

Capítulo primero

Loterías, institucionalización y el juego en compañía

Roberto Garvía

El juego de la lotería supone un reto para la teoría económica clásica¹. Dado que los billetes de lotería son bienes económicos con valor esperado negativo, es difícil explicar por qué agentes económicos que buscan maximizar su riqueza juegan a la lotería. Los economistas clásicos resolvieron esta cuestión reconociendo que, llegada la hora de decidir si jugar o no, las personas pueden engañarse a sí mismas y actuar de manera irracional. Así, sir William Petty consideraba a los jugadores de la lotería “tontos autocomplacientes; hombres que tienen una buena opinión de su propia suerte o que han creído las palabras de algún adivino o astrólogo”. De la misma manera, Jean-Baptiste Say consideraba que el impulso a jugar a la lotería podría ser tan irresistible que podía conducir al crimen y el suicidio (Duval, 1854, p. 107), al tanto que Adam Smith ([1776] 1952, p. 44) pensaba que el consumo de lotería era el resultado de un proceso de auto-engaño a la hora de calcular las probabilidades de obtener un premio².

Otros economistas menos dispuestos a aceptar el comportamiento irracional como factor explicativo han avanzado dos tipos de explicaciones, ambas consistentes en añadir premisas auxiliares *post hoc* a sus modelos para explicar el éxito de las loterías. La primera estrategia, y más conservadora, consiste en preservar el axioma de la maximización de la riqueza pero incorporando una variable que transforme la curva marginalmente decreciente de la función de utilidad de la riqueza en otra marginalmente creciente en un intervalo determinado, en el cual las personas dejan de ser aversas al riesgo y optan por comprar lotería (Friedman y Savage, 1948; Markowitz, 1952; Ng, 1965; McCaffery, 1994). Esta alternativa explicativa no ha tenido mucho éxito debido a la falta de consenso sobre la diversidad de variables que han sido propuestas para producir funciones no lineales en la función de utilidad de la riqueza

¹ Este trabajo es una traducción del artículo “Syndication, Institutionalization, and Lottery Play,” publicado originalmente en el *American Journal of Sociology*, 113 (3), pp. 603-652. Agradezco a Cristina Flesher Fominaya su excelente trabajo de traducción. Igualmente, agradezco a University of Chicago Press su permiso para reproducir aquí este artículo.

² La cita de William Petty procede de su *Treatise on Taxes and Contributions*, Londres, 1662, disponible en <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/petty>.

(por ejemplo, bienes indivisibles, efectos temporales, costes de transacción, imperfecciones del mercado, tasas de interés, o preferencias temporales; véase Flemming, 1969; Hakansson, 1970; Kim, 1973; Applebaum y Katz, 1981; Eden, 1980; Dobbs, 1988; Hartley y Farrell, 2002; para un repaso comprensivo de la teoría de la utilidad esperada, véase Schoemaker, 1982). La segunda estrategia consiste en restar importancia al axioma de la maximización de la riqueza y en añadir otro parámetro no relacionado con ella. Así, se sugiere que aquellos que juegan a la lotería lo hacen por el placer que les procura participar en el juego (Conlisk, 1993; Walker, 1998; Simon, 1998). Esta segunda estrategia explicativa ha sido recibida con gran escepticismo entre los economistas ortodoxos. Decir que es irracional jugar a la lotería porque la utilidad que se extrae del placer de jugar es mayor que la pérdida de utilidad que implica participar en una lotería injusta implica convertir la teoría de utilidad en una proposición circular, imposible de falsificar e inútil, salvo que se proporcione una medida ex ante de la utilidad del placer de jugar (Hartley y Farrell, 2002, pp. 614-615). En resumen, ambas estrategias explicativas generan preguntas difíciles de contestar a partir de los supuestos neoclásicos del interés propio, la racionalidad, y la maximización de utilidad (Eadington, 1988; Fenema y Wakker, 1994).

Pero por muy irracional que pueda parecer a los teóricos economistas, y no obstante las importantes diferencias en tasas de participación entre países, las loterías son muy populares. Así, en Alemania el 40% de los adultos juega a la lotería de vez en cuando y el 22% lo hace regularmente. En los Estados Unidos el 55% de los ciudadanos que viven en estados con loterías públicas juegan a la lotería regularmente, y en los estados en que no hay loterías públicas, este porcentaje alcanza un 27%, al tanto que en el Reino Unido, el 41% de los adultos juega regularmente, mientras que el 67% juega de vez en cuando. En España las tasas de participación son todavía más altas: el 57% de los adultos juega regularmente y el 70% juega de vez en cuando. En 1999, en términos del producto interior bruto, las ventas de lotería alcanzaban el 0,27% en Alemania, 0,43% en los Estados Unidos, 0,65% en el Reino Unido, y un nada despreciable de 1,68% en España³.

Dada la envergadura social y la importancia económica del juego de la lotería, es sorprendente que los sociólogos no le hayan prestado mucha atención. Más sorprendente es quizá que las explicaciones que tanto los sociólogos contemporáneos como

³ Para datos sobre participación véase Beckert y Lutter (2007), Clotfelter, Cook, *et alii*, (1999, p. 12), National Lottery Commission (2003), y la encuesta española EuroNet 2005. Los datos sobre participación procedentes de EuroNet 2005 son muy parecidos a los de las encuestas 2361 y 2372 del CIS. Para información sobre ventas de lotería véase www.naspl.org/9900sale.htm, Creigh-Tyte y Farrell (2003, p. 197), *Anuario El País*, 2001, p. 328, y Garret (2001).

los clásicos han ofrecido son muy semejantes a las de los economistas. Así, los clásicos de la sociología también consideraron el juego de la lotería como algo irracional. Pareto ([1920] 1980, p. 123), por ejemplo, se refirió a la lotería para ilustrar la categoría de acciones no racionales o “residuos”. Simmel (1990, pp. 260-262) señaló que los grandes premios podían inducir a las personas a asumir riesgos que iban más allá de toda lógica. Por su parte Marx, comentando la lotería de los lingotes de oro de Luis Napoleón, se refirió a las loterías públicas como un ingenioso instrumento de dominación del estado capitalista diseñado para engañar al proletariado con la ilusión de que, al margen de la acción revolucionaria, existía otra forma más sencilla y menos arriesgada de salir de la pobreza⁴. Por su parte, la teorías sociológicas funcionalistas o marxistas han desarrollado (en palabras de Cornish, 1978) una “teoría general” del consumo de lotería que se asemeja mucho a las explicaciones sociológicas clásicas. Esta teoría general entiende el juego de la lotería como una respuesta realista, aunque no del todo racional, a situaciones de privación, o como una manera de superar barreras de movilidad (Devereux [1949] 1980; Blanche, 1950; Bloch, 1951; Tec, 1964; Kallick-Kaufmann y Reuter, 1979; Downes *et alii*, 1976; Murrell, 1979; Frey, 1984; King, 1985; Vance, 1989; Nibert, 2000). Así, según Devereaux, uno de los funcionalistas más destacados, “la lotería representa una forma de escapar del «sistema cerrado» del trabajo y el ahorro, una especie de «válvula de seguridad» a través de la cual los deseos reprimidos pugnan por salir”, y que permite la canalización de “las demandas potencialmente disruptivas [y así] el fortalecimiento de la organización de la personalidad” (Devereux [1949] 1980, pp. 191 y 781). Desde una perspectiva marxista, la lotería representa una solución recaudatoria en tiempos de crisis fiscal del estado, al tanto que representa “una válvula de escape, al reconducir la angustia y la frustración personales hacia una actividad que beneficia al sistema” (Nibert, 2000, p. 95, véase también Peppard, 1987).

Aún cuando los sociólogos contemporáneos caracterizan el consumo de lotería como una opción comprensible, sus explicaciones todavía retienen los sesgos desconcertantes propios de los economistas y los sociólogos clásicos. Si bien el consumo de lotería puede mitigar las frustraciones personales, esta no puede ser una explicación, dado que existen otras alternativas más racionales como las actividades recreativas o la acción política. Cuando las personas eligen el consumo de un bien económico con valor esperado negativo en lugar de estas alternativas más racionales, el consumo de

⁴ Véase Marx (1963, pp. 84-85). De hecho, si hemos de creer a Gramsci ([1949] 1974), Marx tomó la expresión “opio del pueblo” de Balzac, quien estaba fascinado por el efecto hipnotizador que producía la lotería entre los miembros menos afortunados de la sociedad. Sobre la lotería de los lingotes de oro de Napoleón, véase Gentry (1964, pp. 70-73).

lotería retiene un carácter irracional (Devereux [1949] 1980, p. 954), fruto del poder desconcertante de los billetes para anular el juicio (Vance, 1982, p. 252). En resumen, tanto los funcionalistas como los sociólogos de orientación marxista entienden que el consumo de lotería es irracional, aunque su concepción no instrumental de la conducta humana y su disposición a tener en cuenta las necesidades de los jugadores y su posición social les permite intentar racionalizar esta conducta.

Aunque las teorías de la frustración y la desesperación pueden servir para explicar los niveles más altos de consumo de lotería entre los relativamente pobres, no explican la popularidad del consumo de lotería entre las otras clases sociales. Es por esto que se han propuesto varios factores para explicar tanto las diferencias de clase en el consumo de lotería como su popularidad, como los sesgos cognitivos, las creencias erróneas (tales como la ilusión de control, entre otras falacias específicas de los jugadores), subculturas de clase y motivos recreativos⁵. Lo que queda entonces, es una multiplicidad de explicaciones del consumo de lotería, que, como resultado queda como “un fenómeno sobredeterminado por un conjunto de teorías infra determinativas” (McCaffery, 1994, p. 97).

Ahora bien, aún cuando tienen en cuenta la posición social de los jugadores, así como sus necesidades económicas y expresivas (Cornish, 1978), las explicaciones sociológicas del consumo de lotería comparten con las económicas una concepción individualista o atomista de la conducta humana en tanto que entienden el consumo de lotería como un ajuste individual a condiciones o circunstancias difíciles y socialmente inducidas. Tradicionalmente, la investigación sociológica no se ha centrado en el juego, sino en los jugadores (a los que entiende como la suma de sus características sociodemográficas), y en sus decisiones, orientadas a satisfacer sus necesidades o “estados internos” que supuestamente corresponden con aquellas características, y según un modelo de privación-compensación (Adams, 1996, p. 70; véase también Cornish, 1978, p. 120 y McMillen, 1996). Y, aunque la estructura social en forma de las relaciones sociales ha sido mencionada como una variable que debería ser incorporada a las explicaciones del consumo de lotería, en general también se ha desestimado como factor relevante. Esto contrasta con la línea de investigación antropológica sobre el juego y el riesgo donde el primero ha sido interpretado

⁵ Sobre estos sesgos cognitivos véanse Edwards (1962), Kahneman y Tversky (2000), Heimer (1988), Tversky y Kahneman (2000), Rachlin, Siegel y Cross (1994), Fennema y Wakker (1994), y Wärneryd (1996). Para una discusión general sobre estas explicaciones véanse Lopes (1994) y Camerer (1995). Véase también Langer (1975), Burger y Hemans (1988), Hill y Williamson (1998), y Griffiths y Wood (1991) sobre las falacias del jugador. Sobre subculturas de clase, véase Foster (1965), Boudon 1995, Devereux ([1949] 1980, pp. 826-849), y McCall (1963). Para una discusión general sobre estas explicaciones, véanse Cornish (1978), Abt, Smith y Christiansen (1985, pp. 115-142), y Clotfelter y Cook (1991, pp. 71-90).

como un ámbito en donde las posiciones sociales y las alianzas de grupo pueden ser negociadas y representadas (por ejemplo, Geertz, 1973; Douglass, 1992; Malaby, 2003). Pero también contrasta con la investigación sociológica cualitativa sobre otros juegos de azar, como el juego en casas de apuestas, donde se considera que los lazos sociales pueden explicar en parte tanto la participación como el nivel de juego (Rosecrance, 1986; Herman, 1967; Zola, 1964).

Merecen especial atención dos excepciones notables a esta tendencia a desestimar la importancia de las relaciones sociales en el consumo de lotería. La investigación de Light (1977) sobre una lotería ilegal en los barrios marginales afroamericanos mostró que las relaciones sociales, en particular la confianza interpersonal entre los vendedores y los jugadores y el orgullo de raza de los miembros de la comunidad, eran indispensables para el éxito de esta lotería. Por su parte, Adams (1996) critica el modelo individualista de la acción social típica de gran parte de las explicaciones sociológicas, y estudia la medida en que las relaciones sociales influyen en el consumo de lotería, utilizando un modelo formal de redes sociales. Sostiene que tanto la probabilidad como el nivel de consumo aumentan si los miembros de la red social a la cual pertenece el jugador también juegan a la lotería (véase también Browne y Brown, 1994). De la misma manera, en otro artículo, Adams (2001) pone de relieve la dimensión social del consumo de lotería al hacer hincapié en la manera en que los jugadores eligen los números de sus billetes de lotería basándose en las fechas emocionalmente significativas de aquellos que forman parte de su red primaria de relaciones sociales (por ejemplo, aniversarios de boda o cumpleaños)⁶.

