



## Las casas de apuestas: una nueva forma de ocio

Ioan Tulai<sup>1</sup>

*Resumen.* En los últimos diez años la industria de juegos de azar ha tenido en España una rápida expansión, lo que ha supuesto un salón de juego por cada 5.545 hogares, ubicados preferentemente en los barrios periféricos de las capitales. El debate público, polarizado en partidos políticos y asociaciones de vecinos, deja en la sombra la opinión del auténtico protagonista: el jugador. El objetivo principal de esta investigación es una aproximación al jugador no patológico, para entender las motivaciones que hay detrás de cada apuesta. Dostoyevski, en su obra *El jugador*, define el perfil del jugador tradicional: una persona solitaria, con una vida rutinaria, cuyo único objetivo es volver al casino para seguir apostando; los resultados de esta investigación constatan un cambio. Estamos hoy ante un jugador que ha encontrado en el juego una forma de diversión y entretenimiento, una forma de *pasar el rato* con los amigos, en resumen, una nueva forma de ocio. El presente trabajo no pretende agotar el tema, tan solo plantear la existencia de un cambio de modelo a través de entrevistas semiestructuradas a jugadores jóvenes. Sus testimonios darán cuenta, no solo de las formas de iniciación y las motivaciones detrás de la apuesta, sino también del significado que ésta tiene para el propio jugador.

*Palabras clave:* Apuestas; Jóvenes; Ocio; Consumo

---

<sup>1</sup> itulai91@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

La expansión en número de casas de apuestas ha ido de la mano de la presencia de anuncios sobre las mismas en diferentes plataformas. Solo en el año 2017 la industria del juego generó en España 2.744.100 anuncios que se difundieron en diferentes plataformas (televisión, radio, periódicos, internet...), con un gasto promedio anual de 300 millones de euros (Díez y Díez Carpintero, 2020). No cabe duda que este bombardeo constante de publicidad ha dado sus frutos introduciendo a muchos jóvenes en el mundo del juego.

Las cadenas de radio y televisión están *secuestradas* por las casas de apuestas, y es que la inversión en publicidad supera los 130 millones de euros al año<sup>2</sup>. Los espacios deportivos se han convertido en un campo de batalla en el que cada casa de apuestas quiere tener su espacio y es que según el último Estudio General de Medios (EGM) los dos programas deportivos más escuchados del país (Tiempo de Juego y el Larguero) reúnen a más de 3 millones de oyentes<sup>3</sup>. Las casas de apuestas no solo han encontrado su nicho de mercado en las apuestas online, sino también en establecimientos físicos. Nuestro país cuenta actualmente con más de 100 casinos, más de 300 salas de bingos y alrededor de 4000 salones de apuestas (Díez y Díez Carpintero, 2020). De 2013 a 2015 se abrieron 120 locales de juego al año: de 2016 al 2018 esa cifra se duplicó, llegando a 300 nuevas aperturas al año. Estas cifras suponen que en España hay un salón de juego por cada 5.545 hogares (ibídem). Según los datos publicados en el Anuario del juego<sup>4</sup>, en España en 2018, este sector movió más de 41.000 millones de euros, estas cifras suponen el 1% del PIB del país.

Atendiendo a su ubicación, son las principales capitales del país las que más locales de apuestas albergan. En la Comunidad Valenciana, por ejemplo, en el año 2019 había contabilizados 426 locales de apuestas, un 11.5% más con respecto al año anterior<sup>5</sup>. Euskadi cuenta en la actualidad con 254 locales dedicados a las apuestas (sin contar los bingos, 14 y

---

<sup>2</sup> Fernando Cano (2018). *Los medios perderían 133 millones de euros con el fin de la publicidad del juego*. El Español. Recuperado de [https://www.elespanol.com/invertia/medios/20180925/medios-juegan-millones-euros-fin-publicidad-juego/340716279\\_0.html](https://www.elespanol.com/invertia/medios/20180925/medios-juegan-millones-euros-fin-publicidad-juego/340716279_0.html)

<sup>3</sup> Asociación para la investigación de medios de comunicación (2020). *Marco General de los Medios en España*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2020/01/marco2020.pdf>

<sup>4</sup> Gómez Yáñez (2018). *Anuario del juego en España*. Fundación Codere. Recuperado de <https://www.grupocodere.com/informe-anual-2018/index.html#p=1>

<sup>5</sup> Carlos Navarro (2019). *El Gobierno valenciano duplica en un año sus ingresos por tributos relacionados con apuestas*. elDiario.es. Recuperado de [https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/gobierno-valenciano-ingresos-tributos-relacionados\\_1\\_1259470.html](https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/gobierno-valenciano-ingresos-tributos-relacionados_1_1259470.html)

casinos, 2)<sup>6</sup>. En el sur del país, Málaga y Sevilla *se llevan la palma*, con 202 y 194 salones de juego respectivamente<sup>7</sup>. Y ya en Madrid, se ha pasado de los 365 locales de juegos de azar en 2014 a los 719 locales en 2019, un incremento que roza el 50% y cuya distribución por distritos es llamativa: en aquellos distritos de renta media inferior a 25.000€ anuales, el aumento de los locales de juego ha llegado al 140% (Carabanchel con 34, Vallecas con 37 y Usera con 29 son los distritos de Madrid con mayor número de salones de juego<sup>8</sup>).

En el marco de lo que se acaba de describir, este artículo pretende responder a la pregunta que dio origen a esta investigación ¿por qué la industria del azar se ha expandido en tan poco tiempo? A raíz de esta pregunta, y una serie de lecturas básicas que sirvieron para cuantificar esta expansión, surgieron otras cuestiones: ¿esta expansión es fruto de una demanda social o una necesidad creada? ¿Debe preocuparnos esta expansión?

La información sociológica que se tiene acerca del nacimiento de esta cultura del azar es relativamente reciente (Vacchiano y Mattia, 2017). Los estudios disponibles se centran en los problemas patológicos de los individuos, estudiando el fenómeno como un problema individual de cada jugador, centrándose en los problemas adictivos que genera el juego (Cheueng, 2016; Riley y Oakes, 2015; Brosowski, Meyer y Hayer, 2012; Gainsbury, Russell, Wood, Hing y Blaszcznski, 2015), obviando por completo que este tipo de actividades se están convirtiendo en un nuevo tipo de ocio.

