

## APUESTAS ONLINE. JÓVENES, CONTEXTOS, RIESGOS Y ADICCIÓN

### RESUMEN

**Estudio elaborado por Episteme. Investigación e intervención social.**

Con el apoyo de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas. Subvención concedida en la Resolución de fecha 22 de agosto de 2018, de la Secretaría de Estado de Servicios Sociales, a través de la convocatoria de concesión de ayudas económicas a entidades privadas sin fines de lucro y de ámbito estatal, con cargo al Fondo de Bienes decomisados por tráfico ilícito de drogas y otros delitos relacionados, en aplicación de la Ley 17/2003, de 29 de mayo, para la realización de programas supra-comunitarios sobre drogodependencias en el año 2018.

En los dos últimos años las apuestas deportivas han irrumpido con notable tensión en el seno de la sociedad española, convirtiéndose en una preocupación para amplios sectores sociales y profesionales porque temen que las ludopatías sean más prevalentes. Dos elementos han despertado una inusitada atención. El primero, a tenor de la apertura de salones de juego, algunas asociaciones de vecinos han articulado acciones reactivas, cuando no beligerantes, contra su actividad. El segundo, la publicidad de las casas de apuestas, casi en régimen de monopolio durante la retransmisión de partidos de fútbol y básquet, ha provocado airadas críticas contra tanta preponderancia. Algunas voces no dudan en señalar que estamos en la antesala de un nuevo ciclo de problemas, e incluso, consideran las apuestas como la heroína del siglo XXI. Este paralelismo es erróneo porque la naturaleza de ambos fenómenos es incomparable. Y, en el hipotético caso que aumenten las ludopatías, España dispone de una excelente red asistencial que permitiría tratarlas de manera rápida, sensata y profesional. Una situación diametralmente opuesta a la de los ochenta cuando nuestro país tuvo que enfrentarse a las adicciones sin red asistencial ni profesionales preparados.

El objetivo del estudio «Apuestas online. Jóvenes, contextos, riesgos y adicción» es ofrecer un análisis amplio, de alcance sociocultural, sobre el fenómeno de las apuestas deportivas en España. La finalidad última es conocer las implicaciones psicosociales para proponer estrategias y recomendaciones preventivas. Los fundamentos ontológicos y epistemológicos empleados para alcanzar los objetivos del estudio yacen sobre las corrientes comprensivas de las ciencias sociales. Nos ha sido posible alcanzar

los objetivos gracias a la articulación de tres técnicas cualitativas: la entrevista individual, el análisis documental y, sobre todo, la etnografía virtual porque la red es el punto de encuentro de la comunidad apostadora. El análisis del discurso nos muestra que el fenómeno de las apuestas se construye y conceptualiza a partir de tres discursos: el problematizador, el normalizador y el estratégico.

La historia nos enseña que las apuestas han acompañado a la humanidad desde los albores del proceso de civilización en la antigua Mesopotamia. España, desde los tiempos de Alfonso X «el Sabio», dispone de legislaciones sobre los juegos de azar y las apuestas. El juego de pelota, los juegos tradicionales vasco-navarros, el juego de las cañas, el *turf* (carreras de caballos) o, desde 1932, la Quiniela de fútbol han servido para que los habitantes de España cruzaran traviesas. Hasta la irrupción de las casas de apuestas online la ciudadanía española solo podía apostar si «hacía la Quiniela» o si se desplazaba hasta un trinquete, hipódromo o canódromo. La digitalización ha provocado una revolución copernicana porque un día cualquiera, cualquier persona con conexión a internet y sin salir de su casa, puede certificar, por ejemplo, más de doscientas apuestas en un solo partido de tenis de tres sets. Todo gracias a las tecnologías digitales que permiten a las casas de apuestas ofrecer centenares de eventos deportivos para apostar<sup>1</sup>. La oferta de las apuestas deportivas está regida por unos parámetros psicosociales notablemente diferentes a los de antaño, y consecuentemente, el riesgo de sufrir ludopatía es más acentuado.