Siguiendo las aportaciones de Adams, se va a utilizar aquí la perspectiva teórica de las redes sociales para explicar por qué la gente juega a la lotería. Es un supuesto básico de la nueva sociología económica que la actividad económica, como cualquier otro tipo de acción social, no se lleva a cabo por individuos aislados que buscan maximizar su riqueza, sino que se desarrolla en el contexto de redes de relaciones sociales que fomentan la confianza y la cooperación, que definen las preferencias de los actores, y que eventualmente tienen un impacto sobre las decisiones y resultados económicos (Granovetter [1985] 2002; Poldony, 2001; para un resumen de esta literatura véase Guillén *et alii*, 2002). La idea que las redes sociales o patrones de interacciones repetidas entre agentes económicos puede afectar el comportamiento y los

⁶ La selección consciente de números se ha convertido en un tema de investigación importante entre economistas, ya que ha tenido un impacto sobre las ventas. Si los jugadores no eligen sus números al azar, pero concentran sus apuestas en las mismas combinaciones (los cumpleaños, por ejemplo), la probabilidad de que los premios se acumulen aumenta, y, consecuentemente, la lotería se hace más atractiva (Farrell *et alii*, 2000; Roger 2005, pp 108-125).

resultados económicos está ganando adeptos entre los economistas (por ejemplo, Jackson y Wolinsky, 1996, Kali, 1999, Rauch y Casella, 2001, Kranton y Minehart, 2001, Calvó-Armengol y Jackson, 2004; para un repaso de esta literatura, véase Rauch y Hamilton, 2001, Zuckerman, 2004, y Jackson, 2007). Dado que los miembros de las redes sociales eligen de manera estratégica sus contactos sociales con otras redes y se implican en interacciones repetidas que sirven sus intereses económicos, mejoran su posición en el mercado y refuerzan niveles de confianza interpersonal, esta literatura entiende que las redes comparten características de los mercados (Kranton y Minehart, 2001, p. 487), lo que nos ha ayudado a entender mejor cómo y cuándo los miembros de una red se pueden beneficiar a expensas de personas que no son miembros (Casella y Rauch, 2002), y las condiciones que pueden dificultar la estabilidad y la eficacia de las redes (Jackson y Wolinsky, 1996), y del mercado mismo (Kali, 1999).

A primera vista, sin embargo, ni la literatura sociológica ni la económica sobre redes sociales parece ser particularmente apropiada para explicar por qué la gente juega a la lotería. Más en concreto, la afirmación de que la economía forma parte o está inserta (*embedded*) en la vida social no implica afirmar que los agentes económicos van a comportarse necesaria o automáticamente de manera irracional y comprar bienes económicos con valor esperado negativo. En la medida en que la teoría de inclusión (*embeddedness theory*) pueda tener alguna utilidad, debe mostarnos en qué condiciones los lazos sociales, en lugar de servir para avanzar los intereses económicos de los miembros de las redes sociales, pueden basarse en una lógica no-económica, e inducir a actores racionales a comportarse de manera aparentemente irracional (para una discusión sobre el grado en que los compromisos dentro de una red social pueden inducir a sus miembros a comportarse de manera irracional, véase Sgourev and Zuckerman, 2006).

Para incorporar la teoría de las redes sociales en las explicaciones del consumo de lotería me voy a centrar en su manifestación más visible: el juego en compañía, una práctica social mediante la cual amigos, parientes o compañeros de trabajo comparan billetes de lotería. Además, para proporcionar una respuesta general a la pregunta de por qué la gente juega a la lotería y por qué los jugadores en países ricos siguen consumiendo lotería aún cuando experimentan mejoras en sus niveles de renta, ofrezco un repaso de la historia de los mercados de lotería europeos a partir del siglo XVII. Como se verá un poco más adelante, este análisis histórico mostrará que, a pesar de la implantación de medidas “morales” para limitar su consumo y mejoras en la economía, las ventas de lotería crecieron más en algunos países que en otros. Utilizo esta variación entre países para argumentar que el consumo de lotería sigue siendo más frecuente en aquellos lugares donde la práctica del juego en compañía surgió con más fuerza.

En el siguiente apartado, analizo de manera resumida el juego en compañía, una práctica común entre jugadores de lotería; hago algunas observaciones sobre los problemas de agencia relacionados con esta práctica; y ofrezco datos de encuesta que indican una correlación positiva entre el juego en compañía y los niveles de participación y consumo. En el segundo apartado, presentaré una narrativa analítica de carácter histórico y comparativo que revelará el marco institucional de los mercados europeos de lotería que, si bien limitó el desarrollo de la práctica del juego en compañía en la mayoría de países, tuvo el efecto contrario en España. Este análisis sugiere que el juego en compañía explica mejor las tasas relativamente altas de consumo de lotería en España que otras explicaciones alternativas, las cuales serán examinadas detalladamente en el tercer apartado. Finalmente, en el cuarto apartado, analizaré los cambios en las motivaciones que impulsan el juego en compañía en España, e intentaré demostrar que mientras que la emergencia del juego en compañía en el siglo XIX se puede explicar en términos económicos, esto no es el caso en su manifestación actual. Más en concreto, al excluir argumentos alternativos y con la ayuda de datos cuantitativos y cualitativos, defenderé que el juego en compañía en la España actual se puede entender mejor como una práctica social institucionalizada que una práctica impulsada por motivos económicos, y, lo que es más importante, que cuando el juego en compañía se realiza entre amigos, parientes, o compañeros de trabajo, los billetes de lotería dejan de ser activos económicos con valor esperado negativo y se convierten en símbolos que representan y refuerzan los lazos interpersonales.

Al proponer un argumento basado en la importancia de las relaciones sociales, quisiera hacer dos aportaciones. Primero, mientras que las explicaciones económicas del consumo de lotería son tautológicamente autosuficientes al sostener que las personas juegan a la lotería porque tienen una preferencia hacia ello, en este artículo se mostrará que una práctica social puede institucionalizarse de tal manera que esas preferencias, o el comportamiento por el cual se manifiestan, se fomentan. En segundo lugar, el análisis mostrará que las redes de relaciones sociales que tienen su origen en una necesidad económica pueden mantenerse en el tiempo aun cuando esa necesidad pierde urgencia, y pueden seguir teniendo un impacto real en las decisiones y los resultados económicos.

EL JUEGO EN COMPAÑÍA Y EL JUEGO INDIVIDUAL

En marzo del 2000, veintiséis empleados de American Airlines ganaron el gordo de la Powerball. Habían estado jugando en compañía durante dos años. Un grupo de seis amigos del este de Arizona habían estado comprando en compañía durante un año cuando ganaron el primer premio en enero del 2002. En septiembre del 2001, un grupo de agricultores de Indiana ganó el gordo. Habían estado jugando en

compañía en época de cosecha durante cinco años. Asimismo, veinte empleados de fábrica en Ripollet, España, sacaron el gran premio de la ONCE después de haber jugado en compañía durante diez años. Dos semanas más tarde, treinta y siete empleados de una empresa vinagrera en Torrijos, España, ganaron el mismo premio. Habían estado jugando en compañía durante nueve años. Estos son ejemplos del juego en compañía, un hábito social bastante común. En Alemania, en los Estados Unidos, y en el Reino Unido, los únicos tres países aparte de España donde existen datos sobre esta práctica, los jugadores en compañía representan en torno al 10, 12, y 18% de la población respectivamente. En España, el juego en compañía es aún más extendido: el 32% de la población comparte billetes de lotería regularmente; en Navidad este porcentaje alcanza el 73%⁷. Estos datos muestran que existe una relación positiva y monótonica entre la extensión de la práctica de compra en compañía, las tasas de participación, y las ventas de lotería.

Aunque los ejemplos anteriores sugieren que la compra en compañía se basa en relaciones sociales de larga duración, el juego en compañía queda lejos de ser un acuerdo estable tal y como esperaríamos si aplicamos la teoría de la agencia. La teoría de la agencia sirve para modelizar las relaciones contractuales entre dos actores: el principal y el agente. Existe una relación de agencia cuando el principal transfiere algunos derechos al agente, a fin de que este último pueda ofrecerle al primero los servicios que se esperan de él. Las relaciones contractuales entre agente y principal presentan dos problemas. En primer lugar, los intereses del uno y del otro no suelen coincidir, y en segundo lugar, dado que el agente tiene más información que el principal acerca de la naturaleza de los servicios que ha acordado prestar, el principal puede tener problemas a la hora de determinar si el agente se está comportando honradamente o de manera oportunista (Kiser, 1999; Petersen, 1995; Moe, 1984). En una compañía de jugadores el agente es un miembro del grupo a quien se le encomienda recaudar las apuestas, comprar los billetes, y conservarlos en un lugar seguro. Esta situación ofrece al agente muchas oportunidades para engañar a los otros miembros de la compañía de jugadores (por ejemplo, puede recaudar el dinero pero “olvidar”

⁷ Los ejemplos de compañías americanas proceden de la página web de la lotto multi-estatal (www.musl.com). Sobre las dos compañías españolas, véase *El País*, 12 de noviembre de 2003 y *El Mundo*, 25 de noviembre del 2003. Los datos sobre la extensión del juego en compañía en los Estados Unidos proceden del estudio *Gambling Impact and Behavior Study, 1997-1999*. Inter-university Consortium for Political and Social Research (ICPSR), estudio 2.778 (disponible en <http://webapp.icpsr.umich.edu>). La estimación de juego en compañía en el Reino Unido procede de Camelot, el agente de loterías británico, citado en Rogers y Webley (2001). Jens Beckert y Mark Lutter han tenido la amabilidad de proporcionarme datos procedentes de su estudio sobre consumo de lotería (Beckert y Lutter, 2007). Finalmente, los datos españoles proceden de la encuesta EuroNet 2005, que será discutida más adelante. Datos de las encuestas del CIS números 1.779 y 2.587 indican una tasa superior de juego en compañía que EuroNet 2005.

comprar los billetes, o de manera más descarada, puede comprar el billete, recoger el premio y salir corriendo). Los miembros de las compañías de jugadores de Ripollet y de Torrijos se dieron cuenta de esta posibilidad un poco tarde cuando sus agentes se negaron a compartir el premio con ellos alegando que no existía un acuerdo de compra en compañía. Para evitar el riesgo de oportunismo los jugadores pueden establecer mecanismos de control o vigilancia. Sin embargo, un sistema de vigilancia es costoso y nunca elimina del todo la posibilidad de engaño. Así, mientras que el valor esperado de un billete de lotería es en términos puramente matemáticos exactamente el mismo si se juega individualmente o con amigos, en la práctica no lo es. La posibilidad de engaño, siempre presenta, sobre todo cuando hay grandes cantidades de dinero en juego, disminuye el valor esperado de un billete de lotería.

Por tanto, es más probable que aparezcan compañías de jugadores en la medida en que sus miembros pueden resolver este problema. Esto explica por qué las compañías de jugadores proceden de redes sociales preexistentes que permiten a sus miembros comprobar si sus compañeros son dignos de confianza. Así, el 61% de los jugadores en compañía americanos comparten sus billetes con compañeros de trabajo que no son parientes, el 25% con sus amigos, el 9% con miembros de su familia, y sólo el 5% con otras personas⁸. Las compañías de jugadores, en fin, no aparecen porque existan instituciones formales sancionadoras a las que puede apelar en caso de engaño. Si un jugador razonara de esta manera nunca jugaría en compañía ya que siempre podría evitar la posibilidad de ahorrarse posibles costes legales jugando solo. La existencia de instituciones formales sancionadoras como mucho puede facilitar el juego en compañía pero no lo puede explicar. Lo que sostiene el juego en compañía es la confianza interpersonal. Lo que lo motiva es otra pregunta.

