará la concepción y la definición del concepto de ludopatía desde una perspectiva internacional, como la que aportan el DSM-5 o la OMS, la publicidad como método de atracción para los jóvenes y el marco legal sobre el juego que existe actualmente en España y en Castilla y León. Posteriormente, se expondrá la situación que existe actualmente en Valladolid con respecto al tema escogido, al igual que se tendrán en cuenta las asociaciones que dispone la ciudad para intervenir en este problema. Finalmente se pondrá en un primer plano la figura del Educador Social como profesional para la intervención y prevención de la ludopatía en los jóvenes.

Definida la parte teórica, se concluirá el trabajo presentando las conclusiones a las que se ha llegado con la realización de este. Y por último, se incluirán las referencias bibliográficas utilizadas y los anexos donde se encuentra la entrevista realizada a la Asociación AJUPAREVA.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS

2.1. Planteamiento del problema

Tras el desarrollo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) el juego ha ido constantemente en crecimiento (Dirección General de Ordenación del Juego, 2021), es por eso por lo que en este trabajo se quiere realizar una investigación sobre los roles que toman los adolescentes en las casas de apuestas tras la influencia de la publicidad. La juventud está actualmente en contacto en todo momento y en todos los ámbitos de su vida con las nuevas tecnologías (Feliu et al., 2010) y es en ese momento cuando normalmente se origina el inicio en el mundo del juego a través de algún contenido publicitario. Debido al creciente uso de las tecnologías (Instituto Nacional de Estadística, 2022) los más jóvenes están siendo uno de los colectivos más vulnerados respecto a la adicción al juego, en el siglo pasado era posible realizar una criba y prohibir la entrada a este colectivo tanto en salas de juego y casinos como en otros espacios públicos o semipúblicos de juego pero a día de hoy es muy complicado filtrar quien puede apostar y jugar en las plataformas digitales.

Los juegos de azar han sido ya desde la antigüedad una forma de diversión y entretenimiento para toda la sociedad (INJUVE, 2019). Ganar la lotería, jugar una partida de póquer o cantar un bingo supone para los jugadores una gran satisfacción, y les motiva el haber superado un reto intelectual (ej.: póquer), también puede crear un refuerzo social y positivo en las personas que incrementa las ganas de volver a jugar. Actualmente, los juegos de apuestas tanto de forma online como presencial son una opción de ocio reglamentaria en España, aunque a los menores de edad no se les permite jugar de manera legal. Sin embargo, en este momento es sencillo acceder de forma online a cualquiera de las páginas web donde se pueda apostar, según la entrevista que realicé al presidente de la Asociación AJUPAREVA, y no todas tienen un modo de controlar quien entra a sus plataformas y mucho menos que edad tienen quienes entran (transcripciones completas de las entrevistas en el Anexo 1).

Si bien hace unos años solamente se podía acceder de manera presencial a las casas de apuestas, en el presente apostar se ha convertido tan fácil como hacer un simple clic en un ordenador o en un smartphone (Barroso et al., 2019). El que hayamos llegado a este punto tiene que ver con la publicidad que consume la población día a día casi sin darse cuenta. Teniendo presentes las horas que puede pasar un ciudadano español viendo la

televisión donde aparece publicidad, cuando se desplaza de casa al trabajo o viceversa, cuando está escuchando la radio y oye un anuncio de lotería o cuando entra en una página web para ver una noticia y clicla sobre la publicidad para apostar en el partido de futbol de su equipo favorito, la cantidad de mensajes que recibe su cerebro sin estar prestándole mucha atención es prácticamente constante (Frutos, 2018). La problemática de este contexto es que, aunque él no se dé cuenta su cerebro ha procesado esa información y cada vez la va teniendo más presente y eso le puede generar cierta intriga o curiosidad para empezar a jugar.

Estas situaciones que le pueden pasar a un ciudadano común se acrecientan encima si se trata de adolescentes o jóvenes (Frutos, 2018), que están en proceso de desarrollo y son más vulnerables a la hora de recibir y querer experimentar ciertos estímulos como puede ser el hecho de ganar dinero fácil. Además, cabe añadir que la adolescencia y la juventud son las etapas donde una persona se puede considerar más vulnerable hacia las conductas adictivas que puede desembocar en algunos problemas de salud y hace que disminuya su rendimiento y aumente el absentismo escolar y el riesgo de tomar algún tipo de sustancias o conductas suicidas en el caso de que desarrollen problemas con el juego (Barroso et al., 2019).

La ludopatía en los jóvenes y adolescentes debe ser una preocupación social tanto a nivel nacional como a nivel global (Hernández et. al 2020). La adicción al juego se va generando poco a poco, un día van con unos amigos a jugar al bingo y cantan una línea, otro día acceden a un anuncio y apuestan por su equipo favorito y así hasta que su mente y su cuerpo necesitan seguir jugando para volver a sentir esa satisfacción de volver a ganar. Este refuerzo que se obtiene de manera ocasional es el motor para que una persona se vuelva adicta y la consecuencia de dicho refuerzo se debe a la persistencia de esta conducta. De esta manera este comportamiento que antes se generaba de manera social y como una alternativa de ocio ahora se ha convertido en una adicción que puede desembocar en diferentes problemas como el consumo de sustancias en la población adolescente.

Uno de los principales factores de riesgo que provoca que un menor empiece a jugar puede ser el entorno familiar (INJUVE, 2019), si se ha relacionado en ese contexto desde que tiene uso de razón, sumado a la publicidad de juegos de azar y apuestas que consume diariamente y a la normalización del juego que se ha ido produciendo en la sociedad es

muy probable que acabe apostando e incluso que desarrolle problemas más graves. Además de los factores personales que tenga cada individuo hay que analizar el uso de las redes sociales y la cantidad de publicidad que aparecen en ellas (Buil et al., 2015), y si a esto se le añade que alguna celebridad o figuras del deporte promocionen las salas de juego o la plataforma digital donde se apuesta tienen el gancho perfecto para atraer a la población joven. Esta situación se da debido a que la población necesita figuras de referencia y en la mayoría de las ocasiones estas celebridades son dichas personas de referencia, lo que implica que en este caso, los adolescentes, quieran reproducir esa conducta.

Tras una entrevista con el presidente de la Asociación AJUPAREVA, Ángel Aranzana, en la que manifiesta que hay una masificación de casas de apuestas o salones de juego situados en los barrios más desfavorecidos, se puede encontrar en una misma calle hasta siete salones de juego y esta situación se debe a que es en estos barrios donde se encuentra y se potencia el perfil del adicto al juego. La necesidad de adquirir dinero rápido debido a los problemas económicos que tiene parte de la población que vive en esos barrios, sumado a la falta de información que existe sobre el juego hacen que este colectivo sea vulnerable a este tipo de adicción.

Para reducir esta problemática hay que posicionar el foco en las etapas más tempranas de una persona, ya que es en esos momentos cuando se empiezan a dar esas conductas. Cambiando la visión de la perspectiva que antes se centraba en la población adulta únicamente, se podrá evitar que los adolescentes generen una adicción y que en un futuro se vuelvan ludópatas. Es por todas estas razones que es necesario instaurar programas de prevención de estas conductas adictivas que provocan los juegos de azar y las apuestas en todos los centros escolares para proteger a este colectivo, y donde la Educación Social puede jugar un papel muy importante contribuyendo en la elaboración de programas eficaces y basados en la evidencia científica.

2.2. Objetivos

El **objetivo principal** de este trabajo es:

- Analizar las consecuencias y problemáticas que genera el juego en los jóvenes y adolescentes.

Es decir, se pretende estudiar qué secuelas van a arrastrar los adolescentes y los jóvenes, en un futuro, por haber decidido adentrarse en el mundo de los juegos de azar y cómo esto ha empeorado su calidad y su estilo de vida al convertirse en una enfermedad.

Y los **objetivos secundarios** son:

- Resumir cómo han influido las TIC en el crecimiento de esta problemática.
- Examinar si existe un control real en las casas de apuestas y establecimientos similares para los jóvenes y menores de edad.
- Definir las estrategias que siguen las casas de apuestas para ubicar sus salas en unos barrios o en otros.
- Relacionar la iniciación de los menores en los juegos de azar con la normalización de estos en la sociedad.

3. JUSTIFICACIÓN: RELEVANCIA DEL TEMA Y COMPETENCIAS DEL TÍTULO

Se ha escogido el tema – juventud, adolescencia y adicción al juego: la situación en la ciudad de Valladolid – por la importancia que supone el hecho de que, en una sociedad como la nuestra, cada vez más personas menores de edad se inicien en las apuestas (Observatorio Europeo de las Drogas y las Toxicomanías, 2020). Cada vez se hacen más estudios y análisis sobre los adolescentes y el juego patológico como el informe del Observatorio Europeo de las Drogas y las Toxicomanías (2020), el análisis de Buil *et al.* (2015), o el estudio de Ortiz (2020). La perspectiva única de que solo los adultos juegan debe de centrarse también en la población más joven ya que son cada vez más los que se inician en este mundo. El objeto de este trabajo es indagar por qué en la población en general y en los jóvenes y adolescentes en particular, se ha producido un incremento en la tendencia a participar en los juegos de azar. Teniendo en cuenta que en los barrios con mayor vulnerabilidad existe una cantidad elevada de casas de apuestas comparado con los barrios que tienen menor riesgo de exclusión (Ortiz, 2020).

Según el DSM-5 (2014)¹ define el juego patológico como una conducta de juego persistente y recurrente, que provoca un deterioro o malestar clínicamente significativo y lo clasifica dentro de la categoría de trastornos adictivos. Que personas con 16 años sean ya jugadores patológicos debería alertar a las instituciones y a la sociedad para que establezcan planes de acción, tanto para prevenir estas conductas como para desintoxicar a las personas que ya sufren estas adicciones.

Las casas de apuestas están en continuo crecimiento. En 2021 existían en España entre salones de juego, salas de apuestas, salas de bingo y casinos 4.984 locales en donde se puede apostar dinero comparado con las 3.513 que existían en 2017 (Dirección General de Ordenación de Juego, 2018). En tan solo 4 años, y con una pandemia de por medio los locales de juego han abierto más de mil salas nuevas en España. Estos espacios considerados hoy en día como una alternativa al ocio generan diversos puestos de empleo y grandes recaudaciones para el Estado. Las loterías y apuestas del Estado han generado unos Ingresos Brutos del Juego (GGR) de 4.510,2 millones de € solamente en 2021, como

¹ Asociación Americana de Psiquiatría: aparecerá en adelante como APA (American Psychiatric Association) y el Manual de diagnóstico y estadístico de trastornos mentales como DSM 5 (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders-5).

se puede comprobar en el informe anual realizado por la Dirección General de Ordenación de Juego (DGOJ) sobre los datos del mercado español del juego.