No cabe duda de que la investigación acerca de la posible presencia de patrones adictivos en los juegos de azar es necesaria e imprescindible, pero no todas las personas que acuden a estos establecimientos presentan estos patrones. Si bien las campañas publicitarias muestran un tipo de jugador muy concreto, la imagen del jugador-triunfador, este trabajo pretende un acercamiento a los aspectos culturales y sociales presentes en la génesis del juego

---

<sup>6</sup> Agencia EFE (2020) *El Gobierno vasco no autorizará por ahora más locales de juego en Euskadi*. El Mundo. Recuperado de <https://www.elmundo.es/pais-vasco/2020/01/14/5e1db3c021efa0b0468b4676.html>

<sup>7</sup> Valdivieso (2019). *Crece el número de salones de juego y Sevilla tiene ya uno por cada 10.000 habitantes*. El diario de Sevilla. Recuperado de [https://www.diariodesevilla.es/sevilla/crece-numero-salones-juego-Sevilla-habitantes\\_0\\_1411059124.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/crece-numero-salones-juego-Sevilla-habitantes_0_1411059124.html)

<sup>8</sup> Paloma Esteban (2019). *Radiografía del juego en Madrid: Vallecas y Carabanchel copan los locales de apuestas*. El Confidencial. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2019-11-14/radiografia-juego-madrid-vallecas-carabanchel-casas-apuestas\\_2335655/](https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2019-11-14/radiografia-juego-madrid-vallecas-carabanchel-casas-apuestas_2335655/)

contemporáneo: acceder al jugador real, conocer sus motivaciones y sus inquietudes, en definitiva, mostrar el significado que para él tiene una sala de apuestas.

Por este motivo, la investigación se ha basado en las características y el significado que asumen las prácticas del juego en el jugador no problemático, el cual representa de forma mayoritaria a las personas que se acercan a jugar en la actualidad (Reith, 2002, cit. en Vacchiano y Reyes, 2017).

## ENFOQUES TEÓRICOS: UNA VISIÓN GENERAL

A lo largo del siglo XX, se han llevado a cabo diversas investigaciones sociológicas cuyo objetivo ha sido crear una teoría que pudiese explicar las razones por las que una persona arriesga su dinero sin tener la certeza de que lo va a recuperar.

### *El juego como fenómeno multifacético*

Según el informe sobre la “Percepción social sobre el juego de azar en España, 2017” en 2016 casi el 82% de la población española ha participado de alguna forma u otra en juegos de azar. Aunque la mayoría de los participantes son jugadores que apuestan con poca frecuencia, este porcentaje tan elevado nos lleva a la conclusión de que las razones por las que se apuesta son muchas y variadas. Esto nos indica que es imposible explicar a partir de una sola teoría las múltiples razones por las que se juega. El juego es un fenómeno multifacético más que unitario, siendo las diversas teorías complementarias, nunca excluyentes.

De esta forma, esta investigación se va a apoyar en tres enfoques teóricos, los cuales presentamos de forma sintética.

### *Perspectiva funcionalista*

Parsons, el teórico funcionalista más importante, entendía la sociedad como un sistema de partes relacionadas, cuyas estructuras están especializadas funcionalmente, dando lugar a un todo integrado que se autorregula por si solo consiguiendo producir y reproducir su equilibrio.

En el marco de los estudios sobre el juego, encontramos dos estudios que siguen el enfoque funcionalista: el estudio de Edward Devereux (1980) sobre las loterías y las carreras de caballos en EEUU y el estudio de Nechama Tec (1964) acerca del juego en Suecia.

Es interesante tener en cuenta que el estudio de Devereux se hizo en una época en la que el juego, en las carreras de caballos, estaba prohibido en EEUU. No se legalizó hasta 1978<sup>9</sup>, siendo considerado como una actividad socialmente mal vista. Esa mala fama del juego fue la que cuestionó el autor del estudio, argumentando que el juego tiene una función social positiva al ser una válvula de escape para las tensiones y frustraciones que sienten los individuos (Binde, 2009).

El estudio de Tec se centra en las apuestas de fútbol en Suecia en la década de los 60. Según sus observaciones, el 75% de los hombres participan en este tipo de apuestas. Al igual que Devereux, Tec también piensa que el juego reduce el descontento social porque “el juego alivia algunas de las frustraciones derivadas de los obstáculos que encuentran los segmentos de la población al tratar de cumplir sus aspiraciones de movilidad” (Tec, 1964 cit. en Binde, 2009).

### *Teoría del flujo*

La teoría del flujo ha sido desarrollada por Mihaly Csikszentmihalyi. Entiende el flujo como “un estado en el que uno se siente completamente absorto en una actividad que proporciona placer y disfrute” (Csikszentmihalyi, 1990:84). El actor queda totalmente abstraído por el juego, siente alegría y satisfacción al jugar, lo que le permite olvidarse de los demás asuntos que le rodea. Para ello, debe ser una actividad sencilla de realizar, que no genere agobio y que siempre tenga presente el objetivo de la actividad, en este caso ganar dinero. Esto explica el atractivo del juego.

### *Perspectivas de la estratificación social en el juego*

Dos sociólogos alemanes, Beckert y Lutter (2013), llevaron a cabo un estudio para intentar explicar sociológicamente de dónde nace el interés de las clases bajas en los juegos de azar, más concretamente en las loterías. Aunque su estudio se centra en el consumo de loterías del Estado, sus aportaciones son útiles para este trabajo. Parten de la observación, ya probada en anteriores investigaciones (Beckert y Lutter, 2009; Livernois, 1987), de que los individuos

---

<sup>9</sup> Legal Gambling USA. <https://www.legal-gambling-usa.com/horse-racing-betting-usa.php>

con bajos ingresos son los que más dinero gastan en los juegos de azar. Consideran tres enfoques explicativos:

El primero es un enfoque ya expuesto anteriormente que defiende que “el juego es una forma socialmente aceptada para canalizar frustraciones y tensiones resultantes de demandas contradictorias o inalcanzables impuestas al individuo en la sociedad moderna” (Beckert y Lutter, 2013:5). “Debido a esa relativa exclusión de oportunidades para el consumo de bienes, las personas de estratos sociales más bajos son más propensas a comprar billetes de lotería” (Beckert y Lutter, 2013:6).