En principio, podemos imaginar dos tipos de motivos: los puramente instrumentales o económicos, y los sociales. Los motivos instrumentales o económicos podrían explicar, por ejemplo, una compañía de jugadores compuesta por un jugador que resida en un estado donde no existe la lotería, que comparte un billete de lotería con su hermana residente en un estado con lotería, permitiéndole así participar en el juego. De la misma manera, se pueden establecer compañías de juego en donde los miembros incrementan sus probabilidades de ganar un premio apostando en común. Un buen ejemplo de esto es el grupo de veintitrés empleados de la empresa Wastewater Treatment Plant en Lowell, Massachusetts, quienes formaron una compañía de jugadores sólo cuando el premio sobrepasaba los 100 millones de dólares, y que ganaron un segundo premio en marzo del 2005 después de apostar cinco dólares cada

⁸ Se han calculado los porcentajes de datos procedentes del *American Gambling Impact and Behavior Study*, 1997-1999. Inter-university Consortium for Political and Social Research (ICPSR), study no. 2,778.

uno. En ambos casos y al margen del nivel de las relaciones de afecto existente entre los miembros de la compañía, ésta no es nada más que un instrumento para jugar a la lotería y ganar un premio. Las compañías de jugadores en donde predomina este tipo de motivación se pueden llamar “compañías económicas”.

Alternativamente, se pueden imaginar compañías de jugadores en donde el hecho de compartir un billete de lotería no es tanto un ejemplo de cooperación económica como una forma de obtener reconocimiento social o de mantener el estatus dentro de un grupo relevante de personas. Compartir un billete de lotería en estos casos podría ser una práctica social ritualizada de mayor o menor medida, que forma parte del repertorio de actividades de un grupo social determinado. De ser así, y utilizando la terminología de Zelizer (1994, 2002), un billete de lotería compartido no es tanto un bien económico como un símbolo de lazos interpersonales. Podríamos denominar a estas compañías de jugadores como “compañías sociales”. Ahora bien, de la misma manera en que los miembros de las compañías basadas en motivos económicos pueden interesarse por el bienestar de sus amigos y parientes, los miembros de las compañías basadas en motivos sociales tampoco son indiferentes ante la expectativa de ganar un premio. Sin embargo, la importancia que dan a sus motivaciones es diferente: mientras que los primeros se preocupan sobre todo por ganar el premio, los segundos se preocupan más por su estatus dentro de su grupo social, y la medida en que su decisión de jugar o no pueda afectar el contenido y la calidad de sus relaciones con esas otras personas. Los motivos que predominan en un país dado en un determinado periodo de tiempo es una pregunta empírica.

El juego en compañía es una práctica social de gran envergadura. Desafortunadamente, los datos de encuesta de Estados Unidos, el Gambling Impact Study, 1997-1999 no nos permiten examinar esta cuestión en todos sus perfiles. La encuesta está orientada a estudiar la participación y los efectos sociales de todo tipo de juegos de azar, basándose de 2.867 entrevistas. En el último apartado del cuestionario, los encuestados respondían a preguntas sobre sus motivos a la hora de jugar. Dado que en torno al 70% de los jugadores de la lotería también participan en otros juegos, tales como bingo, keno, o casino, no es posible distinguir sus motivos para jugar a la lotería de sus motivos para jugar estos otros juegos. Sin embargo, esta encuesta nos permite explorar hasta qué punto el juego en compañía puede afectar tanto la frecuencia como los niveles de participación. La Tabla 1 muestra que los jugadores en compañía americanos juegan más regularmente que los jugadores individuales. De manera parecida, mientras que los jugadores individuales gastan un promedio de 280 dólares al año, los jugadores en compañía gastan 342⁹. Existe un patrón parecido

⁹ Un *t-test*, demuestra, sin embargo, que esta diferencia no es insignificante estadísticamente. Los niveles de consumo han sido calculados siguiendo la misma metodología utilizada por Clotfelter y

TABLA I TABLA DE CONTINGENCIA DE JUGADORES EN COMPAÑÍA VERSUS INDIVIDUALES ESTADOUNIDENSES POR FRECUENCIA DE JUEGO					
	APROXIMADAMENTE CADA DÍA	1-3 VECES SEMANA	1-2 VECES /MES	UNOS DÍAS /AÑO	TOTAL
JUGADORES EN COMPAÑÍA					
Frecuencias observadas	25	82	71	95	273
<i>Frecuencias esperadas</i>	17,9	74,7	74,7	105,8	273
Porcentajes brutos	9,2	30	26	34,8	100
JUGADORES INDIVIDUALES					
Frecuencias observadas	51	235	246	354	886
<i>Frecuencias esperadas</i>	58,1	242,3	242,3	343,2	886
Porcentajes brutos	5,8	26,5	27,8	40	100
Chi-cuadrado (3) = 6,29, p < 0,1					
Nota: Sólo se han considerado a los jugadores de lotto y lotería numerada. Fuente: <i>Gambling Impact and Behavior Study</i> , 1997-1999. Inter-university Consortium for Political and Social Research (ICPSR). Study no. 2,778.					

entre los jugadores de lotería alemanes y británicos. Una encuesta realizada por Beckert y Lutter (2007) muestra que los jugadores en compañía alemanes apuestan mucho más a menudo que los jugadores individuales. Y, aunque los datos de encuesta de Rogers y Webley (2001) se tienen que considerar con cautela, dado que fueron recogidos mediante una muestra oportunista de 389 pasajeros del tren viajando de Londres a Exeter, también indican que los jugadores en compañía apuestan más regularmente y en cantidades mayores que los individuales¹⁰. Dado que los jugadores

colaboradores en su informe sobre esta misma encuesta (1999, pp. 10-11). Más en concreto, en los cálculos de la Tabla I se han asignado los mismos valores numéricos a las respuestas categóricas sobre la frecuencia de juego que utilizaron Clotfelter y colaboradores para estimar la media de gasto per cápita. Sin embargo, Clotfelter y asociados incluyeron en su análisis 461 entrevistas que, tras una revisión de la encuesta realizada por NORC resultaron ser no fiables. En mis estimaciones he utilizado el archivo de datos proporcionado por el ICPSR, y no incluí las encuestas no fiables (identificados como encuesta =3). También, para evitar efectos de infradeclaración del consumo, Clotfelter y colaboradores calcularon un factor de ajuste para cada tipo de lotería que servía para ajustar los datos de consumo declarado con los datos reales. Dado que aquí se ha trabajado con una muestra ligeramente diferente, ha sido necesario recalcular los factores de ajuste, que son 0,90; 0,78, y 1,99 para la lotería multiestales, las *numbers*, y las loterías instantáneas, respectivamente.

¹⁰ Aunque los datos procedentes de Rogers y Webley no nos permiten examinar los motivos para jugar en compañía, son la mejor fuente de información sobre los jugadores en compañía británicos. La encuesta británica UK 2000 Time Use Survey incluye una pregunta que nos permite comparar el estatus socioeconómico de los jugadores en compañía e individuales, pero no nos proporciona datos sobre la frecuencia y participación de juego, mucho menos los motivos para jugar en compañía.

en compañía representan un tipo de jugador distintivo y económicamente atractivo, los estados intentan mantener y extender esta práctica mediante la reducción de los costes de transacción. Así, la página web de la British National Lottery dedica un apartado especial a los jugadores en compañía, donde pueden descargar una herramienta de gestión (el Syndicate Manager Tool), que ayuda a los miembros de una compañía a mantenerse al corriente de sus apuestas y ganancias. De modo parecido, la Westdeutsche Lotterie ofrece consejos a sus jugadores sobre la creación de *Spielgemeinschaften* o compañías. El agente de lotería italiano, menos sofisticado tecnológicamente, pero con el mismo objetivo, ofrece la opción de jugar a la *caratura*, lo cual permite que los agentes de las compañías de jugadores puedan legalizar tantas participaciones como número de miembros en la compañía.

Dado que la variable de “estado de residencia” fue colapsada en una variable *dummy* (residente en un estado donde se vende la lotería y residente en un estado donde no se vende la lotería) el estudio americano *Gambling Impact and Behavior Study, 1997-1999* no nos permite analizar el impacto del juego en compañía sobre las ventas de lotería. La encuesta española EuroNet 2005, sin embargo, sí permite un análisis sistemático de esta cuestión. Este estudio fue realizado en diciembre del 2005 y fue comisionado por la agencia española de loterías. La encuesta recoge una muestra representativa de 1.412 individuos. Para cada tipo de lotería, se preguntó a los participantes si jugaban individualmente, en compañía (con compañeros de trabajo, amigos o parientes), o ambas cosas. Los encuestados que siempre juegan en compañía y aquellos que juegan en compañía al menos la mitad de las veces que juegan a sus loterías habituales han sido denominados “jugadores en compañía”; mientras que aquellos que siempre juegan individualmente o lo hacen más de la mitad de las veces que juegan a sus loterías habituales han sido denominados “jugadores individuales”. Dado que esta encuesta incluye datos sobre las diecisiete comunidades autónomas españolas, es posible determinar el impacto del juego en compañía sobre las ventas de lotería per cápita. Los resultados se resumen en la Tabla 2, y muestran que existe una correlación positiva entre el juego en compañía y la venta de lotería (Modelo 1). Éste también es el caso cuando controlamos los niveles de participación (Modelo 2), y los niveles de participación y el producto interior bruto per cápita ajustado por paridades de poder adquisitivo (Modelo 3). Para estadísticas descriptivas y una matriz de correlación de las variables de la Tabla 2, véase la Tabla 3.

Si el juego en compañía está correlacionado positivamente con las ventas y si el juego en compañía es sustancialmente mayor en España, se hace necesario estudiar primero, por qué la práctica de la compra en compañía es tan popular en España, y, segundo, los motivos de esta práctica. El siguiente apartado ofrece un análisis de carácter histórico y comparativo de los mercados de lotería en varios países europeos desde el siglo XVII hasta el siglo XIX, y muestra que aún cuando la práctica del juego

TABLA 2 RESULTADOS DE REGRESIÓN MCO PARA VENTAS DE LOTERÍA PER CÁPITA EN LAS DIECISIETE COMUNIDADES AUTÓNOMAS			
	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 3
Juego en compañía	,199* (.113)	,163* (.088)	,172* (.086)
Tasa de participación	—	,260*** (.079)	,295*** (.081)
PIB per cápita a ppa	—	—	0,42 (.031)
Constante	14,210**** (2,636)	1,605 (4,344)	-4,502 (0,31)
F score del modelo	3,098*	7,976***	6,251***
R-cuadrado	,171	,533	,496

Fuente: Encuesta EuroNet 2005.
 Nota: El juego en compañía es el porcentaje de jugadores en compañía entre el total de la población adulta. Los valores del PIB están indexados y corresponden al PIB per capita regional a paridad de poder adquisitivo, con base Unión Europea = 100. La tasa de participación es el porcentaje del total de la población adulta que juega a la lotería al menos una vez al mes.
 Errores estándares entre paréntesis, * p < .10 ** p < .05 *** p < .01 **** p < .001

TABLA 3 ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS Y MATRIZ DE CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES				
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS				
VARIABLE	MEDIA	DE	MÍNIMO	MÁXIMO
Ventas de lotería per cápita (mensuales)	18,68	3,18	13,63	26,98
Juego en compañía	22,49	6,49	13,20	37,50
Tasas de participación	51,67	7,28	37,50	60,90
PIB per cápita a ppa	97,16	19,21	65,20	129,00
MATRIZ DE CORRELACIÓN				
	1	2	3	
Ventas de lotería per cápita (mensuales)	—			
Juego en compañía	,199*	—		
Tasas de participación	,277***	,110	—	
PIB per cápita a ppa	-,003	-,039	-,127	

Nota: N = 17 Gobiernos Comunidades Autónomas, * p < ,10 ** p < ,05 *** p < ,01

en compañía surgió como una respuesta estratégica o adaptativa frente al aumento del precio de la apuesta, la práctica se extendió a todos los estratos de la sociedad y siguió un proceso de institucionalización, más marcado en algunos países que en otros, del que han resultado tasas diferentes de participación hasta nuestros días.

LA HISTORIA MODERNA DE LA LOTERÍA

Para poder comprender el surgimiento del juego en compañía hace falta conceptualizar a las loterías en general como una cadena de contratos bilaterales. En primer lugar, entre los organizadores o promotores de lotería (los principales) y los vendedores de lotería (los agentes), pero también entre los vendedores de lotería (los agentes) y los jugadores (los principales). Analizaré el comportamiento de estas partes contratantes utilizando el enfoque de la teoría de la agencia (en una versión simple, no matemática y con una orientación empírica) para explicar el desarrollo de los mercados de loterías europeos hasta mitades del siglo XIX, cuando se hicieron dominantes dos diferentes tipos de lotería, las lottos y las *Klassenlotterien*. También veremos cómo dos nuevas partes contratantes, los vendedores ilegales en Alemania y los jugadores en compañía en España, entraron en sus respectivos mercados de loterías.