En España las edades de inicio al juego se producen en la adolescencia, antes de los 18 años de acuerdo con el Estudio y análisis de los factores de riesgo del trastorno de juego en la población clínica española que realizó el Gobierno de España en 2017. Desde la perspectiva de la Educación Social esto supone un problema muy grave para la sociedad y el futuro de esta, teniendo en cuenta que una gran parte de los jugadores jóvenes no cuenta con estudios superiores (INJUVE, 2019), supone entonces que la formación académica y la educación de la juventud puede ser un factor importante para realizar este tipo de prácticas. De ahí que la escolarización sea un punto donde incidir para paliar esta enfermedad. Además, otro de los colectivos vulnerables son las personas que se encuentran en barrios con menor poder adquisitivo, es decir, barrios obreros (Ortiz, 2021). La imagen que muestran los anuncios y la publicidad es que cualquier persona puede obtener grandes ingresos con una mínima inversión, pero la realidad es muy distinta. Los juegos de azar están programados para que el jugador pierda dinero en favor de la organización, ya que sino no sería un negocio rentable. Por lo tanto, se deben realizar programas de intervención, sobre todo en estos barrios, para que la población sea consciente de lo que esta problemática supone y este informada cuando se produzca la primera tentación de entrar en una casa de apuestas o en una plataforma digital donde se pueda jugar. Este problema ha de considerarse más importante de lo que se ha estimado hasta ahora, es por esa razón que se ha visto oportuno realizar este TFG. Y porque se considera que en los cuatro años de carrera este tema se ha estudiado de forma muy superflua.

Para la realización de este trabajo de fin de grado la investigadora se ha documentado sobre las competencias del Grado en Educación Social en la memoria de este (UVa, 2008).

Las competencias generales que se van a tener en cuenta serán:

G1. Capacidad de análisis y síntesis.

En este trabajo se realizará un análisis exhaustivo del problema anteriormente planteado, y se hará una síntesis de los elementos más importantes que influyen en el colectivo seleccionado, en este caso adolescentes y jóvenes. De la misma forma se realizará un

análisis de las consecuencias que puede generar en este colectivo y la relación que tiene con otros colectivos.

G3. Comunicación oral y escrita en la lengua materna.

Con la realización de este trabajo se pretende transmitir la información, las ideas, problemas y soluciones sobre la ludopatía para que lo pueda entender tanto un público especializado como uno que no lo esté. Esto se debe realizar tanto de forma escrita como de manera oral.

G5. Utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional.

Se utilizarán las TIC para poder acceder a fuentes de información fiables, archivos de datos y documentos. Para así realizar este Trabajo de Fin de Grado y su correspondiente presentación.

G6. Gestión de información.

Para la realización de este documento la investigadora buscará, seleccionará, ordenará, relacionará y evaluará la información obtenida con el fin de que la información expuesta sea veraz y entendible para cualquier persona.

Mientras que las competencias específicas son las siguientes:

E1. Comprender los referentes teóricos, históricos, culturales, comparados, políticos, ambientales y legales que constituyen al ser humano como protagonista de la educación.

Para efectuar este documento se tendrán en cuenta los referentes anteriores a la época actual, y se tratará de explicar cómo se ha llegado a la situación actual.

E2. Identificar y emitir juicios razonados sobre problemas socioeducativos para mejorar la práctica profesional.

La investigación que se llevará a cabo dotará a la investigadora de información para identificar y emitir juicios razonados sobre esta problemática

E4. Diagnosticar situaciones complejas que fundamenten el desarrollo de acciones socioeducativas.

En la elaboración de este documento se ha diagnosticado la situación problemática de la ludopatía en jóvenes y adolescentes que fundamenta el hecho de que se realicen programas de sensibilización.

E18. Elaborar e interpretar informes técnicos, de investigación y evaluación de acciones, procesos y resultados socioeducativos.

En este trabajo se han interpretado diversos informes y se han evaluado acciones que se ha llevado a cabo en la ciudad de Valladolid con el fin de exponer los datos del juego en la misma ciudad.

E19. Realizar estudios prospectivos y evaluativos sobre características, necesidades y demandas socioeducativas. En particular, saber manejar fuentes y datos que le permitan un mejor conocimiento del entorno y el público objetivo para ponerlos al servicio de los proyectos de educación social.

Se ha recabado información y se ha analizado para conocer de primera mano la problemática de la ludopatía, tanto en España como en Valladolid, manejando diversos datos y fuentes.

E24. Conocer las características fundamentales de los entornos sociales y laborales de intervención.

En este trabajo se tenido en cuenta los entornos sociales de las personas adictas al juego, así como la situación económica y laboral para plasmar los datos.

4. MARCO TEÓRICO

Para ilustrar este marco teórico, se han analizado y examinado las investigaciones y estudios de diversos autores que han trabajado en profundidad el tema escogido, tanto la ludopatía en jóvenes como la relación que tiene la publicidad para que estos se inicien en los juegos de azar; al igual que diferentes informes de instituciones que definen el tema. Algunos de estos autores e instituciones son Bisso-Andrade (2007), Barroso (2019), Labrador (2021), OMS (2019), DGOJ (2021) o Derevensky (2010).

4.1. La ludopatía.

4.1.1. Concepción, etimología y definiciones

Según la Real Academia Española de la Lengua, ludopatía significa “adicción patológica a los juegos electrónicos o de azar”, y proviene de la palabra [lūd(ere) etrusco 'jugar', 'bromear' + -o- gr. + -pátheia -πάθεια gr. 'enfermedad']. De este modo es considerada una adicción hoy en día, pero no siempre ha sido así, en las versiones anteriores del DSM la APA consideraba el juego patológico como una enfermedad propia y con sus propios criterios establecidos en el DSM-III (American Psychiatric Association Staff & Spitzer, 1980) donde estaba catalogado como un trastorno de conducta. En la cuarta edición del DSM está clasificado como un trastorno de control de los impulsos y supone una conducta de juego inapropiada persistente y repetida (APA, 1994 Código 312.31 F63.0). En la actualidad tanto la OMS como la APA consideran la ludopatía como una adicción y no como un trastorno de control o de conducta visibilizando así la realidad y yendo a la raíz del problema.

Según el DSM-5 para que se pueda diagnosticar que una persona tiene ludopatía se deben presentar cuatro o más de los siguientes criterios en un periodo de un año:

1. Para lograr el entusiasmo deseado, se debe invertir cada vez más dinero.
2. Se encuentra alterado o encrespado al intentar disminuir o abandonar el juego.
3. Ha intentado dejar o reducir el juego pero nunca ha podido hacerlo.
4. En su cabeza siempre tiene en mente apostar.
5. A menudo apuesta cuando siente desasosiego.

6. Al perder dinero apostando suele volver otro día para intentar “recuperar” eso que ha perdido.
7. Miente para ocultar su grado de implicación en el juego.
8. Ha puesto en peligro o ha perdido una relación importante, un empleo o una carrera académica o profesional a causa del juego.
9. Cuenta con los demás para que le den dinero para aliviar su situación financiera desesperada provocada por el juego.

De acuerdo con la OMS, el juego patológico se encuentra clasificado dentro de los trastornos que se deben al consumo de sustancias o a comportamientos adictivos y lo define como un patrón de comportamiento que persiste o es recurrente en juegos de apuestas, ya sea en línea o de manera presencial. Cuando estas conductas se dan la vida de la persona enferma se ve dominada por esa adicción de jugar, de apostar cada vez más y más dinero. Los síntomas más comunes que presenta una persona adicta al juego, según la OMS (2022) son:

1. Cada vez controla menos las apuestas que hace.
2. En la vida cotidiana, los juegos son más importantes que otros intereses y actividades.
3. El juego continúa o aumenta a pesar de las consecuencias negativas. Los patrones de comportamiento de juego pueden ser perpetuos o episódicos y repetitivos.

Esta conducta da a la persona que juega una intranquilidad incesante y/o a nivel personal, familiar, social, educacional, ocupacional estas relaciones o áreas pueden quedar desatendidas porque en su cabeza solo piensan en jugar y apostar. Estos comportamientos se tienen que ver en un período de 12 meses para que se diagnostique a una persona como ludópata, aunque este tiempo puede acortarse si los síntomas son muy extremos y se cumplen todos los requerimientos (OMS, 2022).

Cabe destacar que aunque se haya considerado como una enfermedad hace relativamente pocos años, los juegos de azar y la adicción a ellos llevan siglos entre nosotros. Según

Bisso-Andrade (2007), en el año 2000 a.C. ya había civilizaciones tales como Roma, Egipto o Grecia donde estos juegos eran los pasatiempos de las clases más privilegiadas. Algunos emperadores como Augusto o Claudio se les conocía por sus adicciones al juego y otros personajes célebres más recientes como Góngora o Dostoievski fueron presas del azar del juego. Puede que la ludopatía se una de las plagas más antiguas que ha sufrido y sufrirá la humanidad si no hacemos algo para detenerlo.

Existen una serie de características que pueden definir y diferenciar a un jugador social, de uno profesional y de un jugador patológico. Según Brieva (2005) esta clasificación es la siguiente:

Un jugador social va a jugar acompañado, ya sea de sus amigos o de su familia; la duración del juego está delimitada previamente; lo que le motiva a jugar es la emoción y/o las ganancias; tiene completo control sobre las apuestas que realiza; las pérdidas que puede llegar a tener las tiene previstas; el juego acaba cuando la relación entre diversión y emoción han perdido la gracia; y el premio que obtiene es inmediato. Estos jugadores apuestan por ocio, es decir, no tienen ninguna necesidad sino que lo hacen para divertirse y para en el momento que ha tenido pérdidas razonables o si jugar ya no le produce ninguna satisfacción.

Los jugadores profesionales también juegan acompañados; el tiempo que juegan es limitado ya que saben cuándo parar; su motivación para jugar es que se dedican profesionalmente a ello, es decir, es su modo de vida; tienen todo el control cuando hacen una apuesta; las pérdidas que sufren las tenían previstas previamente; y finalizan el juego cuando las pérdidas son mayores que las ganancias. Estos jugadores nunca se dedican única y exclusivamente a los juegos de azar sino que trabajan con el envite, es decir, apuestan en aquellos juegos en los que pueden determinar si la jugada que posee puede superar a los de sus compañeros de mesa. Y por supuesto, sabe hasta donde se puede arriesgar y cuando debe abandonar.

Mientras, las personas ludópatas juegan ellas solas; no pueden controlar el tiempo que se pasan jugando; lo que les motiva a jugar es la posibilidad de recuperar sus pérdidas; no tienen ningún control sobre las apuestas que realizan, llegando a perder mucho dinero; estas pérdidas que tiene no las tenía previstas; y solamente paran de jugar cuando han

perdido todo el dinero que poseían. Las personas que padecen este trastorno muchas veces creen ser jugadores profesionales simplemente por el tiempo que dedican jugando al azar.

4.1.2. La publicidad del juego como herramienta para atraer a los jóvenes.

La publicidad es una estrategia de marketing que lo que trata de conseguir es que lo que se está anunciando llame la atención de, sobre todo, un tipo de personas y compren su producto o realicen una acción, en este caso, que se inicien en los juegos de azar, apuestas, etc. Para que una persona entre en una plataforma online de apuestas o en un salón de juegos, es fundamental que esta acción u “ocio alternativo” se dé a conocer, al igual que deben darse a conocer las posibilidades que tiene una persona de ganar dinero o premios, lo que puede ser el gancho para atraer a las personas. Es, en ese momento, donde la publicidad juega un papel fundamental, ya que a ella van a acceder, aunque no quieran, si utilizan el móvil, ven la tele o escuchan la radio y esto les puede influenciar (Aguado y Martínez, 2006). Una vez que la persona ha empezado a jugar y ya no puede dejar de hacerlo, se convierte en ludópata, es por eso por lo que los factores que se han destacado en relación con la problemática del juego (Labrador et al., 2021b) son:

- A) **El jugador.** Ser varón, tener pensamientos irracionales y un alto grado de impulsividad, implicación en el juego y abusar del alcohol.
- B) **El juego.** La accesibilidad que tiene y las características estructurales.
- C) **El entorno.** La aceptación social y familiar del juego y la legislación.
- D) **La publicidad.** Actualmente se encuentra en auge con las apuestas deportivas.