El segundo enfoque lo plantea Garvía (2007) en sus investigaciones sobre el juego en red: jugar en conjunto varias personas. Esta tradición que se da en los juegos de lotería al compartir número y jugar cada semana se puede estar dando también entre los más jóvenes con las apuestas deportivas: hacer una apuesta antes de salir el fin de semana con los amigos o incluso en los recreos de los institutos<sup>10</sup> es práctica ya usual.

El tercer enfoque que consideran Beckert y Lutter es el cultural. Este enfoque toma en consideración las propuestas de Weber (2012) sobre los efectos culturales de la ética protestante. Weber defiende la idea de que la ética del trabajo protestante proclama las virtudes del ahorro, la eficiencia y la rentabilidad. Desde esta perspectiva, las apuestas son una pérdida irracional y pecaminosa de dinero que se debe evitar.

Los resultados de la investigación empírica de Beckert y Lutter muestran que, de los tres enfoques presentados, el que entiende al juego en red es el que más explica las variaciones del gasto en lotería y apuestas. Cuanto mayor es la participación del entorno social de un individuo en el juego, mayor es el gasto de ese individuo. No son por lo tanto las explicaciones funcionales o culturales las más potentes, sino las sociológicas que subrayan la importancia de las redes sociales en las que se juega y se participa.

---

<sup>10</sup> Las casas de apuestas exprimen los barrios pobres de Madrid: crecen un 140% desde el 2014. El Confidencial, 2018. [https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2018-01-28/sportium-codere-luckia-salones-de-juego-ludopatia\\_1512360/](https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2018-01-28/sportium-codere-luckia-salones-de-juego-ludopatia_1512360/)

### *La racionalidad del juego*

Una teoría muy extendida y aceptada en las investigaciones sobre el juego es la teoría de Friedman-Savage (1948). Esta teoría defiende la idea de que los jugadores gastan su dinero en las apuestas porque lo consideran un gasto minúsculo -que no reduce su status social- en comparación con la cantidad de dinero que pueden llegar a ganar -una oportunidad para un avance social cualitativo-.

Al pensar en las posibles razones que pueden llevar a una persona a hacer una apuesta, junto a la razón económica también hay razones simbólicas y hedónicas para jugar -Cotte (1997)-, bien porque “el juego permite que las personas ejerzan algún sentido simbólico de control que el sistema social normalmente no permitirá, en el juego tienen libertad para tomar decisiones” (Cotte, 1997:383), bien porque satisface la búsqueda de placer y una mejora de la autoestima: “la actividad del juego es en sí divertida, emocionante, estimulante e interesante (...) Para disfrutar de estas cosas, las personas están dispuestas a pagar, y lo hacen aceptando que, a largo plazo, la participación en las apuestas conllevará pérdidas económicas”. (Blinde, ídem).

### METODOLOGÍA

Con el objetivo de estudiar y entender mejor el problema social que se está investigando en este trabajo, se apuesta por la Triangulación Metodológica (Denzin, 1970), consistente en analizar la literatura existente, presentar los datos estadísticos sobre la situación actual del problema y, por último, realizar un análisis de las entrevistas realizadas.

La obtención de información surge de entrevistas en profundidad, una conversación que pretende pasar por natural, en un ambiente tranquilo y relajado donde entrevistador y entrevistado charlan acerca del tema en cuestión, con especial interés en las vivencias de los participantes.

Se ha seleccionado a jugadores que se auto-presentaban como jugadores ocasionales, rechazando de esta forma entrevistar a jugadores que presentasen síntomas de ser jugadores patológicos. A lo largo de la entrevista se obtendrá información adicional que ayudará a completar el análisis (zona en la que vive, situación económica y laboral).

La tabla 1 muestra los jugadores que se dedican únicamente a las apuestas deportivas (no incluye jugadores de bingo, casinos y póker). La tabla permite obtener dos conclusiones:

- los jugadores entre los 26 y los 35 años siguen siendo los que más juegan en 2019 (34.27%), a pesar de sufrir un ligero descenso con respecto al 2016.
- los jugadores más jóvenes (de 18 a 25 años) presentan un aumento del 5% en tres años, pasando de un 25.5% en 2016 a un 30%.

Al margen de las pequeñas variaciones porcentuales sufridas, destaca la hegemónica posición de los jugadores con edades comprendidas entre los 18 y los 35 años, copando el 65% del mercado de las apuestas deportivas de España.

<b>Tabla 1. JUGADORES ACTIVOS POR RANGO DE EDAD</b>					
		<b>2016</b>		<b>2019</b>	
<b>Rango de edad</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Cuota (%)</b>	<b>Usuarios</b>	<b>Cuota (%)</b>	
<b>18-25</b>	271.605	25.49	302.386	30.24	
<b>26-35</b>	335.491	36.08	342.594	34.27	
<b>36-45</b>	210.830	21.63	215.792	21.58	
<b>46-55</b>	97.794	10.03	93.222	9.32	
<b>56-65</b>	38.943	4	33.611	3.36	
<b>Más de 66</b>	19.997	2.05	12.197	1.22	
<b>Total</b>	<b>974.660</b>	<b>100</b>	<b>999.802</b>	<b>100</b>	

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Ordenación del Juego

Según la Federación Española de Jugadores de Azar en Rehabilitación (Fejar), el perfil clásico del ludópata en España a principios de siglo era el de un hombre, casado, con edades comprendidas entre los 35 y 45 años. Actualmente, los jugadores problemáticos han reducido su rango de edad, pasando a estar entre los 18 y los 25 años aquellos que más acuden a terapia en los últimos años<sup>11</sup>.

Al plantear la investigación se pretendía introducir dos variables imprescindibles en cualquier investigación sociológica, la clase social y el sexo. Como veremos más adelante, las apuestas requieren muy poca inversión, los jugadores no suelen apostar más de cinco euros,

<sup>11</sup> Los colectivos de ayuda al ludópata alertan del aumento de menores enganchados. <https://fejar.org/jovenes-y-ludopatia/>



por lo tanto, tener en cuenta el nivel adquisitivo no aporta ningún valor al análisis, la inversión que se requiere para participar es tan baja que prácticamente cualquiera puede hacerlo. No ocurre lo mismo con el sexo, esta variable sí hubiese aportado un valor añadido al análisis al permitirnos conocer la experiencia de las mujeres en un ambiente tan masculinizado como el de las apuestas. Pero las pocas mujeres que acuden se han mostrado reacias a participar en este trabajo; este hecho mismo es ya significativo. La tabla 2 muestra la escasa repercusión de esta actividad en la mujer, cuyo porcentaje no supera el 13%.

