



## LA ADICCIÓN AL JUEGO EN MENORES: UN PROBLEMA CRECIENTE

SUSANA VILLAMARÍN, AÍDA DE VICENTE  
Y SILVIA BERDULLAS

**E**n los últimos años, existe una preocupación creciente ante el incremento en el número de menores adictos a los juegos de azar y de apuestas (principalmente deportivas).

Numerosos expertos han destacado el rol de Internet y las nuevas tecnologías como facilitadores del acceso a este tipo de juegos entre los niños y los adolescentes. De forma específica, han ido surgiendo nuevos videojuegos que comienzan a incorporar elementos propios de los juegos de azar y de apuestas, una convergencia que, junto con una publicidad intensa que asocia estas actividades con el ocio y el entretenimiento, podría estar influyendo

en el desarrollo de juego problemático entre los más jóvenes, cada vez más visible y alarmante.

Dada la magnitud de esta situación, entidades como la OCU y el Defensor del Pueblo ya han emprendido medidas orientadas a su prevención, estableciendo una serie de recomendaciones que el Gobierno prevé incorporar en un Real Decreto.

En las páginas que siguen, la sección de *En Portada* realiza, en primer lugar, una breve aproximación al estado de la cuestión y, presenta, asimismo, una entrevista a **José Pedro Espada**, quien analiza en detalle el impacto y las repercusiones de esta problemática, así como las acciones que se pueden emprender desde la Psicología para su abordaje.

## LA IMPORTANCIA DE PREVENIR EL RIESGO DE ADICCIÓN AL JUEGO EN LOS MENORES

### REDACCIÓN DE INFOCOP

Desde que en 2011, entrara en vigor la Ley de Ordenación de Juego (*Ley 13/2011, de 28 de mayo*) y se autorizase el juego online, los juegos de azar han crecido a un ritmo sin precedentes en los últimos años, convirtiéndose en una actividad cada vez más popular (Sánchez, Herrador, Aleixandre y Bueno, 2016): según datos de la Dirección General de Ordenación del Juego, los tipos de juegos más habituales entre la población son las apuestas deportivas (64,9%), seguido de los juegos de cartas con dinero (17,2%) y de los videojuegos (15,9%) (DGOJ, 2017).

La elevada disponibilidad y accesibilidad a los juegos de azar y de apuestas ha causado preocupación pública en torno al posible aumento de los problemas relacionados con los mismos entre los más jóvenes (González-Roz, Fernández-Hermida, Weidberg, Martínez-Loredo, y Secades-Villa, 2016), preocupación avalada por datos recientes, que indican una implicación cada vez mayor entre los adolescentes en diversos juegos de azar (pese a estar prohibidos a menores de 18 años) (DGOJ, 2017; Caselles, Cabrera y Lloret, 2018; CAC, 2019).

A este respecto, la evidencia señala que el inicio temprano en los juegos de azar incrementa notablemente el riesgo de tener problemas de adicción al juego (Sánchez y col., 2016) y que existe una relación directamente proporcional entre la edad y la gravedad del problema (Rahman, 2012).

En este contexto, en los últimos tiempos se ha puesto de relieve el papel de Internet y las nuevas tecnologías, cuyos avances están provocando que los juegos de azar evolucionen y se adapten (McBride y Deverensky, 2017), apelando a las habilidades tecnológicas de los jóvenes, al buscar la convergencia entre los juegos de habilidad y los de azar (Griffiths, 2018).

De este modo, las prácticas y oportunidades de juego han evolucionado hasta el punto en que están ampliamente disponibles y se consideran una forma de entretenimiento socialmente aceptable (Floros, 2018), derivando en una mayor presencia de juegos de azar online -y características similares a los mismos-, así como en un aumento de la

promoción de videojuegos a través de móviles, aplicaciones y redes sociales (Abarbanel, Gainsbury, King, Hing, y Delfabbro, 2017).

Especialmente relevante es el rol que se está confiriendo a los videojuegos, una forma común de entretenimiento en la sociedad actual (Drummond y Sauer, 2018), que, en nuestro país, constituye la primera opción de ocio audiovisual, principalmente entre niños y adolescentes (de 6 a 11 años), quienes suelen dedicar una parte importante de su tiempo a jugar con ellos (Marco y Chóliz, 2014; AEVI, 2018), frecuentemente a través de Internet (Jacques y col., 2016; FAD, 2018).