En este momento, la publicidad del juego, en su mayoría de apuestas deportivas, es accesible en todos los hogares de España a través de internet y de los medios de comunicación, e inclusive en horario infantil, con diversidad de actividad y ofertas, y sobre todo cuando existe algún evento importante y que es llamativo para las personas. Estos anuncios pueden ser ciertamente esperanzadores para quien quiera ganar dinero fácil pero a la vez muy poco realistas sobre las oportunidades que tiene la población de ganar, lo que desemboca en resultados negativos, en mayor medida para la población joven y adolescente (Labrador et al., 2021b). Dado que no pueden acceder al dinero con tanta facilidad ya que algunos no tienen edad de trabajar, o todavía no lo hacen. La publicidad puede llegar a ser tan invasiva que un 96% de jóvenes reconoce haber visto anuncios del juego en televisión y el 71% dice recibir spam relacionado con las apuestas por correo electrónico (Derevensky et al, 2010).

Esta publicidad, que las personas ven al menos una vez al día, favorece a la normalización del juego ya que la presenta como una actividad de ocio y que, además, está socialmente aceptada dado que puede ocurrir en cualquier ambiente y/o que forma parte del deporte. Según una investigación, esta visión que ha conseguido la publicidad respecto al juego ha originado una actitud positiva y una buena percepción social hacia la práctica del juego (Lee et al., 2007). Debido a esta alta exposición a la divulgación de anuncios de apuestas los jóvenes participan en estas prácticas tanto de apuestas como de póker, máquinas y casino (Clemens et al., 2016).

Que un adolescente esté expuesto a este tipo de publicidad no significa necesariamente que le esté prestando especial atención, es por eso por lo que algunos estudios analizaron en qué medida se acuerdan de ella y descubrieron que ese recuerdo es mayor y mejor en las personas que juegan y apuestan (Pitt et al., 2017), esto puede deberse a que al apostar tengan un mayor interés y le presten mayor atención a ese tipo de publicidad. En esta misma investigación se ha dado a conocer que los niños tienen una buena percepción del juego ya que la ven como una actividad divertida y donde además puedes ganar fácilmente dinero y a la vez entretenerte. Además, también se expone que las estrategias de marketing como las apuestas “gratuitas” y las ofertas donde existe una “devolución del dinero” que anuncian, reducen la percepción que tienen los adolescentes sobre los riesgos asociados con el juego.

La cotidianidad y la evolución de la tecnología ha creado una generación denominada *nativos digitales*, niños y adolescentes que utilizan los medios online todos los días para satisfacer sus necesidades de distracción, diversión, confianza, investigación e incluso formación (Carbonell y Montiel, 2013). Precisamente el momento donde ocurre el proceso de construcción de la identidad se produce en la adolescencia (Becoña et al. 2010) y esto queda vinculado con la interactividad digital que se da actualmente, sobre todo en esta etapa de la vida. La facilidad y accesibilidad cada vez mayor a un dispositivo móvil o electrónico ha propiciado la autonomía de los niños y adolescentes dentro del mundo virtual y el anonimato que ofrece este universo online puede llegar a generar en los adolescentes un clima de impunidad (Verdura, 2014). Es decir, que llegan a perder la percepción de lo que pueden provocar con sus actos en Internet y en su vida cotidiana. Además, a esto se debe añadir que a nivel educacional existe un déficit de información que reciben las personas jóvenes sobre los riesgos y el uso responsable del juego (García

et al., 2016, Verdura, 2014). A día de hoy, esta problemática no está incluida en la prevención, a diferencia del alcohol y de las drogas; esto supone una incertidumbre ya que ni las instituciones ni los agentes sociales que intervienen en la educación de los adolescentes se han planteado proponer medidas de prevención hasta ahora (Parke et al., 2014,).

La publicidad es uno de los factores potencialmente más influyentes que dan forma al ecosistema de contenido móvil actual (Aguado y Martínez, 2006). Las empresas e instituciones que buscan nuevos canales para comunicarse con sus audiencias han demostrado que el teléfono móvil avanzado es un instrumento versátil y poderoso. Las características sociales y culturales de los teléfonos móviles están íntimamente relacionadas con la identidad, la situación y la vida cotidiana del usuario (Castañeda & Rodríguez, 2020). La llegada de Internet en cualquier lugar del mundo y a cualquier hora ha supuesto un punto de inflexión tanto en la publicidad y en el marketing móvil, como en el sistema publicitario digital (Martínez y Aguado, 2014). Es por eso por lo que la industria digital ha explorado diferentes métodos y ha innovado para aprovechar el uso de las nuevas tecnologías, en concreto, el dispositivo móvil (localización, gustos, conectividad, etc.) consiguiendo los datos de las personas y ofreciéndoles publicidad que las empresas consideran “adecuadas” para persona. Por lo tanto, si un adolescente en cualquier momento ha buscado algo relacionado con el juego, es muy probable que le salga habitualmente publicidad de apuestas, casinos, etc.

Las empresas han empezado a utilizar el *branded content*, técnica de marketing que se basa en crear contenidos vinculados a una marca que conecten esa marca con el consumidor, sobre todo lo utilizan marcas enfocadas al público adolescente debido a que esta generación es permeable, digital y exigente (Castelló Martínez et al., 2016). Las marcas han creado nuevas estrategias como la búsqueda de la *viralidad* debido a la interacción que hacen los usuarios para conseguir llegar a todos los lados del mundo (Del Pino & Castelló, 2015). Además de comunicar el mensaje a los consumidores de una forma más activa, fragmentada y productiva, la publicidad tiene que conseguir tocar al usuario de forma emocional (Castelló & Del Pino, 2014). Para ello la marca debe generar franqueza, simpatía, fiabilidad y reminiscencia entre los espectadores para que sean potencialmente consumidores, por eso las marcas utilizan celebridades o personajes importantes ya que pueden mejorar la percepción de los consumidores hacia la

organización y hasta incrementar la probabilidad de compra (Agrawal & Kamakura, 1995).

El asociar un producto con un famoso hace que la audiencia se identifique con el personaje y que se formen un autoconcepto ideal, es decir, el famoso es el representante de la marca con sus gustos, etc. y todo el mundo le querrá imitar porque es un ideal por lo que hará que las ventas del producto aumenten (Castelló & Del Pino, 2014). Y más si hablamos del juego y de los adolescentes, ya que si como personaje ideal una campaña publicitaria escoge a un futbolista, la mayoría de los adolescentes se van a querer parecer a él y como él está anunciando que apuesta cuando hay algún tipo de evento deportivo importante y que gana millones de euros, los jóvenes van a empezar a apostar. Por tanto el discurso publicitario que utilizan es la persuasión narrativa para provocar una influencia en los espectadores basada en la narración (Nabi & Moyer-Gusé, 2013). En este tipo de anuncios el consumidor no se da cuenta de que está siendo influenciado ya que eso se lleva a cabo de forma sutil y sin que el usuario tenga conocimiento de que le están persuadiendo (Frutos, 2018). En conclusión, en una etapa donde la tecnología esta tan presente en la vida y donde los adolescentes son tan permeables a cualquier estímulo, existe demasiada publicidad y poco control.

4.1.3. Marco legal del juego en España.

Según Cases (2011), en la línea histórica los juegos de azar han existido siempre, ya en la Edad Media Alfonso X el Sabio decretó en las Partidas de 1256-1265 que se persiguiera a todos aquellos que eran expertos en los juegos de azar y que recurrían a las trampas para ganar dinero y a su vez estableció penas para las personas que tuviesen cartas y tablero con dados en sus casas. Lo siguieron diferentes ordenamientos o leyes en los siguientes años, hasta que Juan I de Castilla en 1387 estableció que quedaba prohibido jugar en público y en privado a los dado y naipes, y que si lo hacían estarían obligados a pagar una multa (Cases, 2011). Si antiguamente eran los dados y las cartas únicamente los juegos donde las personas perdían el control actualmente esto se ha multiplicado con las nuevas tecnologías.

Los juegos de azar, como se ha dicho antes, han estado prohibidos y perseguidos a lo largo de todos los siglos que ha vivido la especie humana. En cambio, esta visión negativa de los juegos de azar ha cambiado en estos últimos años, se produjo ya en 1977 con la despenalización del juego y posteriormente cuando el poder de regularlas pasó del

gobierno de España a las Comunidades Autónomas única y exclusivamente, y finalmente se pasó a regular el juego estatal a través de medios electrónicos a distancia.

Para entender el panorama actual, es necesario poner en contexto el anterior Real Decreto-Ley 16/1977 en el que se regulan los aspectos penales, administrativos y fiscales de los juegos de azar o suerte y las apuestas. Este Real Decreto-Ley (RDL) despenaliza en parte esta actividad y en su primer artículo permite al Estado determinar los requisitos de autorización, sus condiciones y capacidad para organizar estas actividades y también expone que la Lotería Nacional, los sorteos de la ONCE y las Apuestas Deportivo-Benéficas se seguirán rigiendo por sus propias normas privativas. En este decreto se crearon diferentes mandatos administrativos complementarios que regulaban tanto el Catálogo de juegos autorizados como el régimen sancionador.

Los juegos de azar están sometidos en España a la autorización del órgano ejecutivo que tenga atribuido su regulación. En el caso de que la comercialización sea nacional su regulador será la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), con la única excepción de la ONCE, que esta reglada por el Consejo de Protectorado. La DGOJ se encarga de los juegos de azar online en el ámbito estatal, tales como las apuestas, juegos de casino, póquer, etc., y de concursos. Esta institución se encarga de las licencias y autorizaciones, la regulación y el control de la actividad de juego, la actividad sancionadora y de las relaciones institucionales entre otras actividades. Y en el caso de que el ámbito sea el de la Comunidad Autónoma, la competencia esta atribuida a la institución autonómica correspondiente.

La aprobación de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego, tiene por objeto velar por el orden público, luchar contra el fraude, prevenir fenómenos indeseables relacionados con las conductas adictivas, proteger a los menores y garantizar los derechos de los participantes. Cualquier actividad que tenga que ver con el juego online está sujeta a esta Ley, y si no está autorizada mediante el título que corresponde se considera una actividad ilegal y se sancionará según la norma. Dicho esto, el art. 6.2. de dicha ley (BOE, 2011) hace que las casas de apuestas, páginas web, etc. donde se pueda apostar dinero real tengan la obligación de identificar a los usuarios que accedan a sus servicios y para ello deben tener 18 años o más. De manera presencial esta ley se puede llegar a cumplir, pero de forma online los adolescentes pueden acceder a las páginas web suplantando la identidad de un adulto. Ha de quedar constancia que la vulnerabilidad de llegar a

desarrollar conductas adictivas se ve claramente incrementada debido a la cada vez más rápida iniciación en el mundo de las apuestas, al aumento de los locales de las casas de apuestas deportivas (Sarabia et al., 2014) y al aditivo de que en cualquier evento deportivo relevante y retransmitido en directo las casas de apuestas patrocinan a los equipos, y por tanto aparece publicidad a cualquier hora del día (Buil et al., 2015; Palomar et al., 2013). Ante esta situación, se deben tener en cuenta los siguientes conceptos y relacionarlos entre sí, la vulnerabilidad juvenil, la accesibilidad, el anonimato que ofrece Internet (Chóliz, 2014) y una recompensa económica, con esta situación se produce un entorno perfecto que puede desembocar en prácticas ilegales e incluso en la adquisición de conductas adictivas (Rubio-García, 2017).