Tabla 2. Jugadores activos por sexo. Año 2019		
Sexo	Usuarios	Cuota (%)
Hombre	871.096	87.13
Mujer	128.706	12.87
<b>Total</b>	<b>999.802</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Ordenación del Juego

Tabla 3. Perfil de Jugadores			
Entrevistados	Edad	Frecuencia apuestas	Zona de residencia
E1	26 años	Fines de semana	Valdemoro
E2	24 años	1 vez al mes	Parla
E3	31 años	Cada 2/3 días	Navalcarnero
E4	25 años	Fines de semana	Carabanchel
E5	20 años	Semanalmente	Canillejas
E6	22 años	Semanalmente	Alcobendas
E7	27 años	Cada 2/3 días	Alcorcón
E8	28 años	Fines de semana	Vallecas
E9	23 años	Fines de semana	Pinto
E10	29 años	Fines de semana	Valdemoro

Para la realización de las entrevistas se ha procedido a un muestreo cualitativo de unidades homogéneas, es decir, las unidades seleccionadas comparten un rasgo común, frecuentar salas de apuestas. Al ser esta una investigación exploratoria cuyo objetivo es una aproximación al nuevo fenómeno de la apuesta como ocio, se ha considerado óptimo el contar con un tamaño muestral de 10 personas que cumplen los parámetros anteriormente vistos como

hegemónicos: edades entre 20-31 años (65%), varones (87%), residentes en Madrid (las capitales como centros de expansión del negocio).

A la hora de construir la muestra, se han tenido en cuenta tres variables: edad, frecuencia en las apuestas y zona de residencia. Finalmente señalar que las entrevistas se llevaron a cabo entre noviembre del 2019 y febrero del 2020.

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A lo largo de las entrevistas se ha generado información muy variada, pero para este artículo nos centraremos en los aspectos que contribuyen a construir la personalidad del jugador, de esta forma seremos capaces de entender su relación con el juego.

## CÓMO EMPEZAR. PORQUÉ CONTINUAR

A pesar del innegable peso que la publicidad ejerce en este campo, al ser preguntados por sus comienzos, pocos mencionan el papel de la publicidad. Casi todos los entrevistados empezaron por la misma razón, la influencia de los amigos: jugar con los amigos parece ser “lo típico”.

*Iba con un amigo. Lo típico que salías de la universidad, te tomas una cerveza o algo y le echas un eurillo antes de una jornada de Champions. E4*

*Empecé con amigos. Lo típico que estás con ellos te pasas por una casa de apuestas al salir del cine y le echas a ver qué sale... ves una sala de apuestas y tal y dices... vamos a probar y tal. E7 [...] en el pueblo con un coleguita más mayor que me animó a apostar. Hizo un depósito de esos que te doblan el ingreso inicial... apostó 5 pavos y así empezamos...E9*

La importancia e influencia que pueden llegar a tener los grupos de pares en el comportamiento de una persona se ha estudiado en psicología. Los estudios realizados se han centrado, sobre todo, en explicar las conductas de riesgo de los adolescentes. El recuerdo de lo que supuso las drogas para las generaciones de los años 80 y 90 en España sigue muy vivo, por esta razón al hablar de conductas de riesgo en adolescentes estamos hablando, sobre todo, de consumo de drogas. Estudios como el de Herrero Yuste (2003) y Villalba Morente (2015), por citar algunos, muestra la relación directa que tiene la influencia del grupo sobre el comportamiento de un individuo. Porque si tus amigos juegan, ¿por qué no vas a jugar tú?

*“todos mis amigos juegan, estas siempre con ellos y si no es uno el que quiere bajar a la casa de apuestas, es otro. Claro, tú no quieres bajar, pero estas con ellos, ¿qué haces?” E8*

Las amistades son importantes para empezar a jugar pero no es la única causa. El hecho que de un día para otro aparecieran muchos locales de apuestas por barrios en los que antes no había, también tuvo efecto sobre los potenciales jugadores.

*Empecé con las apuesta físicas porque salieron como setas por Madrid. Entonces yo me ponía los cascos e iba a andar por Madrid y me las encontraba...metía unas monedillas a ver qué tal. E3*

La influencia que tienen las amistades a la hora de jugar parece innegable, pero una vez metido en el *mundillo* ¿qué razones tiene el jugador para seguir apostando? Será la experiencia vivida por parte del jugador la que hará que siga jugando o que se aleje del juego. Las razones que pueden empujar a quedarse o a huir del juego dependen, en primer lugar, de las victorias o derrotas cosechadas. Desde el punto de vista de la teoría económica clásica, ningún jugador económicamente racional debería hacer una apuesta, pues nunca se tiene la certeza de poder recuperar la inversión inicial (Walker, 1992 cit. en Cotte 1997). Por lo tanto, la lógica nos dice que acumular varias derrotas sería una razón de peso para que el jugador dejara de apostar. Esta certeza se cumpliría si los jugadores buscaran únicamente el beneficio económico, pero una apuesta aporta mucho más que la simple posibilidad de ganar dinero.

*Me divierte, no he ganado gran suma de dinero, las cosas como son. Pero me divierte. Yo nunca he apostado para ganar dinero. Los años que no he ganado nada he perdido muy poco y he tenido una temporada entera en la que me he divertido. E9*

*No era nada para salir de pobre y dejar el trabajo. [...] No me aportaba ni grandes pérdidas ni grandes beneficios. Era una forma de darle un extra al deporte que estás siguiendo. De alguna manera no hay una motivación como para salir de pobre pero sí de entretenimiento. E4*

El mundo de las apuestas, sobre todo el de las apuestas deportivas y los juegos de azar, está de espaldas a la racionalidad económica. Las dos opciones racionales, experiencia positiva-volver a jugar vs experiencia negativa-salir del sistema, se hallan muy contaminadas por la cantidad de estímulos que recibe un jugador dentro de una sala de apuestas. Estos estímulos permiten camuflar las pérdidas y los problemas que el juego genera, hasta el punto de bloquear la racionalidad del jugador.