Existe una preocupación creciente de que la popularidad de la tecnología digi-

tal en las actividades de ocio y entretenimiento, y la cada vez mayor, falta de definición de límites entre algunos tipos de juegos de azar y videojuegos, pueden contribuir a su normalización, considerándolos actividades adecuadas y aceptables, e induciendo a algunos niños y jóvenes a desarrollar un interés en los juegos de azar y de apuestas a una edad temprana (Griffiths y Parke, 2010; Sánchez y col., 2016; Molde y col., 2018).

Los diversos estudios alertan de una mayor dificultad para distinguir entre ambos, dado que cada vez es más frecuente encontrarse con juegos electrónicos muy interactivos o videojuegos que incorporan apuestas monetarias, y juegos de azar que adoptan características de los videojuegos, creándose juegos “híbridos” de ambas categorías (King, Gainsbury, Delfabbro, Hing y Abarbanel, 2015; Teichert, Gainsbury y Mühlback, 2017; Dickins y Thomas, 2016; King y Delfabbro, 2016; King, 2018), mediado por su uso a través de redes sociales (Kim, Wohl, Salmon, Gupta, y Derevensky, 2014).

Para hablar de esta convergencia, en inglés se cuenta con dos términos diferenciados: *Gambling*, para referirse a juegos de apuestas monetarias, cuyos resultados están predominantemente determinados por el azar y características de monetización que implican riesgo y pago para el jugador, y *Gaming*, para definir los juegos sin apuestas, basados principalmente en habilidades e indicadores contextuales de progresión y éxito (Carbonell, 2014; King y col., 2015). Dado que en español no contamos con estos términos, hablaremos de juegos de azar y de apuestas para hacer mención a los primeros, y juego online, con los videojuegos de forma principal, para referirnos a los segundos.

Tal y como describen McBride y Devereensky (2017), los juegos de azar y los videojuegos representan dos actividades de ocio en las que participan niños y adolescentes. Ambas actividades operan según los principios de refuerzo, para recompensar y prolongar el juego, utilizando efectos de sonido y luz estimulantes dentro del mismo. Por

ende, las dos tienen efectos negativos similares, asociados con el juego excesivo (bajo rendimiento académico, mal humor, pérdida de interés en actividades que antes disfrutaban y conflictos interpersonales).

Por tanto, la aparición de estos nuevos modelos de videojuego que incorporan juegos de azar y de apuestas, suponen un mayor riesgo para los menores (King, 2018): los niños y adolescentes que frecuentemente juegan a este tipo de videojuegos, pueden comenzar a creer que las actividades de juego se rigen bajo la premisa de que “*las habilidades y prácticas específicas son responsables del éxito, y que su pericia adquirida pueden influir en el resultado de un juego de azar*” (McBride y Derevensky, 2017).

Estos videojuegos ofrecen, entre sus servicios, opciones de compra (generalmente pequeñas) conocidas como “microtransacciones”, que permiten obtener premios o contenido adicional para jugar -como elementos virtuales, trajes/máscaras, monedas o niveles- (un ejemplo de ello son el Candy Crush, el Fortnite o el FIFA). Una innovación reciente son las “*loot boxes*” o “cajas botín”, un sistema de recompensa integrado dentro del juego, que se puede comprar con dinero real, para obtener una selección -aparentemente- aleatoria de artículos virtuales (King, 2018).

Numerosas investigaciones señalan que las “cajas botín” comparten características psicológicas y estructurales con el juego de azar, por lo que recomiendan su regulación para evitar el riesgo de desarrollar un problema de juego (Blaszczynski y Nower, 2002; Uk Gambling Commission, 2018; Drummond y Sauer, 2018; Griffiths, 2018; Belgium Gaming Commission, 2018; Zendle y Cairns, 2019). En esta misma línea, el

Instituto de la Mente Infantil advierte del fuerte atractivo que tienen estas recompensas sorpresa para los niños, aduciendo que la emoción de encontrar un cofre y la posibilidad de lo que podría haber dentro “*es una estrategia que refuerza el deseo de una persona de seguir jugando y obtener recompensas*” (ver: [http://www.infocop.es/view\\_article.asp?id=7688&cat=50](http://www.infocop.es/view_article.asp?id=7688&cat=50)).

Otro fenómeno que ha cobrado cada vez más relevancia en los videojuegos, son los juegos competitivos o eSports, que introducen la posibilidad de apostar por jugadores que aparecen en las competiciones. Una base de investigación emergente relaciona la participación de los jóvenes en los juegos de deportes simulados con el comportamiento problemático de juego entre la población adolescente (Marchica, Zhao, Derevensky e Ivoska, 2017; Marchica y Derevensky, 2016; Martin, Nelson y Gallucci, 2017; Caselles y col, 2018).