Respecto a la publicidad en España se encuentra reglamentada por el Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego (Autocontrol, 2011). Este código es un acuerdo que firma la Dirección General de Ordenación del Juego, la Subdirección General de Contenidos de la Sociedad de la Información y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial. El objetivo de este acuerdo trata de salvaguardar la protección de los usuarios que consumen publicidad del juego, principalmente los menores y otros grupos vulnerables. Esto se aplica a cualquier forma de comunicación publicitaria y en cualquier modalidad de juego reglada en la Ley de Regulación del Juego (LRJ, 2011) que hacen las empresas o las entidades que están adjuntas al código en España (Buil *et al.*, 2015). En este código se dictan una serie de normas de carácter ético que se basan en cinco pilares fundamentales, los cuales son: legalidad, lealtad, identificación, veracidad y responsabilidad social (Autocontrol, 2011). Mediante este código lo que se intenta causar es un juego responsable prohibiendo la publicidad que tenga la posibilidad de incitar a una práctica adictiva o que de cierta manera insinúe que el juego es una vía de escape o una ayuda financiera. Respecto a la protección del menor, se ha prohibido también aquellos anuncios que utilicen menores en ellos, que se les incite, ya sea de forma directa o indirecta a los adolescentes a utilizar ese servicio, o incluso los anuncios que utilicen la relación de confianza que exista entre los menores y personas de su entorno. Dicho código además prohíbe cualquier elemento ya sea gráfico, textual, sonoro o de lenguaje que vaya enfocado a un público infantil y en su defecto, deberá tener una advertencia sobre el uso de ficción publicitaria; además también prohíbe comunicar que utilizar juegos de azar es una señal de madurez o que supongan un regalo que los niños pueden dar o recibir (Buil *et al.*, 2015).

En este Código de Regulación son las propias empresas quienes forman parte de la elaboración y tienen la libertad de adherirse a él, es por esa razón que hace que este código no se cumpla general y eficazmente (Rubio García, 2017). La legislación española no puede garantizar una protección del menor competente ya que en Internet es complicado poner límites, pero las medidas que han tomado han sido establecer un título de habilitación a las empresas que se dediquen al juego, el cual será otorgado por la Dirección General de Ordenación del Juego tal y como se recoge en el art 7.1 de la LRJ (2011). El impacto que tiene la publicidad en el juego es un hecho ya que utilizan estrategias que facilitan el impacto entre los públicos vulnerables (Rubio García, 2017).

4.1.3.1. Marco legal en Castilla y León

Actualmente en la Comunidad de Castilla y León está en vigor la Normativa General de Juego que se compone de la Ley 4/1998, de 24 de junio, reguladora del juego y de las apuestas de Castilla y León, del Decreto 44/2001, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Catálogo de Juegos y apuestas de la Comunidad de Castilla y León, y del Decreto 39/2012, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento regulador de los permisos de explotación y comercialización de los juegos de competencia autonómica que se desarrollen de forma remota en la comunidad de Castilla y León.

- Ley 4/1998, de 24 de junio. En dicha ley se tienen en cuenta tres principios, transparencia en el juego y garantía de que no se realice ningún fraude, que la Administración pueda intervenir y tenga cierto control, y prevenir perjuicios a terceros. Además, no se puede otorgar ninguna autorización para instalar estos establecimiento de juego a menos de 100 metros de distancia de los centros de enseñanza. Respecto a la publicidad esclarece que se deberá advertir del juego abusivo y que la práctica del juego queda prohibida a los menores de edad. Y por último, establece que concierne a la Junta de Castilla y León la aprobación del Catálogo de Juegos y Apuestas de Castilla y León dónde se especificarán los juegos autorizados en la Comunidad Autónoma.
- Decreto 44/2001, de 22 de febrero. En dicho decreto se establece que características deben tener los diferentes juegos autorizados que aparecen en el Catálogo de Juegos y Apuestas de Castilla y León para que sean legales.
- Decreto 39/2012, de 31 de octubre. Tras la proliferación de las tecnologías este decreto trata de regular esta nueva praxis.

Sin embargo, el 9 de febrero de 2023 el Consejo de Gobierno de la Junta de Castilla y León aprobó un anteproyecto de ley que reestructura la normativa vigente. Entre los objetivos de este proyecto de ley se halla la protección de los menores y de otros colectivos vulnerables, así como la lucha contra el fraude como objetivos principales de dicha ley, que modifica la actual Ley 4/1998. Esta nueva ley trata de fijar una distancia mínima entre los diferentes establecimientos en los que se realicen juegos de azar, apuestas, etc. y entre los diferentes centros de enseñanza.

Actualmente, la Ley 6/2017, de 20 de octubre, de medidas de reducción de cargas administrativas para la dinamización empresarial establecía que no se puede instaurar dos establecimientos de la misma naturaleza a menos de 300 metros de la ubicación seleccionada. Pero, si se pueden instalar una sala de bingo y una sala de apuestas ya que no son de la misma naturaleza. El nuevo proyecto de ley propone una modificación de distancias dónde estos establecimientos deben estar a 150 metros de los centros escolares y a 300 metros entre sí. Se realiza estas modificaciones ya que se entiende que estas son idóneas para asegurar un crecimiento contenido pero sin que haya un crecimiento desordenado y excesivo de estos lugares (Alvez, 2023). Respecto a la accesibilidad este proyecto propone un cambio en el artículo 7 donde hace especial hincapié en el control de acceso a los establecimientos de juegos y apuestas, dónde deben tener en cada una de las puertas de entrada un servicio de control y un registro de visitantes cómo se reclama a los casinos. Además, en el control de acceso se impedirá la entrada a menores de edad como ya se había establecido con anterioridad.

En cuanto a la publicidad se intensificarán las medidas en esta propuesta de ley para el control de la promoción y patrocinio del juego, y deberá adecuarse a la normativa sobre protección de menores, a la normativa específica de comunicaciones audiovisuales y además a la normativa de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Tampoco podrá tener nunca textos, gráficos o imágenes sexistas, xenófobas, que inciten actitudes compulsivas o de juego irresponsable. Por otra parte, en los medios de comunicación, ya sean visuales o auditivos no se podrá emitir publicidad de juego o de apuestas dentro de las franjas de protección reforzada (lunes a viernes de 8-9h y de 17-20h, y sábados, domingos y festivos de 9 a 12h) que se establecen en el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación audiovisual. Asimismo, tampoco se podrá emitir dicha publicidad en los bloques publicitarios anteriores o posteriores a

programas dirigidos principalmente al público infantil. Como establece la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en España los programas dedicados a juegos de azar y apuestas solamente se pueden emitir entre la una y las cinco de la mañana.

Esta ley se encuentra en proceso de debate en las Cortes de Castilla y León dado que ya ha sido validado por el Gobierno de la Comunidad Autónoma, ahora el único requisito que falta es que sean las Cortes quienes la aprueben.

4.1.4. Evolución de la participación en los juegos de azar en España.

La sociedad actualmente está en un cambio constante, lo que se supone que hoy sabemos hacer de una manera, es posible que mañana aparezca otra forma totalmente distinta de hacerla y es eso lo que ha ocurrido con el juego. La globalización y la constante comunicación entre todo el mundo está suponiendo un cambio considerable en todo el planeta, brindando la oportunidad de hacer cosas que antes se pensaban inimaginables (Bauman, 2004). Uno de esos cambios abrumadores fue la aparición de Internet y con él los dispositivos electrónicos que vinieron de la mano.

Jugar a juegos de azar antes se dificultaba porque se debía tener unos mínimos requisitos para poder jugar, quizás la persona se tenía que desplazar a algún salón de juego, o a algún bar para jugar a la máquina tragaperras o necesitaba coger el coche para ir al casino más cercano que estaba a km. Ahora ni siquiera se necesita dinero real para que una persona se enganche a un juego, hay miles de juegos que se pueden utilizar y que provocan el mismo efecto que cuando se juega a una ruleta.

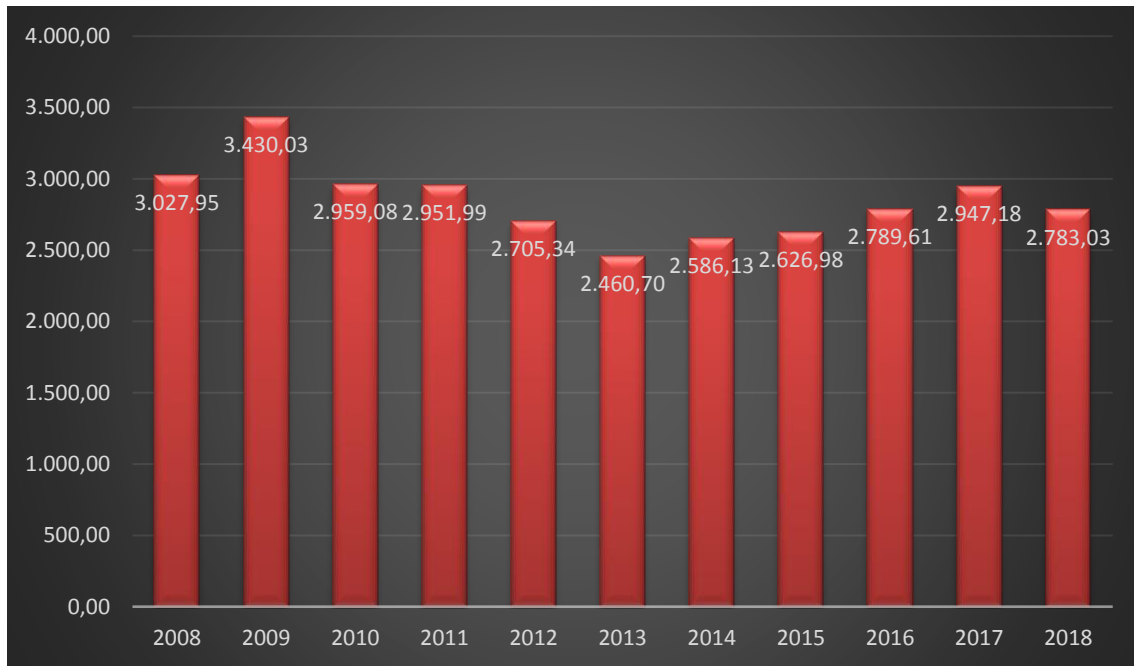
Ese es el primer paso para que posteriormente una persona se inicie en el juego de azar y comience a apostar dinero real. Ni siquiera hace falta que se levante de la cama para poder apostar mil euros, con que disponga de un teléfono móvil, conexión a Internet y la cantidad mínima de dinero es suficiente (Barroso et al., 2019). Esta facilidad que para algunos es muy cómoda, para otras personas puede resultar el fin de sus relaciones sociales y/o familiares, la dejadez personal y el ámbito educacional o profesional.

Ya no solo acceder de esta forma se vuelve más cómodo y adictivo, debido a que se puede jugar en cualquier momento del día sino que se encuentra menos vigilada y con menos impedimentos de cara a que una persona menor de edad quiera entrar a ellos. Tras la realización de varios registros y comprobaciones en diferentes páginas web de apuestas para comprobar si en alguna de ellas se pedía un documento de verificación para saber si

la persona que accede a ellas tiene la edad suficiente para poder ingresar – ser mayor de edad como establece la ley –, en ninguna de las cuales se ha intentado era necesario ingresar el documento nacional de identidad, ni otro documento similar. En conclusión, mientras esta problemática no se regule correctamente los menores podrán seguir accediendo desde cualquier red social o simplemente buscando alguna casa de apuesta que haya anunciado su jugador de fútbol favorito.