*La mayor parte de veces que he conseguido llegar a 200 euros fue muy rápido. Luego bajas más rápido aún. Pero cuando consigues 200 euros de esa manera... dices "joder, ¿qué fácil no?" dices "pues llegar a 400 euros será igual de fácil, ¿no?", y es cuando lo pierdes todo. Luego no sé si es cosa de mi cabeza o no, pero cuando los pierdo borro ese recuerdo completamente. Y eso es lo que me provoca volver a intentarlo. E3*

La excitación del premio cuando se consigue y el olvido de la rabia y el enfado cuando se pierde son factores que influyen para seguir jugando, pero no son los únicos. Al igual que para la iniciación, para seguir jugando, el círculo de amigos también es importante. A las casas de apuestas se va con amigos, se juega en grupo, se gana en grupo y se pierde en grupo. Al jugar con amigos, se pierde la perspectiva de las pérdidas económicas individuales, el grupo nunca pierde (Mejías, 2020). Se encuentran similitudes entre el juego en grupo y la economía de mercado, pues, al igual que en la economía, en el juego se *socializan* las pérdidas y se individualizan las ganancias.

Se entra, de esta forma, en un círculo vicioso en el que las ganancias de una sola persona del grupo incitan al resto a seguir jugando. Solo una derrota colectiva sería capaz de romper el círculo y provocar el abandono de la partida, al menos, hasta el próximo día. Los premios son individuales para cada jugador pero tienen el poder de incitar al grupo entero a volver a probar suerte. En cambio las pérdidas son grupales y se les resta importancia porque suponen la diversión de todos.

*Paso un buen rato con los colegas... te ríes...hablas... Hay piques a ver de quién se acerca más al número... a ver quién acierta o gana más... es divertido. Es un pique sano. Al final estamos juntos y pasamos el rato. El dinero tampoco es algo que necesite entonces nunca ha sido la razón principal para jugar. E7*

Si a todos estos estímulos positivos le añadimos el escaso peso económico que tienen las apuestas para los jugadores y la poca importancia que se le da a las pérdidas, nos encontramos con un negocio cuyo éxito está garantizado.

*A ver, he perdido muchas apuestas, pero claro eran de 1 o 2 euros... ósea que no he perdido mucho dinero. No sé...2 euros no te quita mucho. El día que más he perdido fueron 10 euros, no me supuso nada. Siempre intentaba meter monedas, ¿sabes? nunca billetes. La chatarra que me sobraba la echaba. E6*

*Ósea cuando pierdes dices “joder lo podía haber ahorrado o gastar en otra cosa... para irme de cervezas o algo así” pero luego al ganar digo “joder menos mal que lo he invertido en esto”. Como son pequeñas cantidades me duele menos ¿no? ¿Qué voy a hacer con 5 euros? no te cambia la vida. E7*

Al apostar pequeñas cantidades, el jugador tiende a no valorar la cantidad total de dinero perdido. La pérdida de la apuesta no va a contribuir a empeorar su situación económica. Perder uno, dos o cinco euros no supone tener que hacer renunciaciones vitales, pues es una cantidad tan pequeña que el jugador tiende a despreciarla a cambio de la emoción de jugar. En cambio, el *subidón*, la *adrenalina*, la euforia de estar a punto de ganar la apuesta, son razones que empujan al jugador a seguir apostando, no haciendo caso a las pérdidas acumuladas.

*Tiene mucha más emoción, aunque le echas 20 céntimos lo vives de una forma diferente. E10*  
*A mí me encanta el fútbol pero hay partidos que cuestan verlos... dices “joder tío mira que me gusta el fútbol, pero lo tengo que quitar porque es inaguantable”. Por ejemplo, si has apostado a que sacan una amarilla estoy en casa viendo el partido deseando que haya una entrada fuerte... lo vives totalmente diferente. Así me he tragado yo partidos de segunda división, un Extremadura-Oviedo que no lo ve ni Dios. E9*

Apostar a un partido de fútbol o de baloncesto significa que el jugador va a tener una hora y media de emociones, *subidón* y euforia, es decir, hacer apuestas deportivas alarga, más que cualquier otra apuesta, ese estado de emoción y *adrenalina* que se genera al apostar. Además, es un tipo de emoción gestionada a la carta, pues el jugador elige el partido al que quiere apostar y el tipo de apuesta que quiere. Con las *emociones a la carta* se invierte la lógica de las apuestas. Normalmente las apuestas deportivas se hacen para darle un plus al evento que se sigue, pero en este caso se apuesta para poder seguir el partido en cuestión: *así me he tragado yo partidos de segunda división, un Extremadura-Oviedo que no lo ve ni Dios*. Se invierte totalmente la lógica de una apuesta: ya no se apuesta para ganar dinero sino para poder seguir un evento aburrido.

En los últimos años se ha experimentado una normalización y naturalización de las apuestas hasta el punto de convertirse en una nueva forma de ocio, sobre todo para los más jóvenes. Tanto es así, que esta actividad se llega a integrar dentro de las rutinas y las actividades

de los jóvenes. Ante cualquier actividad de ocio con los amigos, siempre hay una sala de apuestas que *pilla de camino* (Mejías, 2020).

*Salir del cine, ves una sala de apuestas y tal y dices... “vamos a probar y tal”. E7*

Como una actividad de ocio más, en las apuestas, los amigos son importantes; jugar solo es aburrido, en cambio *pasar el rato* con amigos en las casas de apuestas es un plus que hay que sumarle a la emoción y la diversión. El juego se ha convertido en un tipo de ocio compartido, en el que las apuestas son una actividad más del grupo, desaparece de esta forma el estereotipo de jugador solitario.

*Paso un buen rato con los colegas... te ríes...hablas... Hay piques a ver quién se acerca más al número... a ver quién acierta o gana más... es divertido. Es un pique sano. Al final estamos juntos y pasamos el rato. El dinero tampoco es algo que necesite, entonces nunca ha sido la razón principal para jugar. E7*

Para estos jugadores, las apuestas son un elemento más de consumo y de ocio. De la misma forma que salir a cenar a un restaurante o ir al cine a ver una película, no se considera una pérdida de dinero sino un gasto. En los últimos años, las apuestas han entrado en ese grupo de actividades que se conoce comúnmente como actividades de ocio. Cotte (1997) afirma que, al estar en una sociedad de consumo, los consumidores buscan siempre nuevas alternativas de ocio y cuando se encuentran esas alternativas las pérdidas de dinero forman parte del entretenimiento.