Para lanzar una lotería con un mínimo de probabilidad de éxito hace falta que el promotor convenza a los jugadores de que no se comportará de manera oportunista. Básicamente, esto implica asegurar a los jugadores, en primer lugar, que los sorteos se realizarán limpiamente y sin demoras, y, en segundo lugar, que la cuantía y la cantidad de los premios no se alterarán después del sorteo, y que los jugadores recibirán los premios prometidos en el plazo convenido.

En las loterías actuales, los agentes no suelen abrir al público el acto del sorteo. Lo que se suele hacer es dejar en manos de un profesional independiente, generalmente un notario, el control de la limpieza del sorteo. Los medios de comunicación se encargan de dar difusión a los resultados de los sorteos y así también garantizan su limpieza. Con el objeto de ofrecer estas garantías, los primeros promotores de lotería abrían al público el acto del sorteo, de modo que los jugadores pudieran verificar por sí mismos que no se hacían trampas. En toda Europa, entonces, los sorteos proporcionaban a la gente común la oportunidad de cuestionar el comportamiento de los funcionarios de alto rango, una práctica impensable en cualquier otro contexto social en la época del Antiguo Régimen, cuando las loterías florecieron como fuente permanente de ingresos fiscales.

El interés de los promotores de lotería en garantizar la limpieza de los sorteos también afectaba el diseño de las loterías. La mayoría de las loterías actuales son “loterías sin riesgo”, porque la cantidad destinada a premios no es una cantidad fija, sino proporcional al dinero recaudado, de lo que resulta que el agente nunca corre el

riesgo de tener pérdidas. Además, los jugadores no pueden saber de antemano la cantidad del premio, ya que depende de las cantidades recaudadas. Este tipo de loterías era impensable en la época del Antiguo Régimen. Dada la desconfianza de los jugadores hacia los recaudadores de impuestos, pocos estarían dispuestos a jugar una lotería cuyo premio dependería de lo que, según los empleados de la Hacienda Real, se había recaudado. Así, en las últimas décadas del siglo xvii, un promotor de lotería que quisiera tener éxito tenía que fijar la cantidad de los premios de antemano, independientemente del dinero recaudado, corriendo entonces el riesgo de perder dinero en un sorteo desafortunado.

Los promotores de lotería del Antiguo Régimen también se tenían que enfrentar a otro riesgo, el que representaban los vendedores oficiales de lotería. En términos de la teoría de la agencia, los vendedores son los agentes de los promotores y, como tales, pueden intentar aprovechar su posición de intermediarios para engañar al promotor, a los jugadores o a ambos. Para lanzar una lotería con alguna probabilidad de éxito en la época del antiguo régimen, en fin, los promotores tenían que, primero, diseñar loterías que minimizaran la probabilidad de obtener pérdidas, habida cuenta que los premios debían ser fijos, y segundo, minimizar la posibilidad de que los vendedores de lotería se comportasen de manera oportunista.

Lottos y Klassenlotterien

Dos tipos de lotería que surgieron en los siglos xvii y xviii llegaron a dominar el mercado europeo hasta la segunda mitad del siglo xx: las lottos, corrientes en el sur de Europa, y las *Klassenlotterien*, dominantes en el centro de Europa. Estas dos loterías ofrecían premios fijos y presentaban soluciones distintas a los riesgos que representaban los vendedores.

Las lottos nacieron en Génova, donde se celebraban dos sorteos al año entre los 90 miembros del cuerpo senatorial, del que saldrían elegidos cinco nuevos miembros del Serenísimo Colegio (la Cámara y el Senado) de la ciudad. Con ocasión de estas elecciones, algunos empresarios y banqueros empezaron a organizar apuestas sobre el resultado de los sorteos. Eventualmente el gobierno de la ciudad se hizo cargo de las apuestas reservándose el monopolio del juego¹¹. En sus orígenes, los jugadores de la lotto podían elegir uno o más números, del uno al 90, siendo cinco los números premiados. Las posibles apuestas que se podían hacer eran: el extracto simple (apuestas sobre un solo número), el extracto determinado (aquí el jugador tenía que indicar la posición del número elegido; diciendo, por ejemplo que el número 32 sería la segunda

¹¹ Véase Roreto (1853, pp. 97-104) o Bellhouse (1991), para otra interpretación de los orígenes de la lotto.

bola en salir del bombo), el ambo (en este caso apostaba sobre dos números), el terno (tres números), el cuaterno, (cuatro números) y en Francia se podría incluso apostar a la quina, sobre los cinco números. Como la probabilidad de ganar un extracto simple es uno entre dieciocho, una lotto sería justa si los jugadores recibieran dieciocho veces la cantidad apostada. Pero las lottos no se crearon para entretener al público y en lugar de dieciocho veces la cantidad apostada, recibían menos: quince en Francia, Bruselas, Prusia y Baviera, catorce en Austria, trece en Nápoles, y sólo diez veces la cantidad apostada en España. La diferencia era el margen de beneficio del promotor (véase la Tabla 4). La razón por la cual la lotto española era comparativamente menos generosa que otras lottos europeas tiene que ver con la manera en que esta lotería fue organizada en España.

TABLA 4
ESTRUCTURA DE PREMIOS DE ALGUNAS LOTTO EUROPEAS EN FUNCIONAMIENTO
A FINALES DEL SIGLO XVIII

APUESTAS	PREMIOS (COMO FACTOR DEL DINERO APOSTADO)							PROBABILIDADES
	FRANCIA	BRUSELAS	PRUSIA ^a	BAVIERA	NÁPOLES	AUSTRIA	ESPAÑA	
Extracto simple	15	15	15	15	13	14	10	1 / 18
Extracto determinado	70	75	75	75	n.d.	67	50	1 / 90
Ambo	270	270	270	270	266	240	220	1 / 400,5
Terno	5.200	5.300	5.300	5.400	5.142	4.800	3.966	1 / 11.748
Cuaterno	7.000	60.000	60.000	60.000				1 / 511.038
Quina	1.000.000							1 / 43.949,268

Fuentes: Leonnet (1963, p. 111), Bigwood (1912, p. 40), Warschauer (1885, p. 6 y 12), Macry (1997, p. 130), Koch (1908, p. 80), Zollinger (2003, p. 139), y para España la estructura de premios corresponde a la establecida por la Real Orden del 27 de junio de 1764.
^a Las *lottos* de Hamburgo y Colonia, ambas creadas en 1770, ofrecían los mismos premios que la lotto Prusiana. Véase, Grojtan (1923, p. 10) y Predöhl (1908, p. 38).

Imaginemos ahora a un vendedor de lotto que ha recibido una apuesta de terno. El vendedor sabe que la probabilidad de acierto de esa apuesta es uno entre casi 12.000, de modo que en lugar de comunicarla a la dirección puede guardarse el dinero de la apuesta en el bolsillo. Para evitar esto se introdujo un sistema de recibos. Esto funcionaba de la forma siguiente. El jugador hacía la apuesta, el vendedor entregaba un recibo al jugador y enviaba a la dirección comunicación de la misma. Ésta asentaba la apuesta en un libro oficial, imprimía un pagaré y lo enviaba de

vuelta al vendedor. Dado que sólo los recibos oficiales servían para reclamar un premio, el jugador tenía que volver a la oficina del vendedor para recoger su pagaré. De esta manera les resultaba más difícil a los vendedores engañar a los jugadores o a la dirección de la lotería, la cual implicaba a los jugadores en la tarea de vigilar a los vendedores.

El sistema de recibos también cumplía otra función importante. A pesar de ser una lotería con premios fijos, los promotores de la lotto podían evitar el riesgo de pérdidas si las apuestas o combinaciones de apuestas se distribuyeran de forma uniforme entre los 90 números. Al contrario, cuando más concentradas estuvieran las apuestas sobre determinados números o combinaciones más riesgo corría el promotor. Esto era un problema no desdeñable, dado que los jugadores tenían la tendencia a concentrar sus apuestas según la última cábala de moda o algún acontecimiento relevante (por ejemplo, sobre la fecha de la muerte del rey). Para evitar la concentración de las apuestas y, así, reducir riesgos, lo hacían las direcciones de loterías era era “cerrar” números, es decir, no aceptar más apuestas sobre aquellos números que otros muchos jugadores ya habían seleccionado. Así, por ejemplo, en la primera lotto francesa no se aceptaban apuestas superiores a las 6.000 libras en cada extracto (Leonnet 1963, p. 120). Y aunque la dirección podía tener pérdidas, al menos limitaba la cantidad de las mismas en cada extracto.

Los *casteletos* se encargaban de la operación de cerrar los números. Sus oficiales marcaban, en primer lugar, un límite a la cantidad que se podía apostar en cada combinación y a medida que llegaban las apuestas, los empleados del *casteleteo* iban sumando las cantidades que recibía cada combinación en particular. Si se aceptaba la apuesta, se imprimía el pagaré y se enviaba al vendedor para que lo recogiera el jugador. Así bajo el sistema de *casteletos* y pagarés, los promotores de lotto podían reducir el fraude o el engaño por parte de los vendedores y disminuir los riesgos financieros asociados al lanzamiento de una lotería con premios fijos¹².

Así las cosas, la organización de las lottos, no era tarea sencilla. Requería mucho tiempo y el trabajo de numerosos empleados del *casteleteo* y de la imprenta. Cuando surgieron en Génova en el siglo XVII y se extendieron primero a los pequeños estados del norte de Italia, las lottos se podían gestionar de manera eficaz con la ayuda de una sola oficina central. Sin embargo, cuando se introdujo la lotto en estados más grandes, como Austria (1751), Prusia (1763) y Francia (1776-la Loterie Real), se gestionaba por regiones¹³. Cada región realizaba sus propios sorteos y tenía sus propios

¹² Después de las guerras napoleónicas el sistema de *casteletos* y recibos fue sustituido por lo que se llamaba el sistema francés de billetes de lotería. No hablaremos de esto en detalle ya que no afecta el argumento central de este artículo.

¹³ Véase Leonnet (1963, pp. 25), Bigwood (1912, pp. 69), y Warschauer (1885, pp. 18).

casteletos e imprentas. La gestión regional facilitaba el proceso y el control de las apuestas, permitía una mayor frecuencia de sorteos y, así, hacer de la lotto un impuesto relativamente seguro y eficiente.

A diferencia de los lottos de Prusia, Francia y Austria, la lotto española (1763-1862) nunca se descentralizó. A pesar de las reiteradas recomendaciones por parte del primer director de la lotto española, en el sentido de crear delegaciones independientes de la lotto en Barcelona y Cádiz, el secretario de Hacienda rechazó esta sugerencia por motivos políticos (Herrero 1992, pp. 61). A partir del final del siglo XVII, un objetivo central de los secretarios de Hacienda era racionalizar y centralizar el sistema tributario y descentralizar la gestión de la lotto iba en contra de este objetivo. Así, durante toda su historia, la lotto española fue gestionada desde Madrid, lo que tuvo consecuencias importantes.

En toda Europa, los promotores de las lotto eran conscientes de que era necesario avisar a los jugadores cuyas apuestas no habían sido aceptadas antes de la fecha del sorteo, a fin de evitar cualquier sospecha de trampa. En España, sin embargo, la mayoría de las apuestas procedentes de las provincias llegaban a Madrid poco antes de la fecha del sorteo, lo cual dificultaba mucho el trabajo de los oficiales de los *casteletos*. Como mucho, podían tomar nota de todas las apuestas, pero les era imposible analizar cómo se acumulaban y concentraban, y cerrar los números. Eventualmente, poco menos de un año después de la primera extracción de la lotto española, los *casteletos* tiraron la toalla. Estando centralizadas las operaciones, era inútil intentar registrar, imprimir y enviar los pagarés a las provincias a tiempo, por lo que al final la dirección española terminó aceptando todas las apuestas (Herrero, 1992, pp. 141-142). Mientras que en todos los demás países se tomaron medidas para limitar las posibles pérdidas, en España tales medidas brillaban por su ausencia. De esta forma, sólo en España existía el riesgo de que un afortunado pudiera ganar un premio exorbitante, tan grande que pudiera poner en peligro no solamente la situación financiera de la dirección de la lotto, sino de Hacienda Real. Habiéndose negado a limitar los riesgos mediante la descentralización, la dirección española intentó corregir esto reduciendo la cuantía de los premios (véase Tabla 4).