Haciendo un recorrido a lo largo de los años hasta hace pocos años apenas había datos a nivel nacional., aunque actualmente el gobierno de España lleva a cabo una serie de memorias anuales donde plasma los datos de las personas que juegan tanto de manera online como de manera presencial. Algunos de estos informes y memorias son: desde la constitución de la nueva Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) en 2011 esto ha cambiado, ya que es quien se encarga de llevar a cabo los informes anuales acerca de la ludopatía en España. En la Memoria Anual de 2013 realizada por la DGOJ se puede comprobar que el mercado del juego es mayoritariamente presencial, con un 79'79%, mientras que el juego online empezó a adquirir cierta relevancia en cuanto a cantidades jugadas (20'21%). Además, según el Instituto Nacional de Estadística se estima que el gasto medio anual de ese año de los hogares españoles en juego manifiesta una tendencia decreciente desde el ejercicio 2009 pero que ha vuelto a crecer a partir de 2013. *Véase el Gráfico 1.*

Gráfico 1: Gasto total desde 2008 hasta 2018 de los hogares en juegos de azar en España



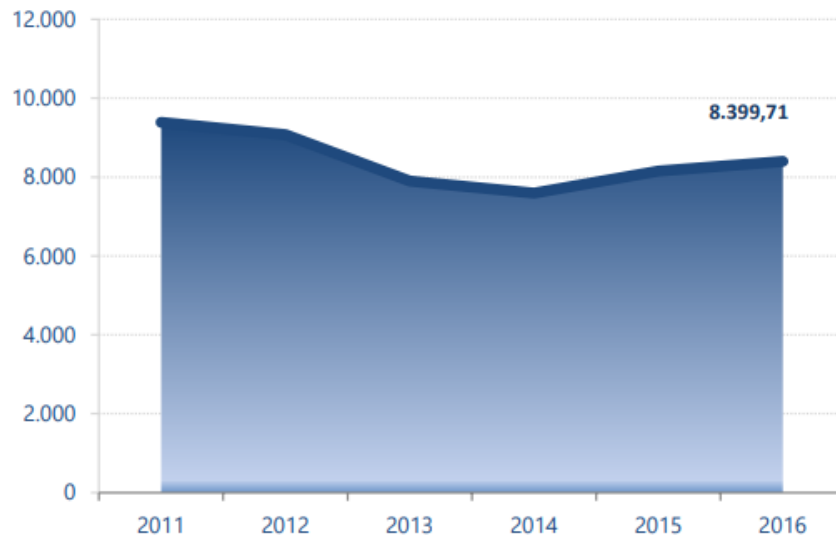
Nota: Elaboración propia, a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística (2019).

Según la Memoria Anual que publicó la Dirección General de Ordenación del Juego en 2013 la Lotería Nacional obtuvo 4.661,22 millones de euros, la Lotería y la Primitiva ascendió a 3.544,99 millones de euros, respecto a las Apuestas Deportivas las ventas supusieron 306,02 millones de euros y las Apuestas hípcas tuvieron un importe de 6,69 millones de euros. Esto supone un ingreso para el Estado de casi unos 4.000 millones de euros. Y respecto al canal online, en las personas mayores según el Observatorio de la protección al jugador online, predomina la lotería y en las personas de menor edad predominan las apuestas deportivas y el póquer. El perfil general es un varón de 25 y 34 años con estudios universitarios. Este perfil valora el premio con mayor probabilidad de acierto y requiere una habilidad para jugar, por lo que esto determina si continúa o no jugando. La mayoría de los jugadores que jugó en ese año de manera online lo hizo mediante el póquer (40'01%), seguido de las apuestas (35'90%) y el casino (22'83%), y una mínima parte jugó al bingo (2'08%) y a concursos (0'18%).

A partir de 2014 las estimaciones sobre el mercado del juego en España volvieron a ascender y por lo menos hasta 2016 han seguido así. Véase gráfico 2. En ese año un

49,14% de los 8.399,71 millones de euros que se han jugado en España se corresponde a los juegos de loterías, seguido de las maquinas “B” con un 29,99%, el 7,63% se gastó en apuestas y los datos restantes en el bingo, en el casino y en otros juegos (Dirección General de Ordenación del Juego, 2017).

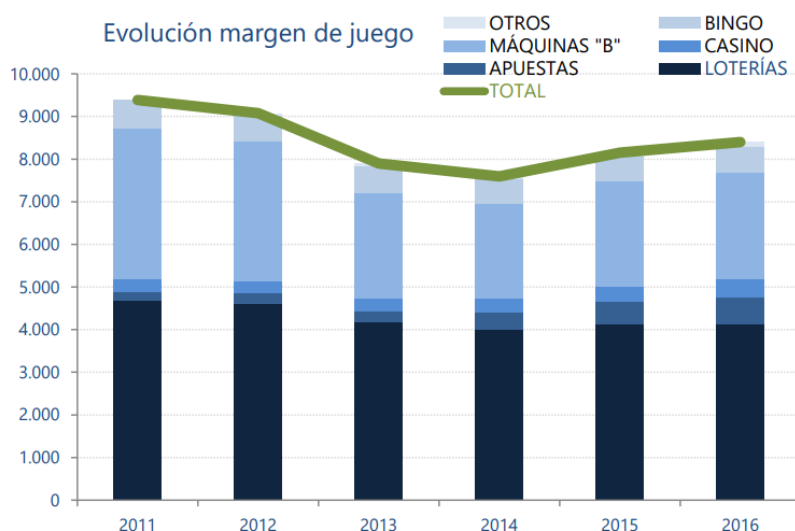
Gráfico 2: *Estimaciones sobre el margen de juego en España*



Nota: *Memoria Anual Dirección General de Ordenación del Juego (2016).*

Además, desde 2011 hasta 2016 se puede observar como la evolución del margen de juego ha ido incrementado respecto a las apuestas debido a las máquinas de azar en línea, mientras que ha descendido levemente en loterías y bingo. Véase gráfico 3.

Gráfico 3: Evolución margen de juego.



Nota: Memoria Anual Dirección General de Ordenación del Juego (2016).

Como se expone en el punto anterior, los menores no pueden apostar ni de manera presencial ni de manera online, pero un 8,3% de los adolescentes de 14 años ha jugado online, y un 18,6% de manera presencial, estos porcentajes no hacen más que crecer en la edad de 17 años y el 11,6% ha jugado de forma online y el 25,6% de forma presencial. Y solamente el 38,8% dijeron que se les había informado de los efectos y problemas que trae consigo el apostar (Encuesta sobre uso de drogas en Enseñanzas Secundarias en España, ESTUDES, 2019). Véase la tabla 1.

Tabla 1: Evolución del porcentaje de estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14 a 18 años que han recibido formación en su centro educativo sobre el consumo de drogas y los problemas asociados y otras adicciones, según sexo (%). España, 2016-2018.

	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Efectos y problemas asociados a drogas legales	76,9°	74,7	79,0
Efectos y problemas asociados a drogas ilegales	69,4	69,8	69,2
Efectos y problemas asociados al mal uso de las nuevas tecnologías	74,8	71,6	78,0
Efectos y problemas asociados al juego online, apuestas	38,8	42,3	35,5

Nota: Elaboración propia a partir de la Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES,2019).

En la tabla 1 se puede observar que los efectos que pueden causar los diferentes tipos de drogas, tanto legales como ilegales, y los problemas que pueden provocar el mal uso de las nuevas tecnologías se han comunicado e informado a casi el 70% de los encuestados mientras que los problemas relacionados con el juego online y las apuestas apenas llega al 40% de los encuestados. Este estudio pone sobre la mesa una realidad que está afectando a nuestra sociedad y en especial a nuestros jóvenes, y a la cual no se le está dando la importancia que realmente tiene.

Los factores que se pueden considerar para descubrir la predisposición al inicio del juego pueden ser variables biológicas como la educación (abuso, modelos positivos del juego), eventos estresantes de la vida que causan malestar o déficits emocionales y que el juego puede sustituir o mitigar, experiencias tempranas, como ganancias tempranas o la presión social, y características de accesibilidad al juego, facilidad de uso y aceptación social, y la influencia de la publicidad. (Instituto de la Juventud, 2018).

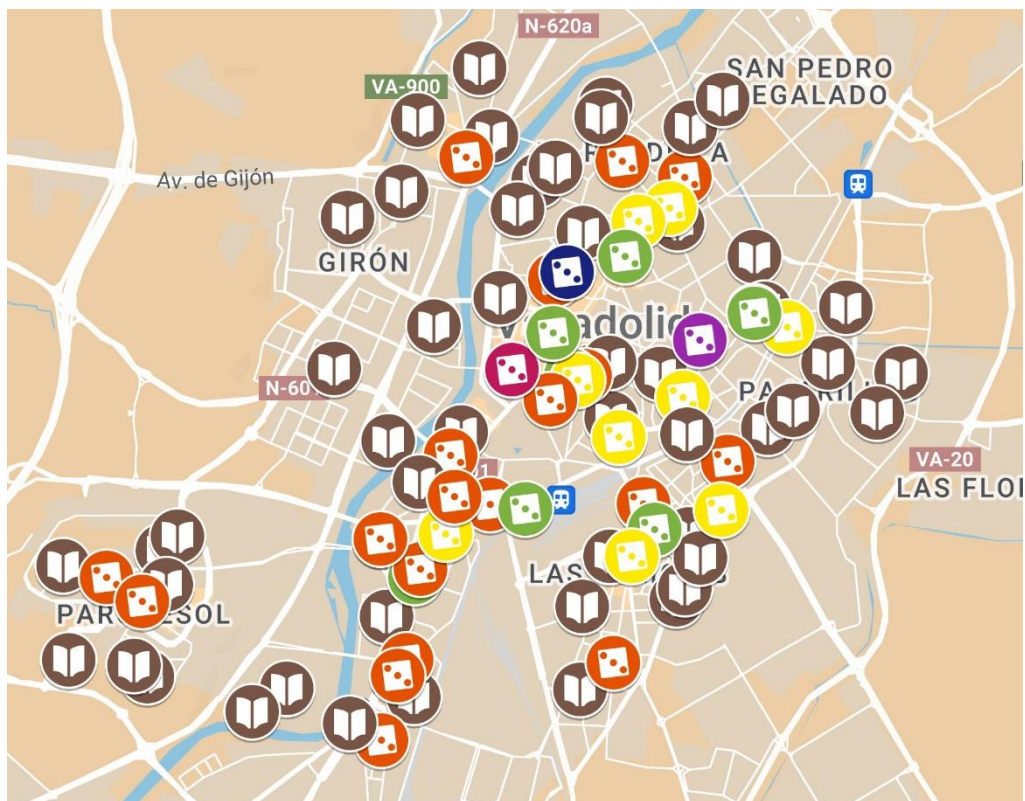
4.2. El juego en la ciudad de Valladolid.






En este punto se procederá a explicar el conjunto de los diferentes establecimientos de juego que se pueden encontrar en la ciudad de Valladolid, así como su ubicación en relación con los centros de enseñanza y el trabajo de las diferentes asociaciones con las que cuenta la ciudad para combatir la ludopatía.

4.2.1. Establecimientos de juego en Valladolid.

Actualmente en Valladolid se encuentran 164 establecimientos de juego en activo (Comisión de Juego y Apuestas de la Comunidad de Castilla y León, 2023). Estos establecimientos corresponden con almacenes de apuestas, almacenes de máquinas, bingo, casinos y casas de apuestas, pero se debe tener en cuenta que dentro de estos establecimientos de juego autorizados existen diferentes corners de apuestas, zonas de apuestas y zonas de juego.