Hasta el momento nos hemos encontrado con jóvenes consumidores. Los jugadores, al hablar de sí mismos se muestran pasivos con el juego, es puro entretenimiento y diversión. El dinero que se gasta en las apuestas se podría gastar en ir al cine, comprarse ropa o comprarse un videojuego. Se gasta en jugar porque en ese momento es lo que apetece, al fin y al cabo lo que se busca es entretenimiento.

Una vez los jugadores autodefinen su posición ante el juego, definen la posición de los demás. Al hablar del resto de jugadores, desaparece la razón principal por la que se va a una sala de apuestas. Ya no se juega por diversión y entretenimiento; los argumentos mostrados en este punto sirven para delimitar con claridad a las víctimas de las casas de apuestas.

En todas las entrevistas aparecen las víctimas bajo la forma de *jugador fantasma*. La categoría de *jugador fantasma* se construye para dotar de forma a un tipo de jugador que aparece constantemente en las entrevistas, es un jugador que todo el mundo conoce, todos lo han visto, pero, como si de un fantasma se tratara, ningún jugador se ve reflejado en él. Ese *jugador fantasma* lo conforma, sobre todo los jóvenes, los jugadores más débiles y que más probabilidades tienen de caer en la necesidad de conseguir dinero para un consumo superfluo.

#### EL JUGADOR FANTASMA

Hasta ahora hemos tratado la *cara amable* de las casas de apuestas. Los mismos locales de juego que han sido definidos como espacios acogedores e inofensivos en los que pasar un buen rato con los amigos, de pronto también pueden transformarse en ambientes oscuros dominados por el vicio. El cambio se produce muy rápido, casi sin darse cuenta: los mismos jugadores que comparaban la casa de apuestas con ir al cine o a un restaurante, terminan definiendo el juego como *la heroína del siglo XXI*.

*Yo sí que veo peligroso tener casas de apuestas... tío hay casas de apuestas a 50 metros de un instituto de secundaria. Que los chavales se saltan las clases para ir a jugar a la ruleta. Y en los salones de juego de los pueblos no hay nadie que controle eso, nadie. El Dicen que es la heroína del siglo XXI. Yo creo que es un poco por lo que empezamos todos. Creemos que controlamos de deportes y lo ves fácil ¿sabes? Yo creo que las casas de apuestas juegan con eso... carteles que te ponen en la puerta de "echa 5 euros y gana 200" pues claro los chavales de 16-17 años dicen "¡ostia que con 5 euros gano 200!"E4*

La inmadurez suele ser una característica de la juventud, un estadio donde aún no se ha alcanzado la capacidad propia de una persona adulta. Es común utilizar este adjetivo para descalificar a los jóvenes, definiéndolos como no aptos para realizar determinadas actividades propias de la vida adulta. El juego es una de esas actividades exclusivas para los adultos, pues requiere tener un grado de madurez para ser consciente de los peligros que rodean tal actividad. Los jóvenes, debido a su edad, son incapaces de darse cuenta de estos peligros. Por lo tanto, no pueden gastar el dinero en apuestas, ese dinero se debe invertir en algo propio de su edad: comprar chuches.

*En 2008 (cuando él era adolescente) ya había salones de juego. Había muchísimos menos por eso no teníamos esa posibilidad...por eso no se nos ocurría ir a salones de juego a jugar a la ruleta y a comprar chuches...que es lo que hacen, se compran Jumpers y cosas así, van los chavales echan su apuestas se comen sus chuches...hacen el cipote un rato y al final lo que no se están dando cuenta es...porque no es solo “voy y echo una apuesta” sino que ya me estoy picando. E1*

*No es normal que haya 3 Sportium en 300 metros. Más que nada porque estamos hablando de que los jóvenes son los que están empezando a apostar. Si ves un Sportium igual ni te fijas, pero si ves 3 seguidos y lo ves desde siempre en el barrio ese chaval cuando tenga los 18 entra. Vamos que de aquí a 10 años puede ser un problema gordo. E9*

La edad, en este punto, marca una diferencia importante a la hora de jugar: la gente mayor tiene más experiencia, piensa más las jugadas, en definitiva, sabe jugar. El discurso gira en torno a una infantilización constante del resto de jugadores (jóvenes). Los entrevistados sacan a relucir el complejo de hermano mayor que tiene la obligación de aconsejar al pequeño cómo debe actuar; el pequeño no debe gastarse el dinero de las chuches y el bocata en apuestas.

*Aquí en mi pueblo los chavales hablan de quedar en las casas de apuestas. Voy en bus, les escucho y quedan allí. Yo he visto en casas de apuestas a chavales, y no sabría decirte si tenían 18 o no, pero se estaban jugando lo que a mí me daban de paga mensual. E3*

El problema que aquí se refleja no es que los jugadores jóvenes no sepan jugar y pierdan todos sus ahorros, el problema del que habla el hermano mayor es que, debido a su juventud, estos jugadores no tienen la capacidad de percibir los riesgos que conlleva el mundo de las apuestas, siendo fácil caer en el deseo de perseguir la imagen de jugador-triunfador que vende la publicidad.

Pero a las casas de apuestas no van solo los jóvenes. Cuando el jugador que cae en la trampa del juego no es joven, no se puede utilizar el concepto de inmaduro para justificar sus fracasos. Se define como desdichado al jugador que decide probar suerte sin tener los conocimientos o la formación necesaria para hacerlo. Es un tipo de jugador que acude a las casas de apuestas seducido por la idea de ganar dinero fácil. Es un perfil de jugador que *juega sin conocimiento* abocando su futuro al continuo fracaso.



*Cada vez hay más gente que arriesga sin conocimiento. “Es que no sé quién me ha dicho que este local, que esta máquina da suerte...” y la gente juega sin conocimiento. Si eres alguien como yo que más o menos conoce como va... controlas un poquito, puedes ir de vez en cuando. Pero si no sabes de nada, vas a ir y si tienes suerte y ganas vas a seguir jugando y jugando y al final pierdes. E7*

*Si hay tantas es porque la gente pierde y se les va la cabeza. Yo lo veo un problema por la gente que apuesta. Si pasa alguien por la puerta no ve nada malo, nadie hace nada malo, pero la gente que está dentro puede desarrollar una ludopatía, se te puede ir la cabeza. E9*

Si la característica principal del jugador joven es su inmadurez, el jugador desdichado destaca por su ineptitud para jugar. Son jugadores que *juegan sin conocimiento* y no asumen la derrota como parte del juego, lo que los lleva a seguir apostando para intentar revertir las pérdidas sufridas. Esta afirmación se refleja en el comentario de un entrevistado (E9) que lleva apostando 10 años y afirma que ve un problema en la existencia de las casas de apuesta *por la gente que apuesta, la gente que está dentro puede desarrollar una ludopatía*. Al estar los jugadores metidos en la casa de apuesta es imposible saber si se toman el juego como un entretenimiento o *se lo toman en serio*.