Al mismo tiempo que el Gobierno español desarrollaba su lotto, en Centroeuropa emergía otro tipo de lotería. Esta era la *Klassenlotterie*, que era (y sigue siendo) una lotería pasiva o numerada: los jugadores no elegían números, y sólo compraban el billete con el número ya impreso. Estas loterías de billetes con premios en metálico eran sucesoras de las rifas que en la Edad Media organizaban asociaciones de comerciantes para desprenderse de bienes o mercancías difíciles de vender, o los ayuntamientos para financiar instituciones públicas y religiosas (Schama, 1987, pp. 307-310; De Marchi, 1995). Como los lottos, las loterías de billetes ofrecían premios fijos, cuyo valor total representaba un porcentaje del importe total de los billetes emitidos, pero

no necesariamente vendidos. Los promotores de las loterías de billetes también podían tener pérdidas. Esta situación se daba si los premios se concentraban en los billetes vendidos. Para minimizar el riesgo, los promotores tenían que vender suficientes billetes para cubrir tanto los premios como los gastos de gestión en el tiempo convenido. Si no eran capaces de hacer esto, tenían dos opciones: bien demorar el sorteo hasta vender los billetes necesarios, o hacer el sorteo en la fecha convenida con una reducción del importe de los premios en proporción a las ventas realizadas hasta el momento. En cualquiera de los dos casos los promotores ponían en cuestión su imagen y dañaban la competitividad de la lotería. El éxito de una lotería de billetes dependía entonces del cálculo correcto de la demanda, ya que de otra forma perderían credibilidad si no se vendían los suficientes billetes en la fecha anunciada del sorteo.

Las loterías de billetes, sin embargo, tenían dos importantes ventajas con respecto a las lottos. En primer lugar, no era necesario cerrar números, imprimir pagarés, ni devolverlos a los vendedores, lo cual reducía mucho los costes de operación. En segundo lugar, los vendedores ofrecían el producto final: un billete ya numerado, no una apuesta que había de validar posteriormente, de modo que vigilarles era mucho más sencillo. En teoría, para evitar el fraude bastaba con obligar los vendedores a devolver los recibos junto con los billetes no vendidos al promotor antes de la fecha del sorteo. Pero los vendedores podían ingeniárselas para engañar a los promotores.

Las *Klassenlotterien* eran loterías combinadas o de sorteos sucesivos en la que el jugador que no había obtenido premio en un sorteo (o *Klasse*) podía volver a pagar y renovar su billete para participar en el siguiente sorteo, que generalmente se celebraba un mes después. La mayoría de *Klassenlotterien* constaban de al menos cuatro sorteos, lo cual quiere decir que ninguna *Klassenlotterie* se podía completar en menos de cuatro meses (Seelig, 1933), lo que las hacía relativamente lentas. En comparación con loterías con sorteos únicos, donde el promotor podía recaudar información sobre la demanda de consumo, justo después del sorteo, y ajustar la oferta de la siguiente lotería a las nuevas condiciones de mercado, el promotor de una *Klassenlotterie* tenía que ceñirse al plan de sorteos convenido y cumplirlo, aunque en ese tiempo hubieran cambiado las condiciones del mercado. A pesar de esta dificultad, las *Klassenlotterien* se hicieron dominantes en Centroeuropa porque tenían una ventaja competitiva importante sobre las loterías de sorteo único en un mercado altamente competitivo, donde casi, en cada ciudad o estado, existía su propia lotería (Houtman-de Smedt, 1997). Aunque los jugadores de las loterías de sorteo único podían participar en la misma lotería o en la lotería de un estado vecino, con una *Klassenlotterie* era más probable que un jugador, habiendo comprado un billete para el primer sorteo, decidiera seguir jugando hasta el último, ya que el valor esperado de participar en una *Klassenlotterie* aumentaba en cada sorteo. Las *Klassenlotterien*,

entonces, eran una buena manera de neutralizar el atractivo de las loterías de estados vecinos al fidelizar a los jugadores, incentivándoles para que siguieran jugando hasta el final (Dietrich, 1887, p. 23; Kanner, 1898, pp. 67-80).

Las *Klassenlotterien* tuvieron un éxito tremendo y pronto las loterías de sorteo único desaparecieron en Centroeuropa. Si una *Klassenlotterie* competía con la lotería de sorteo único del estado vecino, a éste no le quedaba otra opción que lanzar su propia *Klassenlotterie* para mantenerse en el mercado (Predöhl, 1902, pp. 41-42; Paul, 1978, pp. 67-68). Fuera de Centroeuropa, sin embargo, el mercado de loterías era menos competitivo, y había menos incentivos para lanzar una *Klassenlotterien* en lugar de las más sencillas y flexibles loterías de sorteo único. Así, en Gran Bretaña las loterías de sorteo único y las de sorteo múltiple eran igualmente frecuentes (Ewen, 1932), al tanto que las *Klassenlotterien* nunca se lanzaron ni Portugal ni en España (Neves, n.d., p. 45).

Política y moralidad

En la segunda mitad del siglo XVIII la mayoría de los estados europeos organizaban loterías como una fuente regular de ingresos: una situación que a muchos les pareció poco deseable. Durante los siglos XVIII y XIX hubo una oposición feroz contra las loterías por motivos religiosos y morales. Intelectuales de todo tipo argüían que fomentaban la superstición y la blasfemia al hacer creer a la gente que podían poner a prueba el plan divino eligiendo los números correctos. Además, las loterías no creaban riqueza, sino que simplemente la transferían de una mano a otras, y distraían a la gente del trabajo y la disciplina enseñándoles a despreciar el valor del esfuerzo y del trabajo. Para muchos las loterías eran culpables de la pobreza y la delincuencia, sobre todo entre la gente sin estudios, que al parecer no podían controlar sus instintos una vez enganchados al juego. A fin de proteger a la sociedad de estos males, aconsejaban que las loterías se deberían eliminar o, al menos, estar fuera del alcance de los menesterosos y trabajadores¹⁴.

En 1826, el gobierno británico sucumbió a estas críticas y suprimió las loterías. Francia tomó la misma decisión en 1832. El clima político que resultó en la Monarquía de Julio en Francia facilitó esta decisión, pero también influyó el estado de las finanzas públicas de Francia y Gran Bretaña, países que fueron los dos primeros en modernizar sus sistemas fiscales (Schremmer, 1989; Comín, 1996, vol. 1, pp. 171-186), y dado que los ingresos procedentes de las loterías representaban una

¹⁴ Véase, Thomas (1971, pp. 121-124), Weber (1987, pp. 129-147), Ullmann (1991), Roreto (1853, pp. 521-630), y Strazzullo (1987, pp. 101-141). Entre economistas de finanzas públicas, véase Talleyrand (1789), Say ([1803] 1816, vol. 3, p. 197), y Jakob ([1805] 1855, p. 291-292).

proporción insignificante de sus ingresos, se pudieron permitir dismantelar sus loterías (Leonnet, 1963, p. 89; Stigler, 2003; Richards, 1934; Raven, 1991). De manera similar, el gobierno provisional de la recién creada Bélgica, renunció a esta fuente de ingresos (Houtman-de Smedt, 1997, pp. 159-164).

La mayoría de los países europeos, sin embargo, no llegaron tan lejos. Algunos, particularmente los estados alemanes, intentaron proteger a los pobres del hechizo de las loterías sustituyendo las lottos por las *Klassenlotterien*, más caras. Mientras que realizar una apuesta simple en una lotto estaba al alcance de todo el mundo, se pensaba que se podía alejar a los pobres y a los trabajadores del juego suprimiendo las lottos y fijando un precio alto para los billetes de *Klassenlotterien*. Esta decisión también respondía a motivos económicos: al ser loterías de billetes numerados, las *Klassenlotterien* tenían gastos de gestión más bajos, menos variación en el margen de beneficios, y más posibilidad de evitar el fraude por parte de los vendedores. Así, las caras *Klassenlotterien* acabaron siendo dominantes en Centroeuropa pero, no lograron apartar a los pobres y a los trabajadores del juego.

En Europa del sur, en cambio, las lottos siguieron dominando el mercado. Para mediados del siglo XIX las lottos habían sido sustituidas por las *Klassenlotterien* en Dinamarca, los Países Bajos, y la mayoría de estados alemanes, mientras que Austria, Baviera y los estados italianos seguían operando las antiguas lottos. Hasta 1862, en España se jugaban dos loterías: la antigua lotto y una lotería de billetes de sorteo único, la Lotería Nacional, lanzada durante las guerras napoleónicas. Durante la primera mitad del siglo XIX, entonces, el mercado de lotería español era algo peculiar en comparación con el resto de Europa occidental. La mayoría de países jugaban bien lottos, bien *Klassenlotterien*, pero la Hacienda española operaba una lotto muy peculiar, y una lotería de sorteo único, un producto prácticamente obsoleto en Centroeuropa, a pesar de ser mucho más adaptable y flexible que las *Klassenlotterien*. En el siguiente apartado veremos cómo estas dos peculiaridades del mercado de lotería español se combinaron de manera inesperada a comienzos de la década de 1860 con consecuencia imprevistas.

EL SURGIMIENTO DE LA COMPRA EN COMPAÑÍA

Las ciudades y los estados alemanes (a partir de la segunda mitad del siglo XVIII) y Dinamarca (1851), renunciaron a sus lottos, en parte por motivos morales, sustituyéndolas por las más caras *Klassenlotterien*. En 1862, España también dismanteló su lotto. En el caso de España, sin embargo, esta decisión no respondió a consideraciones morales o fiscales. Al contrario, la lotto se suprimió apresuradamente, de manera parecida a la del jugador que en una mala racha decide cortar por lo sano y abandonar la mesa de juego.

Una serie de acontecimientos provocó esta decisión. En noviembre de 1861, un jugador apostó una cantidad importante en un terno y ganó una pequeña fortuna de más de un millón de pesetas. Éste era el premio más grande que se había pagado hasta entonces y creó una “fiebre lotérica” en todo el país. En los próximos sorteos se asentaron apuestas aún más altas. Hazañas, el director general de la Dirección de Lotería, envió cartas a los administradores de lotería para que intentaran disuadir a los jugadores contra las apuestas fuertes. Los jugadores hicieron caso omiso a los consejos que pudieran haber recibido y cuando un segundo jugador volvió a ganar una fortuna el siguiente mes de enero, la emoción estaba al rojo vivo. Se asentaron apuestas todavía más altas sobre algunos ternos para el sorteo de febrero de 1862. Las apuestas acumuladas, sobre un terno en particular, eran tan grandes que la Dirección de Loterías podía llegar a tener que pagar más en premios de lo que el Ministerio de Hacienda había podido recaudar en el año anterior emitiendo deuda. Esta secuencia de eventos sólo se podía haber dado en España: el único país en donde los jugadores podían apostar sin límite alguno. Esta situación embarazosa y arriesgada convenció al Gobierno de la necesidad de dismantelar la lotto¹⁵.

Se daba el caso de que las finanzas públicas estaban en muy mal estado aquel año. El año fiscal de 1861 había terminado con el déficit presupuestario más alto desde la reforma fiscal de 1845, y en 1862 la deuda pública había aumentado en un 15% (Comín 1988, p. 387). Así, aunque los ingresos procedentes de la lotto sólo representaban un 0,5% de los ingresos ordinarios, el gobierno decidió reformar su otra lotería, la Lotería Nacional, para contrarrestar las pérdidas acarreadas tras el dismantelamiento de la vieja lotto. Esta reforma no podía contemplar hacer que la Lotería Nacional fuera tan barata como la lotto, ya que el pretexto oficial para su abolición era proteger a los trabajadores ante los riesgos del juego. La dirección de loterías, entonces, optó por una solución intermedia. Primero, aumentó la frecuencia de los sorteos de la Lotería Nacional. En 1861, la Dirección de Loterías organizaba 24 loterías al año, pero para 1863 esta cifra había subido a 35. En segundo lugar, lanzó sorteos más baratos, ajustando la oferta y demanda mediante un proceso de ensayo y error. Como la Lotería Nacional era de sorteo único, estos experimentos se podían realizar cada dos semanas, y en verano de 1862 una nueva combinación de loterías, algunas más caras y otras relativamente baratas, ya estaban en el mercado¹⁶. Así, en muy pocos meses la Dirección de Loterías había podido transformar sus rutinas organizativas y adaptarse a las nuevas condiciones de mercado que la abolición de la

¹⁵ Estos eventos se relataron en el semanal de loterías *El Enano* de noviembre de 1861 a abril de 1862. Véase también el testimonio del ex director general de la Dirección de Loterías en el Parlamento, *Diario de Sesiones del Congreso*, sesión de 1 de abril de 1861, 91, pp. 1.768-1.780.