Imagen 1: Establecimientos de juego y centros de enseñanza en Valladolid



-  Centros de enseñanza
-  Luckia
-  Sportium
-  Codere
-  Kirolbet
-  Casino
-  Bingo

Nota: Elaboración propia basada en los datos de AJUPAREVA (2023)

Muchos de estos establecimientos se encuentran muy cerca de los diferentes centros de enseñanza que hay en la ciudad, esto puede repercutir de manera perjudicial en los jóvenes y adolescentes. De ahí que el proyecto de ley que deben aprobar las Cortes de Castilla y León aumente la distancia entre estos lugares y los colegios, institutos y universidades.

En la ciudad de Valladolid, concretamente en la asociación de Jugadores Patológicos Rehabilitados (AJUPAREVA) en el año 2022 tuvo un total de 121 incorporaciones y reincorporaciones, dónde la media de hombres fue alrededor de 9 cada mes y la media de mujeres fue de 1 por mes (AJUPAREVA, 2023). Este dato es muy relevante y se puede observar que la mayoría de las personas que son adictas al juego pertenece al género masculino. Véase tabla 2.

Tabla 2: Incorporaciones y reincorporaciones en AJUPAREVA en el año 2022

MESES	HOMBRES	MUJERES	REINCORPORACIONES		TOTAL
			HOMBRES	MUJERES	
ENERO	9	1	1		11
FEBRERO	5	1	1		7
MARZO	8	3	2		13
ABRIL	7				7
MAYO	2		1		3
JUNIO	9		4	1	14
JULIO	8		2		10
AGOSTO	8		1		9
SEPTIEMBRE	5	1	3		9
OCTUBRE	8	1	2		11
NOVIEMBRE	9	1	2		12
DICIEMBRE	12		3		15
TOTAL	90	8	22	1	121

Nota: Memoria 2022 (AJUPAREVA, 2023).

El promedio de edad general que se encuentra en tratamiento actualmente está en los 45 años y el promedio de incorporaciones asciende a 48 años (AJUPAREVA, 2023). Cabe decir que esta edad es avanzada, pero que esta enfermedad se podría paliar ofreciendo talleres de prevención, dando charlas en colegios, institutos y universidades, exponiendo a los jóvenes que el juego es algo muy peligroso y adictivo. Las personas acuden a tratarse esta enfermedad cuando ya el problema se encuentra en un estado muy avanzado, pero según INJUVE (2019) la iniciación al juego comienza antes de los 25, y la mayoría de las personas empieza a partir de los 18 años pero cabe destacar que hay un porcentaje alto de jugadores que se iniciaron antes de la mayoría de edad. Partiendo de esta base, es algo lógico que la media de edad se encuentre en 45 años, pero el problema comienza mucho antes.

4.2.2. Asociaciones de lucha contra la ludopatía en Valladolid.

En la ciudad podemos encontrar la Federación Castellano Leonesa de Jugadores de Azar Rehabilitados, FECYLJAR, que se creó en 2018 para conseguir luchar contra la ludopatía. Esta federación está integrada por la AJUPAREVA, la Asociación de Jugadores en Recuperación El Azar (ubicada en Palencia), y la Asociación de Jugadores Rehabilitados de Segovia (ASEJARE). FECYLJAR es una asociación sin ánimo de lucro que se dedica a apoyar y ayudar a las personas que sufren ludopatía en Castilla y León. Su principal objetivo es ganar visibilidad ante las entidades públicas para que se tomen las medidas adecuadas para paliar esta enfermedad. Dicha federación considera fundamental tomar medidas tanto para prevenir como para tratar la adicción al juego, y proteger a las personas vulnerables.

Por otra parte, la Asociación de Jugadores Patológicos Rehabilitados de Valladolid, AJUPAREVA, se fundó en 1990 aunque anteriormente se ubicaba en el centro de Valladolid, actualmente está en la Avenida del Valle Esgueva. En dicha asociación se llevan a cabo diferentes actividades, como terapias individuales, terapias grupales, talleres de sensibilización y orientación en diferentes centros de enseñanza, actividades para promover la relación entre los usuarios y familiares, entre otras. Aunque esta asociación trata la adicción a los juegos de azar, que es el tema que concierne en este trabajo, también lleva a cabo tratamientos de otras adicciones como el de las nuevas tecnologías.

4.3. La figura del Educador Social en esta problemática.

Como se ha expuesto a lo largo de todo este trabajo, el juego reiterado puede desencadenar una enfermedad, la ludopatía, que ocasiona situaciones de vulnerabilidad y exclusión. En ese momento -incluso antes, como prevención- es donde entraría en acción la figura del Educador Social interviniendo sobre esta problemática que impide el buen desarrollo de la persona y por ende de la comunidad. Los Educadores Sociales no sólo tendrían cabida una vez originado el problema, sino que son una pieza fundamental para que esta problemática se produzca cada vez en menor medida.

Desde la teoría ecológica de Bronfenbrenner se plantea que el ambiente ecológico afecta al desarrollo de la persona generando unas conductas determinadas. Es decir, que el individuo está rodeado de diferentes microsistemas, mesosistemas, exosistemas y

macrosistemas que engloban al individuo, y por lo tanto, este afecta a esos sistemas y esos sistemas influyen al individuo (Bronfenbrenner, 1987). Por lo tanto, teniendo en cuenta esto el Educador Social debería tener en cuenta dicho entorno y no sólo intervenir con el individuo sino también con los que le rodean, para que ese problema no se agrave y su entorno sea un apoyo y no una carga más. Respecto a esto, y como la ludopatía puede alterar las relaciones personales del individuo Viveros y Vergara (2014, p.6) dicen lo siguiente: “En el clima relacional se gestan las formas de vinculación que son únicas para cada familia, de acuerdo con ellas, se generan las maneras de tomar decisiones y de construir estrategias para afrontar las situaciones adversas que se van presentando en la vida cotidiana.”

Por otro lado, la figura del Educador Social es una figura que acompañaría en ese proceso de rehabilitación al usuario, y donde las figuras más representativas serían los psicólogos y psiquiatras pero eso no impide la integración de un Educador Social en el equipo multidisciplinar. Además, los diferentes programas de sensibilización que se llevan a cabo actualmente en la ciudad de Valladolid, como el que imparte la Asociación AJUPAREVA en los diferentes institutos y universidades, la figura que se encarga de impartir dichos programas de sensibilización ha sido la psicóloga, pero el rol del Educador Social según sus competencias encaja perfectamente para llevar estos programas a cabo. Ya que el profesional de la Educación Social se encuentra capacitado para aplicar diferentes metodologías específicas en la acción socioeducativa, detectar situaciones de riesgo y realizar itinerarios individualizados correspondientes con las necesidades que requieran la situación y el individuo (UVa, 2008). Es por todo ello que dicha figura profesional posee las competencias perfectas para acompañar tanto a la persona ludópata como a la familia en ese proceso de rehabilitación y dotarles herramientas para poder enfrentarse a ese duro periodo.

5. METODOLOGÍA.

En este punto se describirá el proceso que se ha llevado a cabo para realizar el análisis de los juegos de azar en los jóvenes y adolescentes en España, pero poniendo especial atención en la ciudad de Valladolid.

Para obtener la información teórica y los datos relacionados con el juego en España, se ha realizado una búsqueda exhaustiva tanto a nivel cuantitativo, de la población que actualmente juega en España como de los diferentes rangos de edad y de sexo de las personas que juegan, como cualitativo, tratando de atender a los diferentes factores que llevan a que una persona comience y siga jugando a lo largo de su vida. En cuanto a los datos cuantitativos se han revisado diferentes memorias anuales publicadas por la Dirección General de la Ordenación del Juego en diferentes años, estadísticas y encuestas del Instituto Nacional de Estadística, entre otros. Respecto a la información cualitativa se ha llevado a cabo la lectura de diferentes informes e investigaciones para desarrollar correctamente la influencia del entorno social, la publicidad, entre otros factores en este trabajo.

También se han realizado dos visitas a diferentes establecimientos de juegos de azar, el primero a una casa de apuestas, concretamente una sala de apuestas “Luckia”, y el segundo a un bingo. De esta forma se ha obtenido directamente la sensación que puede percibir una persona para volver a jugar y se ha vivido en primera persona para que sea más fácil ponerse en la piel de los demás.

Por otro lado, también se ha realizado una entrevista con la asociación AJUPAREVA para conocer de primera mano cómo se encuentra la situación de Valladolid y tener datos cuantitativos de la ciudad. Además, también se han obtenido datos cualitativos de dicha entrevista y los diferentes establecimientos que se encuentran actualmente en Valladolid y la distancia que existe entre ellos y los centros de enseñanza.

Para afinar la información de relevancia con la Educación Social se ha revisado en la Memoria del Grado de Educación Social (Uva, 2008), teniendo en cuenta las competencias de dicho grado para plasmarlas en la problemática que se estaba tratando en este trabajo.

6. CONCLUSIONES

Tras finalizar este trabajo ahora se establecerán las conclusiones y aportaciones principales, a las que se ha llegado con la realización de este.

En primer lugar se ha llegado a la conclusión, tras analizar diferentes informes de la DGOJ y datos del INE que en los hogares españoles se gastan alrededor de unos 2,5 millones de € al año en apuestas, loterías y otros juegos de azar. Esta cifra señala su verdadera magnitud cuando se la compara con el gasto de alimentos y bebidas no alcohólicas, que ronda los 4,5 millones de €. Tras el trabajo de documentación realizado en el marco del TFG se puede relacionar este gasto tan elevado con la normalización que le ha dado la sociedad a practicar juegos de azar o a apostar. Es necesario realizar esta relación porque en el momento en el que la sociedad sea consciente de la lacra que conlleva apostar y ganar dinero al instante, sin realizar ningún tipo de esfuerzo, supuestamente por azar, es la misma sociedad la que va a estigmatizar este tipo de conductas y la que de alguna manera le puede poner freno.

Otro resultado destacable, relacionado con el anterior, es que hemos constatado que los adolescentes y jóvenes de hoy en día no han sido informados de las consecuencias que les puede acarrear apostar ese dinero que tienen. Pero, por el contrario, sí que han conocido cómo estos establecimientos se ubicaban a una distancia de 100 metros cuando salían del instituto o del centro de enseñanza. Es decir, la sociedad coloca el problema enfrente de su vista a diario pero nadie les proporciona ningún tipo de herramienta para que sepan lo que les puede pasar en el caso de que se inicien en ese ambiente. Y no solamente eso, sino que una figura que ha podido ser referente para ellos, como un futbolista retirado, un cantante o un actor famoso, sale en los anuncios que ven a diario para incentivarles a que apuesten dinero y reciban una recompensa que puede ser muy grande. Las Cortes de Castilla y León están debatiendo una nueva propuesta de ley, pero ésta solamente establece una distancia mínima de 150 metros entre los centros de enseñanza y los establecimientos donde se pueda ganar dinero apostando. Teniendo en cuenta que muchas personas que han acudido a tratamiento de adultos admitieron haberse iniciado en el juego de adolescentes o de jóvenes, se considera necesario establecer una distancia mínima mayor y un programa de prevención en las aulas obligatorio para poder paliar esta problemática.