Se han dividido a las *víctimas* en dos grupos debido a las diferencias argumentativas: por un lado, se dice que los jóvenes son unos inmaduros que desconocen los riesgos de los juegos de azar; por otro lado, que hay una serie de jugadores desafortunados que por su situación personal o por una debilidad emocional tienen más facilidad que otros para engancharse porque se toman las apuestas como algo serio.

Sorprende la superioridad moral con la que los entrevistados tratan a ese hipotético jugador joven que está en una situación de riesgo. Todos los jugadores entrevistados son jóvenes, la media de edad es de 25.5 años, sin embargo, todos reflexionan sobre el peligro que corre el jugador joven, sin que ninguno de ellos se vea reflejado en él.

El problema es que no solo se sitúan en un nivel moral superior al de los *jóvenes*, sino que esta superioridad moral también se produce en relación con el resto de jugadores. El juego es un problema para todo el mundo menos para ellos, porque ellos saben que *las apuestas son muy serias* y son jugadores que *controlan y saben cómo van las cosas*, no como el resto de jugadores que son *gente que juega sin conocimiento*.

## DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El hilo conductor que ha guiado el análisis ha sido la percepción que tienen los jugadores del juego. El juego ha dejado atrás el estigma de actividad solitaria, para convertirse en una actividad a realizar en compañía, hasta el punto de convertirse en una nueva forma de ocio. En los últimos años, la figura del jugador se ha ido modificando en el imaginario colectivo, hasta tal punto que las teorías explicativas tradicionales en las que el juego se utilizaba como válvula de escape (Goffman, 1961; Tec, 1964; Devereux, 1980) dejan de ser válidas para dar cuenta del jugador emergente.

El jugador que predomina actualmente es el jugador que ha encontrado en el juego una forma de diversión y entretenimiento: una forma de *pasar el rato* con los amigos. Las apuestas han transformado también la forma en la que se vive el deporte, pues apostar añade emoción al partido que se está siguiendo. Mientras una característica reseñable del deporte es su capacidad de agrupar multitud de seguidores alrededor de un mismo equipo y su victoria supone la alegría de todo el grupo, las apuestas permiten individualizar esas emociones e incrementarlas, pues a la victoria del equipo se añade el que marque el jugador por el que se ha apostado.

La nueva modernidad de la que da cuenta Bauman (2003) es en realidad una individualización de la sociedad. La función tradicional de las instituciones clásicas ha desaparecido, ya no están orientadas hacia lo colectivo, sino que ahora se centra en los individuos (Beck, 2003), que están obligados a construir sus propias carreras y proyectos personales, asumiendo los éxitos y, sobre todo, los fracasos de sus vidas. Por lo tanto, lo que a nivel institucional puede ser un problema (el auge de locales de apuestas), no lo es a nivel individual (Martuccelli y Santiago, 2017). Hay que observar al individuo para entender el éxito de estos locales; esta industria se encontró una población joven atrapada en la sociedad del consumo, pero sin capacidad económica para consumir.

En España no había una demanda de casas de apuestas. En 2012 la población no demandaba locales a los que ir a jugar una determinada cantidad de dinero sin saber si se va a perder o ganar. Por esta razón, las casas de apuestas, como tales, no han triunfado en este país. Los que han triunfado son los nuevos locales de ocio a los que ir con un grupo de amigos a

pasar la tarde. Lo que ha triunfado es el jugador social (Beckert y Lutter, 2013; Garvía, 2008). Aunque la investigación de Garvía se centra en la lotería tradicional, estos testimonios nos demuestran que sus resultados se pueden extrapolar a cualquier área del juego. El hecho de jugar en compañía se debe sobre todo a dos factores. Por un lado, siguiendo con la tesis de Garvía (2008), para compartir gastos. Poder hacer apuestas entre varias personas reduce las posibilidades de perder una cantidad importante de dinero. Por otro lado, aunque en los últimos años se ha normalizado, el juego sigue estando mal visto y jugar en compañía le resta importancia y responsabilidad al hecho de hacerlo. El acto de jugar no es tan malo si tu grupo de pares lo realiza. Por lo tanto, podemos decir que jugar con amigos implica tanto compartir gastos como compartir responsabilidades.

Pese a seguir estando estigmatizado, existe una tendencia social a minimizar los riesgos del juego frente a otros consumos, como puede ser el alcohol o el tabaco (Mejías, 2020). Todo esto favorece la expansión de esta industria, de forma que, en el momento en el que la oferta y la diversidad de modos de jugar aumentan, los jugadores responden positivamente. Estos jóvenes, han encontrado en los salones de juego un espacio nuevo que proporciona placer, disfrute y entretenimiento (Csikszentmihalyi, 1990), unido a la posibilidad, siempre secundaria, de ganar dinero.

En el imaginario del nuevo jugador, la posibilidad de ganancia es totalmente secundaria. Dostoyevski habla de dos clases de juego: *Uno para caballeros y otro para plebeyos. Un caballero hace una apuesta solo por jugar, solo por divertirse, solo por observar el proceso de la ganancia o la pérdida; pero de ningún modo puede mostrar interés en la ganancia misma. Es el plebeyo el que juega por el deseo de ganar* (Dostoyevski, 2018:31). Los nuevos jugadores son los viejos caballeros del juego; el placer y el disfrute está en jugar, no en ganar (Le Menestrel, 2001; Marfels, 2001).