La magnitud de la problemática ya ha sido manifestada por un grupo internacional de organismos reguladores europeos, entre ellos, la Dirección General de Ordenación del Juego en España -máximo organismo regulador del juego a nivel español-, a través de una declaración conjunta en la que expresan su inquietud “*ante los riesgos que plantea la falta de definición entre el juego de azar y otras formas de entretenimiento digital, como los videojuegos*” (Gambling Commission, 2018).

Su argumentación se cimenta en los múltiples estudios emergentes que evidencian que la exposición a la participación previa en juegos de azar simulados -con dinero ficticio y real- es un predictor significativo del juego problemático, principalmente, entre los jóvenes

(McBride y Derevensky, 2012; Griffiths y Parke, 2010; Kim y col., 2014; King, Delfabbro, Kaptsis y Zwaans, 2014; Molde y col., 2018).

Bajo este prisma, algunos de los principales factores personales que contribuyen a que niños y adolescentes se inicien en los juegos de azar y apuestas son, de acuerdo con los expertos: una mayor preferencia por apuestas que requieran algún tipo de estrategia -junto con la creencia irracional de que sus habilidades se transferirán al juego de azar-, las tendencias en la toma de decisiones, la impulsividad y la búsqueda de sensaciones, la socialización, la motivación, la satisfacción personal, los estilos de afrontamiento disfuncionales, los problemas de autorregulación, o como vía de escape ante problemas o estados de ánimo disfóricos (Delfabbro, 2004; Wilber y Potenza, 2006; Delfabbro, King, y Griffiths, 2014; Lussier, Derevensky, Gupta, y Vitaro, 2014; Caselles y col., 2018; Seay y Kraut, 2007; Buiza-Aguado, 2017; Griffiths, Davies y Chappell, 2004; Departamento de Psicología Universidad Miguel Hernández, 2016).

No podemos dejar de mencionar aquí el efecto de la publicidad en los medios de comunicación y la expansión de espacios de juego, que, de forma paralela a la aparición de nuevos modelos de videojuego, contribuyen a que niños y adolescentes consideren el juego como una actividad de ocio aceptable (Binde, 2007; St-Pierre, Walker, Derevensky y Gupta, 2014)

La publicidad -en la medida en que incita a iniciarse en el juego-, puede constituir un riesgo notable para los menores que reciben el impacto de estos mensajes comerciales y disponen de fácil acceso a las plataformas de juego online (Buil, Solé Moratilla y

# INFOCOP

NÚMERO 86. 2019  
Julio - Septiembre

#### Edita

Consejo General de la  
Psicología de España.  
C/ Conde de Peñalver, 45 - 3ª Planta  
Tels.: 91 444 90 20  
Fax: 91 309 56 15  
28006 Madrid - España.  
E-mail: [infocop@cop.es](mailto:infocop@cop.es)

#### Director

José Ramón Fernández Hermida.

#### Jefe de Redacción

Silvia Berdullas.

#### Redacción

Aída de Vicente.  
Cristina Castilla.  
Susana Villamarín.

#### Diseño y maquetación

Cristina García y Juan Antonio Pez.

#### Administración y publicidad

Arantxa Sánchez y Silvia Berdullas.

#### Impresión

Huna Comunicación  
Avda. Montes de Oca, 7 Portal 6  
28703 S.S. de los Reyes - Madrid.

M-12764-2004 • ISSN 1138-364X

De este número 86 de Infocop se han editado 71.100 ejemplares.

Este ejemplar se distribuye gratuitamente a todos los colegiados pertenecientes a los diversos Colegios que forman parte del Consejo General de la Psicología de España.

**Los editores no se hacen responsables de las opiniones vertidas en los artículos publicados.**

# INFOCOP

se puede leer en la página WEB  
<http://www.infocop.es>

García Ruiz, 2015). A modo de ejemplo, datos de un estudio del Departamento de Psicología de la Salud de la Universidad Miguel Hernández (2016), indican que la presencia mediática de las apuestas deportivas se relaciona directamente con la frecuencia de juego en los adolescentes.

El papel que está adquiriendo la difusión en los medios de comunicación no es nada desdeñable: la OCU (2018) advierte de un aumento, entre 2013 y 2017, en la emisión de anuncios de juego online, pasando de 128.000 a 2,7 millones en este período de tiempo. Asimismo, datos del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, indican que el 45,3% de los anuncios de tipología de juegos y apuestas online suelen emitirse en diez de las televisiones estatales, durante el horario protegido para los menores, siendo una de las técnicas más frecuentemente utilizadas, el uso de personajes famosos o ídolos entre los más jóvenes (CAC, 2019).