Por último se ha concluido que la figura del Educador Social es prácticamente inexistente en el marco de las asociaciones que trabajan contra este problema, lo cual debería cambiar ya que es un profesional con las características básicas y necesarias para poder acompañar al usuario en el proceso, y más si debido a la ludopatía ha sido rechazado por sus familiares, amigos, etc., pudiendo trabajar con la gente conocida de la persona usuaria y dotándoles de información sobre la enfermedad que sufre la persona a la que quiere. Además, el Educador Social podría ser el encargado de realizar la prevención tanto en los diferentes centros de enseñanza como en la educación no formal.

Por otro lado, se han presentado ciertas dificultades al realizar este trabajo, no tanto en el aspecto de la búsqueda de información, sino al tratar de encontrar datos similares a lo largo del tiempo. Por ejemplo, en las memorias anuales de la DGOJ hay datos muy relevantes, y de dónde se han sacado la mayoría de la información aportada en este trabajo, pero cuando se buscaba datos sobre la estimación del margen juego en España más allá del 2016 no había datos o se necesitaban otro tipo de datos más actualizados y que se pudiera visualizar a lo largo del tiempo ha resultado muy complicado. Por otro lado, teniendo en cuenta esta falta de regularidad en algunos datos no se ha tenido ninguna otra dificultad ya que se ha podido hablar con asociaciones, obtener información de las bibliotecas y de Internet.

Consideramos que se debe dar una mayor importancia a esta problemática, ya que la clave está en visibilizar la ludopatía y el daño que hace a las personas jóvenes y no tan jóvenes. Además, la legislación debería ser más estricta con las empresas del juego porque, aunque se entiende que como empresa se debe rentabilizar al máximo su negocio, no se puede hacer tirando por tierra la vida de otras personas, que quizás no tengan tantos recursos económicos y buscan una salida fácil, o que sí que tienen recursos pero los acaban perdiéndolos todos por apostar.

La ludopatía desde este punto de vista tiene una relación muy estrecha con la exclusión social y con el sinhogarismo, debido a que en el momento en el que una persona haya perdido todo su dinero y se vea arruinado va a tener que vivir en la calle, lo que conlleva que ya no solamente sea adicto al juego sino que para la sociedad también va a ser alguien invisible y por desgracia le costará salir más de esos problemas. Por eso debería haber un cambio real en los diferentes gobiernos de las comunidades autónomas y en el gobierno de España, en cuanto a lo que la legislación respecta, para conseguir erradicar esta

problemática y que las personas vulnerables como los adolescentes y jóvenes puedan recibir herramientas para combatir contra ello.

7. ANEXOS

Anexo I: Entrevista realizada a Ángel Aranzana, presidente de la Asociación AJUPAREVA, el 26-03-2023.

Para la realización de este documento se realizó una entrevista con la Asociación de Jugadores Patológicos de Valladolid. Se hablo con Ángel Aranzana, el presidente de la asociación, y estas fueron algunas de sus respuestas:

- ¿Los usuarios acuden a vosotros o sois vosotros los que dais a conocer vuestra labor?

Actualmente si algún colegio se lo pide acuden a realizar charlas para los alumnos, es la única labor de prevención que realizan debido a que no tienen más fondos. Las personas que acuden a tratamiento buscan dentro de sus posibilidades información para ir al mismo. Normalmente asisten allí porque han oído hablar de la asociación en redes sociales, noticias, periódicos, página web...

- ¿El porcentaje de tratamiento en jóvenes y adolescentes es elevado?

Si, de 45 personas que han acudido a tratamiento el último año, aproximadamente un tercio son jóvenes de 25 años.

- ¿Actualmente las personas con ludopatía acuden porque juegan de mayoritariamente de manera presencial o de forma online?

Ha sido una sorpresa porque el año anterior y el actual están cambiando la tendencia a juego presencial, por una nueva máquina que hay en los bares llamada “Manhattan”. Es un tipo de máquina que tiene multi-juegos como el Blackjack, el bingo, la ruleta, etc. Además, estas máquinas se encuentran interconectadas y dan premios más grandes de los habituales de 500€.

- ¿Cuántas personas acudieron el año pasado a la asociación para recibir ayuda? ¿Y por qué tipo de juego de azar asistían?

El año pasado tuvieron 121 acogidas procedentes de la comunidad de Castilla y León, y alguna que otra provincia de España como Baleares. Respecto al tipo de juego la mayoría de estas 121 personas jugaban a la tragaperras en hostelerías, le seguía la ruleta francesa en casino online o la ruleta electrónica en salones de juego.

- ¿Cómo funcionan estas máquinas?

Las máquinas tragaperras tienen un programa informático que cuando tienen una cantidad específica de dinero recaudado expulsa algo de ese dinero. La ruleta

electrónica tiene el mismo sistema y da un 70% en premios, que no quiere decir que sean premios grandes, sino pequeños en diferentes cantidades. Esta ruleta es una de las más adictivas en el sector juvenil.

- ¿Respecto a lo que va de año cuantos usuarios tenéis?

Actualmente contamos con 43 usuarios, donde la inmensa mayoría son personas adictas a las máquinas tragaperras.

- ¿Cuál es límite en el que se puede situar un establecimiento de azar y un colegio o centro de enseñanza?

Actualmente, la distancia mínima es de 100 metros pero en algunos casos como en el del establecimiento de la Plaza España se encuentra a menos distancia. Esta distancia la marca la normativa y la cual va a ser cambiada y aumentara a 150 metros que es un aumento inexistente casi. Si los establecimientos no cometen ninguna irregularidad grave los establecimientos no se pueden cerrar.

- ¿Es cierto que los jóvenes menores de edad pueden entrar en este tipo de establecimientos aunque estos sean para personas mayores de 18 años?

Cuando entre en vigor la nueva ley va a ser obligatorio pedir el carnet de identidad en todas las puertas de acceso al recinto, y lo van a tener que cumplir a rajatabla debido a la cantidad de inspecciones que se van a realizar. Desde la asociación de AJUPAREVA, cuando se tiene conocimiento de que un menor puede entrar a un establecimiento de este tipo sin ningún problema se llama a las autoridades para que acudan a dicho local.

Este tema es un poco complejo porque desde 2018 están discutiendo con una mesa de juego sectorial, donde están los empresarios de juego, los sindicatos y la asociación, para realizar esta nueva ley. A todos los acuerdos que se han llegado, como el de que no se pueden abrir nuevos locales de juego hasta que no se apruebe la nueva ley o hasta julio de este año, han sido a base de trabajo. Actualmente los salones de juego y las casas de apuestas no están obligados a pedir el carnet de identidad, en Castilla y León solamente están obligados por ley a pedir el carnet de identidad los casinos y los bingos. A raíz de los casino y los bingos AJUPAREVA se puso en marcha para que esta norma también se aplicase con los demás establecimientos de apuestas y es una de las reformas que entrará con la nueva ley.

- ¿Normalmente las personas a qué edad empiezan a apostar?
La Consejería de Sanidad ha emitido un estudio en el que decía que la edad de inicio en el juego se situaba en los 13 o 14 años. Se comenzaba a jugar antes en los pueblos que en la capital debido a que en un pueblo donde todo el mundo se conoce nadie les dice a los chicos que no jueguen, ni en los bares ni en ningún sitio que tenga máquinas.
- ¿Y estos adolescentes juegan más de manera online o de forma presencial?
De manera presencial, porque para jugar de manera online tienes que haber pasado la fase de juego problemático a juego patológico. Además se necesita dinero para poder comprar un vale en un estanco o gasolinera para poder jugar de manera online. Con estos vales no es necesario presentar el DNI por lo tanto los jóvenes pueden presentar el dinero y metálico y proceder a jugar de forma online.
- ¿Respecto a la publicidad existe algún tipo de regulación, sobre todo con personajes famosos anunciando las casas de apuestas?
Sí, la publicidad actualmente está regulada y no está permitida la aparición de jugadores, cantantes, y famosos en general desde el año 2022. Fueron en primera instancia los empresarios del juego los que regularon esta situación y debido a las polémicas que generaron retiraron a los famosos en activo de la publicidad. Pero una persona famosa que no está en activo sí que puede realizar esa publicidad.
- Respecto a los horarios a los que se puede emitir esta publicidad, ¿hay algún tipo de regulación?
Sí, este tipo de publicidad solamente se puede emitir desde la 1 de la mañana hasta las 6 de mañana.
- Volviendo al tema de las distancias, ¿actualmente un bingo y una casa de apuestas pueden estar pared con pared?
Sí, ahora mismo pueden estar en el mismo lugar un bingo, un casino y un salón de juego porque no están incumpliendo ninguna normativa porque son licencias diferentes. A partir de la implantación de la nueva ley todo tipo de establecimientos de este tipo tiene que haber 300 metros de distancia entre ellos independientemente del tipo de licencia que tengan.

BIBLIOGRAFÍA

- Agrawal, J. & Kamakura, W. A. (1995). The Economic Worth of Celebrity Endorsers: An Event Study Analysis. *Journal of Marketing*, 59(3), 56-62. <https://doi.org/10.1177/002224299505900305>
- Aguado, J. M. & Martínez Martínez. I. J. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. *Revista de estudios de comunicación* 11(20), pp. 319-343.
- AJUPAREVA. (2023). Memoria 2022. En *Ajupareva*. Recuperado de <https://www.ajupareva.es/memorias/>
- Álvez, R. A. (2023). Análisis de la Modificación de la Ley 4/1998, de 24 de junio, reguladora del juego y de las apuestas de Castilla y León. *Revista Aranzadi de Derecho de Deporte y Entretenimiento*, 79, ISSN 2171-5556. <https://tmsnrt.rs/46huEeM>
- American Psychiatric Association Staff & Spitzer, R. L. (1980). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-III)*. Van Haren Publishing.
- American Psychiatric Association (1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (DSM-IV)*. (4th ed.). American Psychiatric Publishing, Inc.
- American Psychiatric Association. (2014). *DSM-5. Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM-5: DSM-5®. Spanish Edition of the Desk Reference to the Diagnostic Criteria From DSM-5®* (1.a ed.). Editorial Médica Panamericana.
- Anuario del juego en España* 2018. (s. f.). Recuperado de <https://www.grupocodere.com/informe-anual-2018/index.html>
- Barroso, Cambero, Herculano, Folgado, Urbano & Vázquez. (2019). *Adicciones clásicas y emergentes.: Apuestas, drogas y tecnofilia*. (pp.25-26) Atabal. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=731301>
- Bauman, Z. (2004). *La sociedad sitiada*. FCE.
- Becoña, Elisardo et al. 2010. Factores psicológicos en las adicciones. En *Socidrogalcohol* (Ed.), *Manual de psicólogos especialistas en psicología clínica en formación* (pp. 48-58) <http://www.fundacioncsz.org/ArchivosPublicaciones/270.pdf>

- Bellvitge, Hospital Universitari, Institut Catalá de la Salut & Generalitat de Catalunya. Departament de Salut. (2017). Estudio y análisis de los factores de riesgo del trastorno de juego en población clínica española. En Dirección General de Ordenación del Juego (N.I.P.O.: 169-17-196-8). <https://www.ordenacionjuego.es/es/estudio-prevalencia>
- Bisso-Andrade, A. (2007). Ludopatía. *Revista de la Sociedad Peruana de Medicina Interna*, 20. <https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/spmi/v20n2/pdf/a06v20n2.pdf>
- BOE. 2011. Ley 13/2011 de 27 de mayo, Regulación del Juego. España. <https://boe.es/buscar/pdf/2011/BOE-A-2011-9280-consolidado.pdf>
- Buil, P., Solé Moratilla, M. J. & García Ruiz, P. (2015). La regulación publicitaria de los juegos de azar online en España. Una reflexión sobre la protección del menor. *Adicciones*. <https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/viewFile/706/701>
- Carbonell, Enrique J. y Irene Montiel. 2013. Jóvenes, nuevas tecnologías y juego de azar. En J. C. y M. J. (Coords.). *El juego de azar online en los nativos digitales* (pp. 17-38). Tirant Humanidades.
- Cases, J. I. (2011). La transformación de las políticas públicas de juego de azar en España. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, (6). <https://revistasonline.inap.es/index.php/GAPP/article/view/9947>
- Castañeda, J. D., & Rodríguez, A. T. (2020). Análisis del empleo de la tecnología móvil en niños y niñas de Educación Infantil. *Tecnologías educativas y estrategias didácticas*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7787705>
- Castelló Martínez, A., Del Pino Romero, C. & Tur Viñes, V. (2016). Estrategias de contenido con famosos en marcas dirigidas a público adolescente. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 14(1), 123-154. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5334105.pdf>
- Castelló-Martínez, A. y Del Pino-Romero, C. (2014). Conectando con el público joven a través de los contenidos: el caso de Coca-Cola. En Ron, R., Álvarez, A. y Núñez, P. (Coords.) (2014). pp. 167-188.