Aunque el objetivo no sea ganar dinero, tampoco lo es perderlo. De hecho, muy pocos jugadores han admitido haber perdido dinero con las apuestas: el dinero se gasta en el juego, no se pierde. Como una actividad de ocio más, de la misma forma que ir al cine o salir a cenar con los amigos, las pérdidas-gasto de dinero en el juego se conciben como una inversión en entretenimiento (Cotte, 1997) o se desprecian como simple eliminación de “chatarra”. Los peligros de esta normalización del juego son evidentes. El juego, pese a hacerse pasar por una actividad de ocio y entretenimiento más, no lo es. Pese a que los jugadores admiten que lo

normal es apostar pequeñas cantidades de dinero, la chatarra, el objetivo principal es recuperar la inversión. Por mucha diversión y entretenimiento que sea capaz de ofrecer las apuestas, y por muy pequeña que sea la cantidad apostada, ningún jugador apostaría sabiendo con seguridad que va a perder su inversión. Se apuesta con la esperanza de multiplicar la inversión inicial. En el momento en el que el juego le niega la posibilidad de ganar aparece la frustración, y la frustración unida con las segundas oportunidades del juego, transforma la pérdida en nuevas oportunidades para recuperar la inversión.

La integración de las apuestas en el nuevo modelo de ocio ha dado lugar a la aparición de un jugador débil sobre el cual se proyectan todos los elementos negativos que caracterizan a la industria del juego. Los nuevos jugadores proyectan el descontrol propio del mundo de las apuestas sobre el resto de jugadores, que sitúan fuera de su círculo de amistad, un tipo de jugador definido como *jugador fantasma*, carente de nombre propio y convertido en arquetipo típico-ideal.

## CONCLUSIONES

Son todas estas características las que dificultan enormemente frenar un negocio que se encuentra en pleno crecimiento. Por mucho que las comunidades de vecinos protesten contra lo que consideran la heroína del siglo XXI, la naturalidad con la que la población joven ha normalizado el mundo de las apuestas, unido a la gran accesibilidad y la poca inversión que se necesita para empezar a participar, difumina el riesgo real que hay detrás de este negocio. Y si a estos elementos le sumamos la posibilidad de ganar dinero, el éxito está asegurado. Es imposible luchar contra un enemigo que no se muestra como tal.

El modelo de ocio imperante, centrado en un consumo banal e innecesario, se retroalimenta con una publicidad basada en campañas que venden constantemente la imagen de jugador-triunfador, de jugador-ganador.

Cualquier intento de subvertir esta realidad exige hacer visible y “poner cara” al jugador real que se encuentra enviciado y atrapado en un círculo del que no siempre se puede salir, mostrar el verdadero rostro del jugador fantasma, ese jugador del que todos hablan y al que todos rechazan porque en él nadie es capaz de reconocerse.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Madrid: FCE.
- Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (2003). *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós.
- Becker, J; Lutter, M. (2012). “Why the poor play the lottery: Sociological approaches to explaining class-based lottery play”. *Sociology*, 47(6) 1152-1170.
- Bekert, J; Lutter M. (2009). “The inequality of fair play. Lottery gambling and social stratification in Germany”. *European Sociological Review* 25: 475-88.
- Binde, P. (2009). *Gambling motivation and involvement. A review of social science research*. Stocholm: Sweden National Institute of Public Health.
- Brosowski, T; Meyer, G; Hayer, T. (2012). “Analyses of multiple types of online gambling within one provider: an extended evaluation framework of actual online gambling behavior”. *International Gambling Studies*, 12. 405-419.
- Cheueng, N. (2016). “Social Strain, Self-Control, and Juvenile Gambling Pathology: Evidence from Chinese Adolescent”. *Youth and Society*, 48. 77-100.
- Cotte, J. (1997). “Chances, trances, and lots of slots: Gambling motives and consumption experiences”. *Journal of Leisure Research*, Vol.29, N°4, pp.380-406
- Cotte, J. (1997). “Chances, trances, and lots of slots: Gambling motives and consumption experiences”. *Journal of Leisure Research*, Vol.29, N°4, pp.380-406
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York. Harper Collins
- Denzin, N.K. (1970). *Sociological Methods: a source book*. Chicago. Aldine P. Cia.
- Devereux, E. (1980). *Gambling and the Social Structure: A Sociological Study of Lotteries and Horseracing in Contemporary America*. New York: Arno Press.
- Díez, L.; Díez Carpintero, D. (2020). *¡Jugad, jugad, malditos! La epidemia del juego en España: ludópatas y capos del azar*. Madrid. Akal.
- Dostoyevski, F. (2018). *El jugador*. Madrid: Alianza Editorial
- Friedman M., Savage L. (1948) “The utility analysis of choises involving risk”. *Journal of Political Economy*: 279-304.
- Gainsbury, S; Russell, A; Wood, R; Hing, N; Blaszcznski, A. (2015). “How risky is Internet gambling? A comparison of subgroups of Internet gamblers based on problem gambling status”. *New media and society*, 17. 861-879.

- Garvía, R. (2007). "Syndication, Institutionalization, and Lottery Play". *American Journal of Sociology*. Vol. 113, N°3 pp.603-652.
- Garvía, R. (2008). *Loterías. Un estudio desde la nueva sociología económica*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas
- Goffman, E. (1961). *Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Griffiths, M.; Delfabbro, P. (2001). "The biopsychosocial approach to gambling: Contextual factors in research and clinical interventions". *Department of Psychology, University of Adelaide*.
- Guillén, M; Garvía, R; Santana, A. (2012). "Embedded Play: Economic and Social Motivations for Sharing Lottery Tickets". *European Sociological Review*. Vol. 23 N° 3, pp. 344-354
- Le Menestrel M. (2001) "A process approach to the utility of gambling". *Theory and decision*: 249-261.
- Livernois, JR. (1987). "The redistributive effects of lotteries- evidence from Canada". *Public Finance Quarterly* 15: 339-51.
- Marfels, C. (2001). "Is gambling rational? The utility aspect of gambling". *Gaming law review*.
- Martuccelli, D. y Santiago, J. (2017). *El desafío sociológico hoy. Individuo y retos sociales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Mejías, I. (2020). "Jóvenes, juegos de azar y apuestas. Una aproximación cualitativa". *Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, FAD*
- Riley, B; Oakes, J. (2015). "Problem gambling among a group of male prisoners: Lifetime prevalence and association with incarceration". *Australian and New Zealand Journal of Criminology* 48. 73-81.
- Tec, N. (1964). *Gambling in Sweden*. Totowa: Bedminster Press.
- Vacchiano, M., Reyes, C. (2017). "Reflexiones sobre los juegos de azar en la sociedad contemporánea: hacia una bibliografía del riesgo". *Athenea Digital*, 17. 79-94
- Valles Martínez, M. (2009). *Entrevistas cualitativas. Cuadernos Metodológicos*. Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas
- Weber, M. (2012). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Madrid. Alianza.