Atendiendo a todo lo anterior, y considerando la especial vulnerabilidad de los niños y adolescentes a los problemas de adicción, es prioritario emprender medidas para prevenir y evitar su exposición a los juegos de azar y de apuestas (Chóliz y Lamas, 2017; OCU, 2019).

Las intervenciones preventivas deberían orientarse hacia estrategias de ocio responsable y saludable, de cara a evitar la identificación de los juegos de azar como una actividad de entretenimiento de bajo riesgo (Grande-Gosende, Martínez-Loredo y Fernández-Hermida, 2019).

Dado que las actitudes familiares hacia el juego y los modelos parentales son factores contextuales fundamentales, los estudios recomiendan que la prevención llegue también a los padres y madres (Lee, Stuart, Ialongo y Mar-

tins, 2014; Departamento de Psicología de la Salud de la Universidad Miguel Hernández, 2016).

En pro de estos objetivos, en los últimos meses se han llevado a cabo en nuestro país distintas acciones tanto a nivel parlamentario, como por parte de diversas entidades:

A nivel legislativo, la Comisión Mixta para el Estudio del Problema de las Drogas aprobó a finales de 2017, una Proposición No de Ley, para establecer una serie de medidas orientadas a prevenir la adicción a los juegos y apuestas online, definiendo ésta como un problema de salud pública y solicitando intensificar la legislación actual, otorgándole un carácter mucho más preventivo. Entre las modificaciones normativas señaladas como prioritarias, se encuentra la regulación de la publicidad relacionada con las actividades de juegos de azar y de apuestas, en aras de proteger a los menores de las difusiones comerciales del juego online, así como la realización de campañas de sensibilización y prevención de conductas adictivas y juego compulsivo, dirigidas tanto a niños y adolescentes como a las familias (ver: <http://www.infocoponline.es/pdf/DSCG-12-CM-71.pdf>).

Esta misma petición, fue realizada en julio de 2018, por FACUA-Consumidores en Acción a la Dirección General de Ordenación del Juego, alegando que la promoción de esta actividad puede conllevar un grave riesgo para la población, especialmente en colectivos vulnerables como niños y adolescentes, al producir un alza en los casos de adicción al juego.

De igual modo, el nuevo Plan de Acción sobre Adicciones 2018-2020, aprobado por la Conferencia sectorial sobre Drogas, ya incorpora como prioridad el juego patológico, prestando especial atención a los menores de edad y a su protección frente a este problema, a

través de medidas normativas relacionadas con la accesibilidad y publicidad, y programas de prevención de adicciones sin sustancia, para su aplicación en los ámbitos escolar, comunitario, sanitario y familiar (ver: <http://www.infocoponline.es/pdf/PLANADICCIONES.pdf>).

Por su parte, en mayo de 2019, el Defensor del pueblo estableció, en el marco de una actuación de oficio abierta, una serie de recomendaciones dirigidas al Gobierno, para implementar medidas eficaces e inmediatas frente a esta situación, alertando del peligro que puede suponer para la población en general y, especialmente, para los jóvenes en particular, la proliferación de casas de apuestas, así como la intensa publicidad que se hace de los juegos de azar y de apuestas, equiparando las características de la adicción al juego con las del consumo del tabaco u otras drogas (ver: [http://www.infocop.es/view\\_article.asp?id=7880](http://www.infocop.es/view_article.asp?id=7880)).

Fruto de estas acciones, y valorando la necesidad de emprender medidas urgentes, el Gobierno ha anunciado recientemente la intención de mejorar la redacción del Real Decreto de comunicaciones comerciales de las actividades del juego y juego responsable, en consideración a todo lo recomendado por la Institución (ver pág. 48).

Para hablarnos en detalle sobre todo lo anterior y conocer su opinión sobre el estado de la cuestión, *Infocop* entrevista a continuación a **José Pedro Espada**, Catedrático de Psicología en la Universidad Miguel Hernández, y director del Grupo de Investigación AITANA.

Las referencias bibliográficas de este artículo se encuentran disponibles a través del siguiente enlace:

[www.infocoponline.es/pdf/REFERENCIAS-ADICCIONES.pdf](http://www.infocoponline.es/pdf/REFERENCIAS-ADICCIONES.pdf)