¹⁶ Datos sobre estas nuevas loterías están disponibles en la *Gaceta de Madrid*, el diario oficial español del día.

lotto había creado. La flexibilidad y adaptabilidad de la Lotería Nacional de sorteo único resultó ser de suma importancia. Si la Dirección de Loterías española hubiera estado operando una *Klassenlotterie*, probablemente hubiesen surgido loterías ilegales para satisfacer la demanda de los exjugadores de la vieja lotto.

Aunque la reforma de la Lotería Nacional incluía nuevas loterías más baratas, la abolición de la lotto hizo que jugar a la lotería estuviese fuera del alcance de muchas personas. La lotto admitía apuestas de un real, pero el décimo más barato de la Lotería Nacional en 1862 costaba cuatro reales, y en 1864 subió a diez reales a fin de disuadir a las clases trabajadoras. La subida de precios de los billetes, sin embargo, no disminuyó el atractivo de la lotería. Al contrario, los ingresos procedentes de la lotería aumentaron a un ritmo constante después de la abolición de la lotto.

Esta consecuencia inesperada de la abolición de la lotto se explica por la manera en que los antiguos jugadores respondieron a estos cambios. Ya que muchos no podían jugar individualmente (ni siquiera en las loterías más baratas), echaron mano de sus redes sociales y empezaron a jugar en compañía. Noticias dispersas de los ganadores (que son una muestra aleatoria de los jugadores) que recogía el semanal de loterías *El Enano* muestra la extensión de la práctica del juego en compañía entre la clase trabajadora.

Por ejemplo, en el sorteo del 24 de marzo de 1863, “tres décimos [del primer premio se vendieron] a un caballero de posición regular, dos entre varios amigos que jugaban constantemente en compañía; uno entre una compañía casual de quince personas; otro a un chico esterero de unos dieciséis años; otro entre tres sujetos; otro en uno sólo; y el otro entre personas, al parecer, necesitadas”.

De modo parecido, con relación al billete premiado del sorteo del 23 de junio de 1865, los décimos afortunados correspondieron a: “veinte y cinco empleados del Ministerio de Guerra [que] compraron cinco décimos, dos décimos a diez artesanos, dos a dos estudiantes, y otro décimo aún no se ha pagado”. Un ejemplo todavía más claro de la relación existente entre la clase social y el juego en compañía es el del sorteo del 9 de enero de 1866: “tres décimos han tocado a una compañía de más de veinte personas necesitadas, todas ellas pobres, compraron tres décimos (...) otros tres décimos a tres personas acomodadas; un décimo a un cobrador del banco; dos décimos a dos personas medianamente acomodadas, y el último no se ha presentado aún”.

Cuando las loterías eran especialmente caras, las compañías se hacían más visibles y más numerosas. Por ejemplo, el ganador del sorteo extraordinario del 14 de marzo de 1866 fue una compañía “formada por veintisiete personas [todas de extracción modesta], que juntaron su dinero para comprar los diez décimos.” De modo parecido, el billete ganador de la lotería de Navidad de 1862 se repartió de la siguiente manera: “Cinco o seis décimos (...) se han repartido entre más de cuarenta personas

necesitadas (...). Cuatro o cinco décimos en Algeciras, de éstos uno está repartido en una familia, entre tíos y primos, todos artesanos necesitados (...). Otro lo llevó un aceitero (...) y éste dio compañía a treinta y dos personas (...) y muchas de éstas dieron también compañía [a otras] resultando que hubo persona que puso un real [con el resultado de que] en ese décimo hay interesadas más de sesenta personas”¹⁷.

Estos datos cualitativos sobre los ganadores procedentes de *El Enano* nos permiten estimar el promedio de jugadores que compraron un décimo en los años anteriores y posteriores a la abolición de la lotto. Cuando en lugar de un número preciso *El Enano* cita compañías compuestas por algunos, muchos, o incontables personas, he estimado su tamaño en cuatro, ocho y veinte personas, respectivamente. Los resultados muestran que, por término medio, en los años 1859, 1860 y 1861 un décimo lo compraban 1,4; 1,5 y 1,2 jugadores, respectivamente, pero en 1862 la proporción era de 2,7 jugadores por décimo, y el año siguiente 4,8.

LA EXTENSIÓN DEL JUEGO EN COMPAÑÍA COMO PRÁCTICA SOCIAL

Si bien el juego en compañía era inicialmente una práctica social común entre la clase trabajadora, en las últimas décadas del siglo XIX personas relativamente ricas, y por diversos motivos, empezaron a crear sus propias compañías formadas por miembros de poder adquisitivo muy diferente.

Por ejemplo, entre los cinco ganadores del primer premio de la lotería de Navidad del siglo XX podemos encontrar al dueño de una fundición, que lo repartió entre sus parientes, su abogado y sus 48 empleados, aunque se guardó la parte más grande para sí mismo. El dueño de una chocolatería hizo lo mismo repartiendo su billete con sus empleados y clientes; un mayorista con sus socios en Cuba; y una viuda de buena posición lo repartió entre su médico, un militar, su hija, su yerno y su socio¹⁸. Claramente, los intermediarios de estas compañías no eran personas que jugaban en compañía porque no se podían permitir hacerlo a título individual; tampoco repartían sus billetes entre sus amigos, parientes o empleados para mejorar sus probabilidades de ganar, ya que estaban jugando exactamente el mismo número. Si el surgimiento del juego en compañía entre la clase trabajadora se puede explicar satisfactoriamente en términos económicos, ésta explicación no sirve para el caso de estas nuevas compañías.

No es posible conocer a ciencia cierta los motivos de estos intermediarios relativamente ricos, pero los siguientes ejemplos pueden ser de ayuda. El primero lo ofrece Miguel de Unamuno. En 1924, Unamuno estaba en el exilio y su familia en

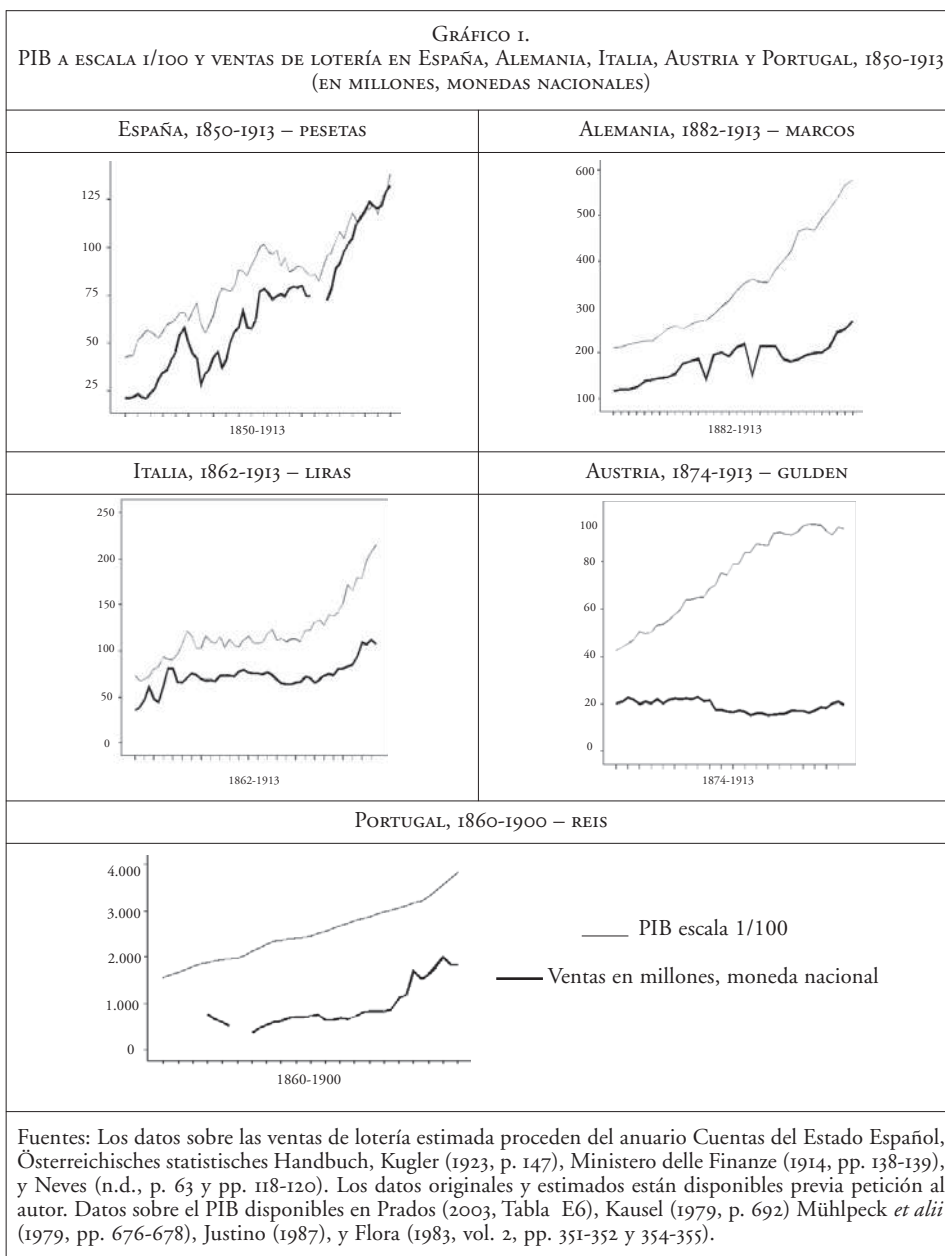
¹⁷ Estas citas proceden de los números 643, 644, 628, 630, 797 y 620, respectivamente, de *El Enano*.

¹⁸ Véase *Los cinco gordos del siglo XX*. Madrid, 1906.

Salamanca. En el mismo año Manuel Lamana, director del Registro Público de Salamanca, compró dos décimos del mismo billete de lotería de Navidad. Él se quedó con uno y repartió el segundo entre sus subordinados, según su estatus en la oficina. Así, los empleados de mayor rango podían comprar una participación de veinte pesetas, los empleados de rango medio una de quince pesetas, y los empleados más jóvenes participaciones de diez pesetas. Uno de éstos últimos apenas podía permitirse comprar su participación, pero terminó haciéndolo para evitar habladurías. Esto le obligó a buscar a alguien dispuesto a participar en la compra. Su suegra le ayudó comprando de cinco pesetas, guardándose una peseta para sí misma y ofreciendo cuatro pesetas a su amiga, la esposa de Unamuno. Ésta aceptó, y ganó lo suficiente como para viajar a París (Salcedo, 1964, pp. 276 7-8). El primer comprador, Manuel Lamana, no necesitaba jugar en compañía. Podía permitirse jugar a título individual, y de hecho compró un décimo para sí mismo. Tampoco jugó en compañía para aumentar sus posibilidades de ganar un premio, ya que estaba jugando el mismo número que sus subordinados. Es más, no repartió las participaciones entre sus subordinados al azar sino de manera que quedara bien reflejada la jerarquía de posiciones sociales dentro de su oficina y su papel central en la misma.

Una estrategia similar siguió Baldomero, personaje de una de las novelas más exitosas de la mitad del siglo XIX, *Fortunata y Jacinta*. Baldomero era un comerciante y el patriarca de la familia Santa Cruz. Antes de Navidad y como ya venía haciendo desde hace algunos años, ya “por rutina, quizás por obligación”, compró un billete de lotería y lo repartió entre sus parientes, amigos, empleados y sirvientes, aunque se reservó la parte del león. Las participaciones se distribuyeron entre miembros de su red social según su estatus social. Estupiñá, el bufón de la novela, se negó a comprar su pequeña participación, prefiriendo gastarse el dinero en anís. Al darse cuenta de que habían ganado un premio, la esposa de Baldomero convenció a su marido para que hiciese creer a Estupiñá que verdaderamente había comprado su participación. Su intención era restaurar el equilibrio dentro de la red social, no para hacer feliz a Estupiñá, sino para “que estén todos contentos” (Pérez Galdós [1886-1887] 1994, vol. 2, pp. 379-381).

De modo parecido, en 1889, Miguel Leiva, comandante de la Guardia Civil, compró un billete de lotería y lo distribuyó entre sus subordinados más cercanos según su rango. Uno de ellos, Francisco Morante, padre de familia numerosa, no quería comprar la participación que le correspondía según su rango, sino una más pequeña. Tuvieron suerte y cuando al comandante le tocó repartir el premio decidió entregarle a Morante no la suma que le correspondía según su compra, sino una mayor, según su rango. Aparentemente lo hizo para preservar la jerarquía social y el espíritu de cuerpo de la Guardia Civil. Al menos ésta fue la interpretación del Ministro de Guerra, quien lo recompensó generosamente (Real Orden del 30 de noviembre, 1889).