- Chóliz, Mariano. 2014. Propuesta de regulación del juego en España como sistema de prevención de la adicción al juego. Recuperado de https://www.azarplus.com/fotos/file/RegulacionJuego_Julio2014_MCholiz.pdf
- Clemens, F., Hanewinkel, R. & Morgenstern, M. (2016). Exposure to Gambling Advertisements and Gambling Behavior in Young People. *Journal of Gambling Studies*, 33(1), 1-13. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9606-x>
- Código de conducta sobre las comunicaciones comerciales de las actividades de juego. (2011). En Ordenación de Juego. Autocontrol. <https://www.ordenacionjuego.es/cmisis/browser?id=workspace%3A//SpacesStore/9facc048-fcf6-4f10-becc-89991393fffc>
- Comisión de Juego y Apuestas de la Comunidad de Castilla y León. (2023). *Memoria del área de juego y apuestas 2022*. Recuperado de <https://gobierno.jcyl.es/web/es/gobierno/memorias-area-juego-apuestas.html>
- Comisión de Juego y Apuestas de la Comunidad de Castilla y León. (2022). *Memoria del área de juego y apuestas 2021*. Recuperado de <https://gobierno.jcyl.es/web/es/gobierno/memorias-area-juego-apuestas.html>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2022). CNMC. Recuperado de <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuación/audiovisual/control-de-contenidos#menores>
- Decreto 39/2012, de 31 de octubre, de la Comunidad de Castilla y León, por el que se aprueba el Reglamento Regulador de los Permisos de Explotación y Comercialización de los Juegos de Competencia Autonómica que se desarrollen de forma remota. Boletín Oficial de Castilla y León, n. 211, de 2 de noviembre de 2012.
- Decreto 44/2001, de 22 de febrero, de la Comunidad de Castilla y León, por el que se aprueba el Catálogo de juegos y apuestas. Boletín Oficial de Castilla y León, n. 41, de 27 de febrero de 2001.
- Del Pino Romero, C. & Castelló Martínez, A. (2015). La comunicación publicitaria se pone de moda: branded content y fashion films. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6(1), 105. <https://doi.org/10.14198/medcom2015.6.1.07>

- Derevensky, J., Sklar, A., Gupta, R., y Messerlian, C. (2010). An Empirical Study Examining the Impact of Gambling Advertisements on Adolescent Gambling Attitudes and Behaviors. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8(1), 21-34. <http://dx.doi.org/10.1007/s11469-009-9211-7>
- Dirección General de Ordenación del Juego (2019). Memoria anual 2018. Recuperado en <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>
- Dirección General de Ordenación del Juego. (2014). Memoria Anual 2013. En *Ordenación del Juego* (Nipo: 630-14-172-2). Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>
- Dirección General de Ordenación del Juego. (2015). Dirección General de Ordenación del Juego. Memoria anual 2014. En *Ordenación del Juego* (Nipo: 630-15-142-1). Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>
- Dirección General de Ordenación del Juego. (2017). Memoria Anual 2016. En *Ordenación del juego* (N.I.P.O.: 169-17-172-2). Ministerio de Hacienda y Función Pública. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>
- Dirección General de Ordenación del Juego. (2021). Memoria de actividad 2020. En *Ordenación del juego* (N.I.P.O.: 068-21-007-5). Ministerio de Consumo Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es>
- FECYLJAR – Federación Castellano Leonesa de Jugadores de Azar Rehabilitados. (s. f.). <https://www.fecyljar.es/>
- Feliu, J., Gil-Juárez, A., & Vitores, A. (2012). El impacto de las TIC sobre la juventud: metáfora y representación en ciencias sociales. *Revista Argentina De Estudios De Juventud*, 1(3). Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1484>
- Frutos Torres, B. (2018). La sutil influencia de la publicidad a través de la identificación con valores y estilos de vida en adolescentes. En Caro Almela y Pacheco Rueda (Eds.), *Pensar y practicar la publicidad desde el Sur* (pp. 285- 294). CIESPAL

- García, Pablo, Pilar Buil, y María José Solé. 2016. “Consumos de riesgo: Menores y juegos de azar online. El problema del ‘juego responsable’”. *Política y Sociedad* 53. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/47921/48925>)
- Hernández Cruz, M. E. & Bujardón Mendoza, A. (2020). Fundamentos teóricos para un estudio sobre la ludopatía. *Humanidades Médicas*, 20(3), pp. 606-624.
- INJUVE (2019). *Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes*. Recuperado de https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/06/juventud_y_juegos_de_azar.pdf
- Instituto Nacional de Estadística. (2022, 29 noviembre). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares* [Comunicado de prensa]. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608
- Instituto Nacional de Estadística. (julio 31, 2019). Gasto total de los hogares en juegos de azar en España de 2008 a 2018 (en millones de euros) [Gráfica]. In *Statista*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/1056204/gasto-total-de-los-hogares-en-juegos-de-azar-en-espana/>
- Izaskun Sarabia Gonzalvo, Ana Estévez Gutiérrez & David Herrero Fernández. (2014). Perfiles de jugadores patológicos en la adolescencia. *Revista Española de Drogodependencias*, Vol. 39, No. 2: 46, 2, pp. 46-58.
- Junta de Castilla y León. (2023, 9 febrero). LA JUNTA ACTUALIZA LA LEY REGULADORA DEL JUEGO Y DE LAS APUESTAS PARA ADECUARLA A LOS NUEVOS HÁBITOS SOCIALES, PROTEGER A MENORES Y PERSONAS VULNERABLES Y LUCRAR CONTRA EL FRAUDE [Comunicado de prensa]. <https://comunicacion.jcyl.es/web/jcyl/Comunicacion/es/Plantilla100Detalle/1281372051501/ConsejoGobierno/1285243380908/Comunicacion>
- Labrador, F. J., Estupiñá, F. J., Vallejo-Achón, M., Sánchez-Iglesias, I., González-Álvarez, M., Fernández-Arias, I., Labrador, M. & Bernaldo-de-Quirós, M.

- (2021b). Exposición de jóvenes y adolescentes a la publicidad de los juegos de azar: una revisión sistemática. *Anales de Psicología*, 37(1), pp. 149-160. <https://doi.org/10.6018/analesps.428921>
- Lee, H. S., Lemanski, J. L. & Jun, J. W. (2007). Role of Gambling Media Exposure in Influencing Trajectories Among College Students. *Journal of Gambling Studies*, 24(1), 25-37. <https://doi.org/10.1007/s10899-007-9078-0>
- Ley 4/1998, de 24 de junio, reguladora del Juego y de las Apuestas de Castilla y León. Ley n.º 4/1998 (1998, 18 de agosto) (Comunidad de Castilla y León) (España). *Boletín Oficial del Estado*, (197). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1998-20057>
- Ley 6/2017, de 20 de octubre, de medidas de reducción de cargas administrativas para la dinamización empresarial de Castilla y León. Ley n.º 6/2017 (2017, 20 de octubre) (Comunidad de Castilla y León) (España). *Boletín Oficial del Estado*, (273). <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2017-12951#:~:text=La%20finalidad%20de%20esta%20Ley,y%20comunicaci%C3%B3n%20en%20ejecuci%C3%B3n%20de>
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual de España. Ley n.º 7/2010 (2010, 31 de marzo) (Gobierno de España). *Boletín Oficial del Estado*, (79). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292&p=20220708&tn=1>
- Memoria anual* / Dirección General de Ordenación del Juego. (2011). Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>
- Nabi, R. L. & Moyer-Gusé, E. (2013). The Psychology Underlying Media-Based Persuasion. *The Oxford Handbook of Media Psychology*, 285-302. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195398809.013.0016>
- Observatorio Europeo de las Drogas y las Toxicomanías. (2020). Results from the European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs. En *ESPAD* (ISBN 978-92-9497-546-1). ESPAD Group. Recuperado de http://www.espad.org/sites/espad.org/files/2020.3878_EN_04.pdf
- OMS (2019). *International statistical classification of diseases and related health problems* (11th ed.). <https://icd.who.int/>

- Ortiz, J. (2020). La distancia, ¿importa? (I): el grado de cumplimiento normativo de la legislación sobre las distancias entre casas de apuestas y centros educativos. *Boletín Criminológico*, 192, pp. 1-27.
- Ortiz, J. (2021). La oportunidad como factor criminológico del juego en España. En Serrano y Gúzman (Eds.). *Resurgimiento de la criminología científica en América Latina* (pp. 102-113). Dykinson.
- Parke, A., Harris, A. , Parke, J., Rigbye, J., y Blaszczynski, A. (2014). “Responsible marketing and advertising in gambling: A critical review”. *The journal of gambling business and economics* 8(3):21–35. Recuperado (<http://www.ubplj.org/index.php/jgbe/article/view/972/928>).
- Pitt, H., Thomas, S. L., Bestman, A., Daube, M. & Derevensky, J. (2017). What do children observe and learn from televised sports betting advertisements? A qualitative study among Australian children. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 41(6), 604-610. <https://doi.org/10.1111/1753-6405.12728>
- RAE. (2016). *Diccionario de la lengua Española*. Vigésimotercera edición. Versión normal. Espasa.
- Ramos-Brieva, J. (2006). Ludopatía: el otro lado del juego. *Indice: revista de estadística y sociedad*. https://www.researchgate.net/publication/28140746_Ludopatia_el_otro_lado_de_L_juego
- Ron, R., Álvarez, A. y Núñez, P. (Coords.) (2014). *Bajo la influencia del branded content: Efectos de los contenidos de marca en niños y jóvenes*. Esic.
- Rubio García, L. (2017). Apuestas deportivas online: percepción adolescente y regulación publicitaria. *Methaodos. Revista de Ciencias Sociales*. pp. 139-148. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6529429.pdf>
- Universidad de Valladolid. (2008). *Memoria Grado Educación Social*. Recuperado de <http://www.feyts.uva.es/sites/default/files/MemoriaEDUCACIONSOCIAL%28v5%29.pdf>
- Verdura, E. J., (2014). *Juego Patológico. Adicción Sin Sustancia*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado (<http://eprints.ucm.es/29807/1/T36001.pdf>).

Viveros, E. & Vergara, C. (2014). *Familia y dinámica familiar: cartilla dirigida a facilitadores para la aplicación de talleres con familias*. Fondo editorial FUNLAM.