La gran mayoría de apostadores, socializados en la sociedad digital de consumo, son hombres menores de veinticinco años con una gran afición por el deporte. El fútbol, el básquet y el tenis son los deportes que mayores aficiones apostadoras despiertan. Las casas de apuestas tientan a los jóvenes a demostrar sus conocimientos sobre el deporte. Reto que muchos de ellos aceptan sin vacilar mientras experimentan la adrenalina que inculca la incertidumbre de ganar o perder. En consecuencia, las apuestas se han convertido en parte del ocio de miles de jóvenes españoles. Podemos dividir a los apostadores en cinco posiciones: esporádicos, recreativos, estratégicos, *traders* y ludópatas. Las mujeres apostadoras son minoría, casi en su totalidad esporádicas o recreativas, y un porcentaje nada desdeñable lo hacen al rebufo de sus parejas. Las diferencias de género en ámbito de las apuestas son acuciantes.

---

<sup>1</sup> Bet365, la casa de apuestas favorita de los apostadores españoles afirmaba en setiembre de 2019 que cada año ofrece más de 190.000 eventos deportivos, esto es una media de 520 al día.

La comunidad apostadora gira entorno a la figura del *tipster publicista*. Éste pronostica, a modo de oráculo del siglo XXI, los resultados de un evento deportivo determinado. La comunidad apostadora opera en una zona gris, aunque encontramos algunos *tipsters* meridianamente sensatos, la mayoría recurren a prácticas sin ética alguna. Los *tipsters* se convierten en un referente perverso para los jóvenes porque les ofrecen mensajes ficticios que provocan la ilusión de profesionalidad, es decir, que es posible vivir de las apuestas sin necesidad de trabajar en empleos tediosos. Además, les potencian las distorsiones cognitivas cuando les muestran un elevado nivel de vida (fajos de billetes, coches deportivos, vacaciones de lujo, etc.), que hace pensar a los apostadores que ellos también pueden alcanzarlo.

Debemos proteger a los jóvenes de la publicidad y de la oferta desaforada, pero la influencia más perversa la ejercen los *tipsters*. La figura de los *tipsters* debe regularse con el objetivo de evitar las trampas y los falsos mensajes. También debe hacerse transparente la relación que mantienen con las casas de apuestas. Actualmente, algunos *tipsters* cobran un coste por acción (CPA) de las casas de apuestas, es decir, una cantidad de dinero (entorno treinta euros) por cada cliente nuevo que se registra gracias a ellos. Y, aunque los *tipsters* lo nieguen, también mantienen contratos de *revenue share*, esto es, cobrar un porcentaje (entorno el treinta por ciento) de las pérdidas de los clientes que ellos captaron. Por tanto, es lógico pensar que comparten pronósticos erróneos para aumentar sus beneficios.

Los bonos funcionan de puerta de entrada a las apuestas porque ejercen en los jóvenes una notable influencia. La industria los ofrece con el objetivo de que «prueben gratis» la emoción de las apuestas, es decir, la primera apuesta la regala la comercializadora. Ante esta tesitura también es lógico limitar los bonos e incluso prohibirlos.

Relativo a los salones de juego, diferentes voces han alarmado de su proliferación en barrios populares, aunque estos representan un porcentaje minoritario de la oferta, mayormente digital. Los salones han provocado más conflicto en la Comunidad de Madrid y en la Región de Murcia porque la legislación de estas comunidades no limita el número de licencias. El exceso de salones es un riesgo ambiental, pero más peligrosos son los mercados online porque estos siempre permanecen abiertos y disponibles.

La industria del juego ha sabido establecer buenas sinergias, tanto con las corporaciones audiovisuales (publicidad) como con los clubes deportivos (patrocinio), que les ha permitido situarse en una posición privilegiada para colonizar el mundo del deporte. A este proceso le llamamos *gamblificación* del deporte. La *gamblificación* es un riesgo porque da a entender que apuestas y deporte se sitúan en el mismo nivel ético, en consecuencia, se banalizan los riesgos, e incluso, algunos jóvenes entienden las

apuestas como un deporte en sí. La *gamblificación* convierte el propio deporte en un factor de riesgo porque los jóvenes conocen los equipos y las dinámicas del deporte que han practicado desde la infancia. El conocimiento les dota de la seguridad necesaria para percibir que ganarán cualquier apuesta. Sin esta (falsa) sensación de control una parte importante de apostadores nunca se hubiese iniciado. En definitiva, no cabe duda que las apuestas deportivas representan un conjunto de riesgos que se ciernen sobre la juventud española.