En resumen, si las compañías de jugadores de clase trabajadora eran medios para jugar a la lotería, estos ejemplos sugieren que la relación entre medios y fines se invierte en el caso de las compañías organizadas por los relativamente ricos, en donde la lotería es un medio o un instrumento para reforzar su posición central en sus redes sociales.

A finales del siglo XIX, ya por motivos económicos, ya por motivos sociales, el juego en compañía se extendió por todas las clases sociales. Tanto es así, que ya, entonces, se empezaron a vender en las papelerías talonarios de participaciones de lotería. Los intermediarios compraban el talonario y sólo tenían que rellenar el número de la compañía y en ocasiones también el nombre del portador¹⁹. La lotería no perdió su atractivo para los españoles a medida que aumentaron sus ingresos. Más bien al contrario: el surgimiento y extensión de la práctica de la compra en compañía en la sociedad española fomentó el interés en el juego. De hecho, mientras que en Austria, Italia, Alemania y Portugal las loterías perdían su atractivo a medida que la economía se desarrollaba, en España sucedía exactamente lo contrario: el consumo aumentaba a medida que la economía crecía, y lo hacía además a un ritmo mayor, convirtiendo a los españoles en los mayores consumidores de lotería en el mundo. Como se puede apreciar en el Gráfico 1, España (y en menor medida, Portugal) era el único país en donde la venta de lotería aumentaba a un ritmo mayor que el producto interior bruto entre 1880 y la Primera Guerra Mundial.

EXPLICACIONES ALTERNATIVAS

Mientras que la evidencia histórica y comparada parece indicar que la emergencia del juego en compañía puede explicarse debido al incremento de precios de los billetes, todavía existen otras posibles explicaciones alternativas que es conveniente analizar, y que se refieren al valor esperado del juego, a las creencias religiosas y factores organizativos.

Diferencias en el valor esperado. Una primera explicación alternativa de las tasas más altas de consumo de lotería en España tiene que ver con el valor esperado de la apuesta. El hecho es, sin embargo, que las loterías españolas eran menos generosas que las de otros países. Hasta 1893, la lotería austriaca devolvía en premios el 77% en las apuestas de extracto simple y el 74% en las de extracto determinado (Sieghart, 1898, p. 99), y hasta 1886, la italiana reintegraba a los jugadores un 77-79% en los extractos simples y determinados, respectivamente. En el periodo 1886-1891 la lotería italiana redujo esos porcentajes hasta el 69% y el 73%, cuando la Lotería Nacional

¹⁹ Véase Altabella (1962, p. 328).

española ya sólo devolvía en premios el 70% de las apuestas. En 1892, los premios en Portugal se redujeron al 70%, porcentaje semejante al que ofrecía la Lotería Nacional. Mientras tanto, las loterías alemanas, a mediados de la década de 1860, estaban devolviendo entre el 80% y el 84% del valor de la emisión en premios, cuando la española sólo devolvía por aquel entonces entre el 70% y el 75%. Estas loterías alemanas perdieron algo de su atractivo para los jugadores con la introducción del impuesto sobre el sello a finales del siglo XIX. Las dos loterías más importantes, la prusiana y la sajona, empezaron a ofrecer un 75%, la de Brunswick un 73,5% y la de Hamburgo un 71,8%. Sólo la pequeña lotería de Meckelsburg rebajó su porcentaje hasta un 67% (Von Westhoven, 1903, pp. 8-15). Por entonces, la Lotería Nacional repartía en premios el 68,6% de la emisión²⁰. En resumen, hasta la década de los 90, la lotería española siempre fue menos atractiva que las lottos austriaca e italiana y en ningún momento del periodo 1850-1913 fue más generosa que las alemanas o las portuguesas, y, aún así, el consumo de lotería en España fue siempre más alto.

Religión. Si el valor esperado de los billetes de lotería no puede explicar las diferencias de consumo, quizás la explicación se encuentra en los valores religiosos. La investigación sobre el consumo de lotería ha mostrado que los católicos consumen más lotería que los protestantes (Scott y Garen, 1994; Clotfelter y Cook, 1991, p. 97; Meinert, Lumpkin y Reich, 1989; Winn y Whicker, 1989, p. 90). Se podría argumentar, entonces, que el comportamiento tan atípico de los españoles se debe a que son predominantemente católicos. Sin embargo, el impacto de los valores religiosos sobre el consumo de lotería en Europa es dudoso. En primer lugar, aunque desde el último cuarto del siglo XIX el consumo de lotería era más alto en España (católica) que en cualquier otro país europeo (variando entre el 0,7% y el 1% del producto interior bruto), Alemania (predominantemente protestante) estaba en segundo lugar, y sus tasas de consumo de lotería sobrepasaban las de Austria, Portugal, e Italia, todos ellos católicos. Sólo durante el periodo 1900-1913 mostraron los italianos mayor interés en la lotería que los alemanes, aunque con el tiempo, las diferencias se fueron acortando, y para 1913 sus niveles de consumo eran prácticamente idénticos (0,5% y 0,47% del producto interior bruto en Italia y Alemania, respectivamente).

En segundo lugar, aunque sería razonable pensar que la ética protestante es menos tolerante hacia el juego que la católica (Landes, 2000, pp. 175-176), el antagonismo hacia la lotería era tan marcado tanto en países católicos como protestantes.

²⁰ Las variaciones en los porcentajes repartidos en premios de la Lotería Nacional se regulaban por la Ley de Presupuestos de 3 de agosto; los decretos de 12 de noviembre de 1868, 9 de marzo de 1874; las Leyes de Presupuestos de 30 de junio de 1892 y de 28 de junio de 1898, y la Real Orden de 14 de marzo de 1907.

La Iglesia católica se opuso tajantemente a la extensión de las lottos en Italia en los siglos xvii y xviii. Los papas Clemente XI, Inocencio XII e Inocencio XIII prohibieron la lotto, y Benedicto XIII amenazó a todo aquel que jugara u organizase el juego con la excomuni3n. En 1731, Clemente XII finalmente reconoci3 que las prohibiciones de la Iglesia eran in3tiles y las elimin3, aunque sigui3 manifest3ndose en contra del juego (Roreto, 1848, pp. 669-710; Majorana, 1931, p. 1.102). Adem3s, los argumentos morales de los cat3licos contra las loterías eran idénticos a los de los intelectuales protestantes (véase, por ejemplo, Ullmann, 1991, pp. 20-25; Kanner, 1898, pp. 51-66; Nina, 1905, pp. 127-232). Sirva como muestra el discurso del conde de la Navas en sesi3n parlamentaria²¹:

[La lotería] es el foco de la inmoralidad y del vicio (...) en vez de dirigir el Gobierno toda su atenci3n a sostener la buena moral y a corregir las costumbres p3blicas (...) se hace el corruptor de ellas. Nadie ignora los resultados de esta contribuci3n, que generalmente veja y viene a recaer sobre los desgraciados m3s miserables de la sociedad, y no los menos laboriosos. Ella los excita al robo, al crimen, y de aqu3 los conduce a los presidios y al cadalso. Y no se crea que hay en esto exageraci3n, no se3ores (...) En una sociedad bien organizada es imposible pasar por semejante establecimiento (...) Destiérrese para siempre este monumento de corrupci3n y de inmoralidad: no se fomenten los vicios y cr3menes de una clase de la naci3n, que tanto necesita del ejemplo del gobierno para poder entrar en la v3a de la felicidad (...) ¿Es posible, se3ores, que el gobierno creado para el bienestar de los pueblos provoque de este modo a que los miserables concurran a arruinarse?

Intervenci3n del conde de las Navas.

Diario de Sesiones. Estamento de Procuradores.

Sesi3n del 17 de febrero de 1835, pp. 1.587-1.588)

En tercer lugar, los espa3oles no eran ni m3s ni menos cat3licos en el tercer cuarto del siglo xix que en el 3ltimo, cuando su nivel de gasto en lotería empez3 a desviarse claramente de la pauta europea. En resumen, mientras que el catolicismo puede haber contribuido al mantenimiento del inter3s de los espa3oles en la lotería, el surgimiento y posterior institucionalizaci3n del juego en compa3a en Espa3a

²¹ Véase tambi3n las actas de las sesiones de parlamento siguientes (Diario de Sesiones. Congreso), 14 de julio de 1840, p. 3.281; 26 de abril de 1865, 71, segundo ap3ndice; 12 de abril de 1869, 47, tercer ap3ndice; 4 de abril de 1869, 53, primer ap3ndice; 26 de diciembre de 1908, p3ginas 2.859-2.860; 12 de diciembre de 1903, p. 3.323; 29 de diciembre de 1905, 60, p. 1.827; 12 de diciembre de 1908, p. 1.467 y pp. 1.505-1.527; 10 de diciembre de 1910, 85, p. 2.828; 3 de diciembre de 1912, 193, pp. 5.622-5.623. Sobre la oposici3n contra las loterías entre economistas espa3oles de hace, entre otros, Canga Arg3uelles (1827, vol. 5, pp. 136-138), Fl3rez Estrada ([1828] 1980, p. 970), Colmeiro (1845, vol. 2, p. 378), y Ol3zaga (1885, vol. 2, p. 531).

explica mucho mejor las diferencias de los niveles de consumo entre los países europeos.

Explicaciones organizativas. Aunque el incremento del precio de la apuesta mínima que siguió al desmantelamiento de la vieja lotto provocó el recurso entre las clases populares al juego en compañía en España, el papel de las instituciones formales tiene también que tomarse en cuenta. Aún cuando no pueden explicar el juego en compañía, estas instituciones pueden facilitar esta práctica haciendo que los acuerdos informales sean ejecutables por ley (es decir, al reducir los costos de transacción asociados al riesgo de oportunismo) o bien, al contrario, impedirla, prohibiendo el juego en compañía, y de esta manera exponiendo a los miembros de la compañía al riesgo del fraude.

Aunque el surgimiento del juego en compañía fue inesperado, la verdad es que tampoco fue recibido con disgusto por la Hacienda pública, que ya a finales de la década de 1860 intentó regular y así facilitar esta práctica. Por un lado, y a fin de evitar el fraude, la Dirección de Loterías estableció que los vendedores o administradores no podían actuar como intermediarios de las compañías de jugadores. Dada su posición estratégica en el mercado, un vendedor podía, por ejemplo, fraccionar un décimo en diez o veinte participaciones, venderlas, y luego devolver el billete a la Dirección de Loterías como no vendido, quedándose con el total del importe de la venta. Para evitar esta posibilidad se estableció que los miembros de una compañía de jugadores que fuesen defraudados por un administrador de loterías que actuara como intermediario no tendrían derecho a reclamar su parte del premio. El mensaje era el siguiente: aquellos que no podían jugar individualmente debían formar una compañía de jugadores y confiar los unos en los otros y, eventualmente, en los tribunales, pero no en los administradores²².

Por otro lado, la ley de loterías de 1893 no prohibió la compra en compañía sino que la definió como un acuerdo privado entre sus miembros, contemplado por el derecho. Los tribunales por su parte también contribuyeron a la extensión de la compra en compañía al establecer de manera inequívoca que este tipo de contratos tendría plena validez jurídica. Puede observarse una evolución en la jurisprudencia que favorecía esta práctica: si los primeros fallos obligaban a los intermediarios a repartir los premios sólo entre aquellos jugadores que habían pagado sus participaciones de antemano, a final de siglo se había establecido claramente que tendrían que repartir los premios entre todos los miembros de una compañía incluso cuando no fuera posible demostrar fielmente que éstos habían pagado de antemano²³.

²² Véase la sentencia del Tribunal Supremo del 3 de marzo de 1871.

²³ Véase las sentencias del Tribunal Supremo del 12 de diciembre de 1873; 26 de mayo de 1890; 24 de abril de 1904; 6 de octubre de 1906, y 19 de enero de 1909.

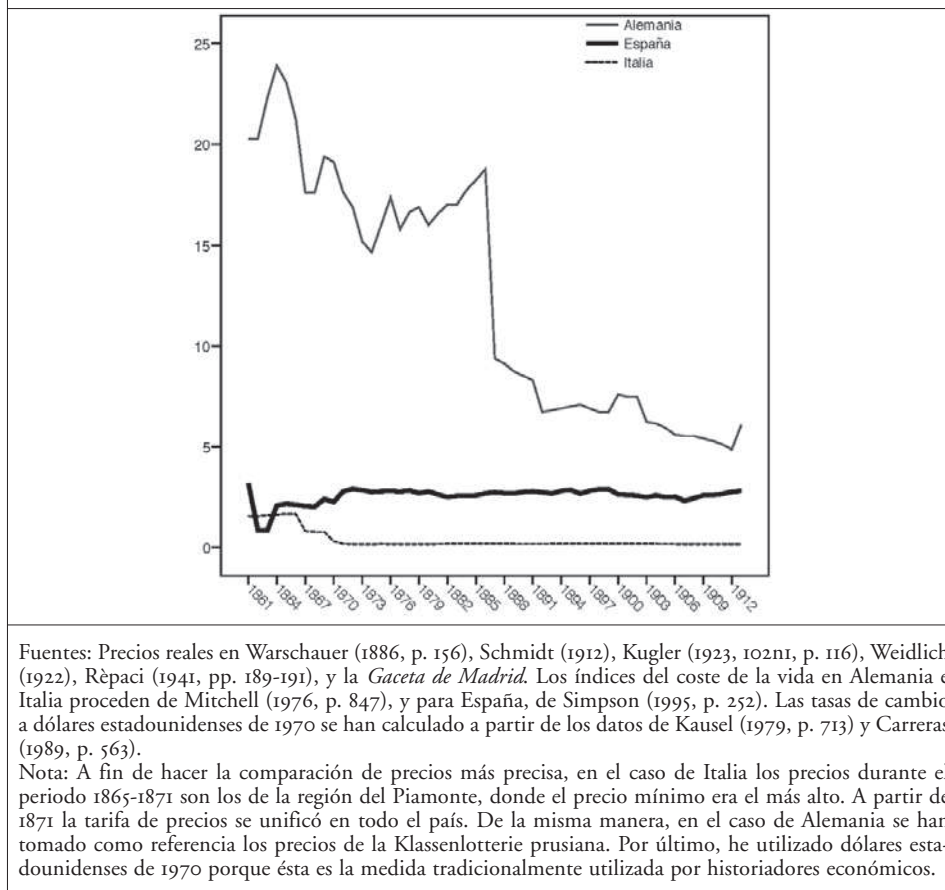
La ley de contrabando de 1904 puso en entredicho esta jurisprudencia al prohibir “la negociación, el tráfico o reventa” de los productos estancados, como tabaco, cerillos, pólvora, y billetes de lotería. Dado que la negociación o tráfico podía incluir la partición y distribución de un billete de lotería, el carácter del juego en compañía quedó en un limbo legal. Esta situación no se prolongó durante mucho tiempo. Pocos días antes del sorteo de Navidad de 1908, una comisión de industriales consideró necesario dirigirse al ministro de Hacienda para solicitarle que “se aclarase eso de las participaciones de loterías, porque tenían necesidad de repartirlas entre sus obreros y empleados”. Hacienda respondió de manera muy positiva, alegando que no existía delito si se trataba de la distribución o venta de participaciones entre particulares, siempre que fueran nominativas y no al portador, y no se exigiera sobreprecio²⁴.

Mientras que el juego en compañía surgió en España inesperadamente cuando los sectores de la población relativamente pobres se vieron obligados a echar mano de sus redes sociales para seguir jugando, la situación en otros países era bien distinta. Aunque la compra en compañía no era del todo desconocida en otros países europeos (por ejemplo, véase Müller, 1899, pp. 43-44) las fuentes contemporáneas indican que la compra en compañía era bastante infrecuente en comparación con España (Dietrich, 1887; Endemann, 1882; Marcinowski, 1892; Von Heckel, 1900; Schanz, 1889; Kugler, 1923). La razón es la siguiente. Dada la posibilidad de engaño, siempre que sea posible jugar individualmente, lo más probable es que se haga así antes que en compañía. Así, mientras más barata es una lotería cabe esperar que la práctica de la compra en compañía esté menos extendida. De modo similar, y dado que esta práctica depende de la medida en que sus miembros pueden resolver el problema del oportunismo, podemos esperar que las compañías estén más extendidas cuanto mayor apoyo institucional y legal reciba. Para resumir, tanto el precio relativo de los billetes de lotería como las normas formales que rigen los mercados de loterías pueden explicar gran parte de la variación entre países en la compra en compañía.

Centrémonos primero en el precio de la participación. El Gráfico 2 muestra el precio mínimo de participación ajustado a paridad de poder adquisitivo en Italia, un país con lotto; Alemania, con *Klassenlotterie*; y España. Este gráfico muestra que en comparación con España, era más barato jugar a la lotería en Italia y más caro en Alemania, situándose España en una posición intermedia.

²⁴ Véase las minutas del parlamento español (*Diario de Sesiones. Congreso*), año 1909, 47, p. 1.515, y la circular del Ministerio de Hacienda de 10 de noviembre de 1910.

GRÁFICO 2.
PRECIO DE LA FRACCIÓN LEGAL MÍNIMA DE UN DÉCIMO O FRACCIÓN DE LOTERÍA EN ALEMANIA, ITALIA
Y ESPAÑA EN DÓLARES DE 1970 Y PARIDAD DE PODER ADQUISITIVO, 1865-1913



Durante la segunda mitad del siglo XIX, Italia y Austria seguían operando lottos, que, como hemos señalado anteriormente, eran relativamente baratas. Con la unificación de Italia (1861), la nueva clase política, empeñada en mejorar las costumbres del país pero no dispuesta a renunciar a los ingresos procedentes de la lotto, decidió subir el precio mínimo de participación a fin de impedir el juego entre la clase trabajadora. Esta subida de precios, sin embargo, ni fue importante ni duró mucho. Así, ya en 1871, el precio mínimo de participación se redujo a doce céntimos de lira y se mantuvo hasta 1913. En términos reales, en 1913, doce céntimos de lira representaban 1/20 del jornal medio de un trabajador de construcción (Scholliers y Zamagni, 1995, p. 231). En Austria, otro país con lotto, jugar a la lotería era aún más barato: cinco kreuzer (Kanner, 1898, p. 73), el equivalente de ocho céntimos de lira a paridad de

poder adquisitivo. Dado que el precio del billete era tan reducido que todo aquel que quisiera jugar podía hacerlo, no puede sorprender que no haya indicios del juego en compañía en las fuentes contemporáneas de estos países.

Un escenario muy similar tuvo lugar en Portugal. La lotería portuguesa era, como la Lotería Nacional española, una lotería de sorteo único, y estaba regulada de forma muy similar a la ya desaparecida lotería británica. El promotor de la lotería, una institución benéfica, la Santa Casa da Misericórdia, vendía los billetes por un sistema de puja a banqueros y comerciantes. Éstos los fraccionaban en *cautelas*, y los vendían a su vez a sus propios agentes, los *cauteleiros*. Por su parte, los *cauteleiros* fraccionaban de nuevo el papel, a fin de poder colocarlo entre el público, por mínima que fuera la cantidad que el jugador quisiera apostar. Dados los fraudes que ocasionaba este sistema de venta, el gobierno intentó regularlo pero no tuvo éxito, por lo que ya en 1926 se suprimió definitivamente el fraccionamiento en *cautelas* (Neves, n.d., pp. 56, 66 y 69-70).

El Gráfico 2 muestra que, en comparación con España, el precio oficial mínimo de una fracción del billete de lotería era más alto en Alemania que en España sobre todo hasta mediados de la década de los 1880. Durante este periodo, los estados alemanes, que habían conservado la facultad de poder explotar sus propias loterías en sus territorios después de la unificación del país en 1871, procuraron evitar que las clases trabajadoras jugaran a la lotería. Esta política restrictiva no obedecía a que en Alemania existiese una mayor oposición moral hacia el juego, sino más bien porque el sistema fiscal federal alemán era más sólido que el de otros países del sur de Europa (Schremmer, 1989; Comín, 1996, vol. 1, pp. 205-224). Todas las fuentes contemporáneas señalan, sin embargo, que la política de precios altos, diseñada para evitar que los más humildes jugaran fue un fracaso (Kugler, 1923, p. 150; Marcinowski, 1892, p. 43, y Von Heckel, 1900, p. 643). Lo fue porque el precio tan alto de los de los billetes facilitó la aparición de un mercado ilegal de participaciones de lotería (o *Glückskarten*). Este mercado ilegal, alentado por la competencia entre loterías regionales, aparentemente estuvo fomentado por los vendedores oficiales quienes reclutaban a intermediarios para fraccionar los billetes en participaciones ilegales baratas y venderlas al público. Este sistema de fraccionamiento se desarrolló a tal punto que se vendían billetes de lotería hasta en su 1/128 ó 1/200 fracción (Schanz, 1885, p. 493; Marcinowski, 1892, p. 41) lo cual ponía a disposición de todo aquel que quisiera jugar la oportunidad de hacerlo, por muy pequeña que fuera la cantidad que quisiera apostar (Dietrich, 1887, p. 15; Endeman, 1882, pp. 87-90; Marcinowski, 1892, p. 31-56; Von Heckel, 1900, p. 640). Así, en 1885, el director general de la lotería prusiana calculaba que existían más de 3.000 intermediarios operando en su territorio (Schanz, 1885, p. 494). Las “víctimas” de este mercado ilegal de fracciones de billetes era la clase trabajadora, que a pesar del paternalismo de la Administración del Reich

jugaba a la lotería de modo masivo (Lasson, 1894, p. 21), pero víctimas colaterales eran también los gobiernos regionales. Para erradicar el mercado ilegal y apropiarse de sus beneficios, éstos fueron reduciendo progresivamente el precio de los billetes (véase el Gráfico 2), pero esta medida tenía un límite: los precios podían reducirse sólo en cierta medida y nunca hasta el punto o de facilitar la participación a la clase trabajadora (Kugler, 1923, pp. 81-82). En otras palabras, durante este periodo de competencia intensa entre loterías regionales existía un acuerdo entre caballeros que impedía a los estados alemanes abaratar los precios hasta facilitar el juego entre los pobres, ya que si lo hicieran se pondrían a la misma altura moral que los intermediarios ilegales, quienes a su vez estaban intentando (con gran éxito) facilitar la adquisición de billetes de lotería a todo aquel que quisiera comprarlos. Este acuerdo entre caballeros, inspirado en razones morales, se respetó.

Sólo en España, entonces, el precio del billete facilitó el surgimiento y la extensión del juego en compañía. Esto se explica mejor con la ayuda de una función teórica de probabilidad de la compra en compañía. Esta función tiene forma de U invertida, donde el eje horizontal representa el precio mínimo de participación. Ya que la compra en compañía da lugar a la posibilidad de engaño, cabe esperar que cuando el precio de participación es barato los jugadores preferirán jugar individualmente, tal como lo hicieron en Austria e Italia. Sin embargo, cuando la lotería es muy cara se abre una oportunidad de un mercado de fracciones ilegales de billetes. Como estos mercados reducen el precio de la participación hasta el mínimo que permite jugar individualmente a todo aquel que lo quiera hacer, se desincentiva la compra en compañía. Este fue el caso en Portugal y Alemania, donde las cautelas y el mercado ilegal de fracciones de billetes, respectivamente, impidieron que los relativamente pobres crearan sus propias compañías. Cuando jugar a la lotería no es tan barato que todo el que quiera pueda hacerlo individualmente pero tampoco tan caro como para que surja un mercado de fracciones ilegales, hay un fallo del mercado, y los jugadores relativamente pobres no les queda otro remedio que recurrir a sus redes sociales para jugar. Esto es lo que sucedió en España.

Por último, veamos las reglas formales que regulaban los mercados de loterías. Hemos observado que estas normas facilitaban la extensión de la compra en compañía en España. Como en Italia y en Austria el juego en compañía era prácticamente inexistente, no hacía falta regularlo. De modo parecido, el gobierno portugués no estaba preocupado por la compra en compañía sino por las actividades de los *cauteleiros*. Al parecer, sólo después de la abolición de las *cautelos* en 1926 se abrió la posibilidad del desarrollo de la compra en compañía en Portugal, pero faltan datos empíricos para comprobarlo (Neves n.d., pp. 69-70 y 92). Más interesante es el caso alemán. Dado que los vendedores que ofrecían fracciones ilegales de lotería podían intentar sortear los obstáculos legales alegando que estaban actuando no como

vendedores sino como intermediarios de redes sociales informales, los gobiernos regionales alemanes terminaron prohibieron cualquier tipo de fraccionamiento de billetes de lotería, obligando a los vendedores a dar billetes de lotería exclusivamente a aquellos compradores que, según su criterio, no iban lugo a fraccionar esos billetes (Rönnberg, 1907, pp. 137 y 184; Kugler, 1923, p. 97; Lasson, 1894, p. 21). Así, además del precio relativamente caro de participación, las normas formales que regulaban el mercado en Alemania impidieron el desarrollo de la compra en compañía al hacerla una práctica ilegal. En resumen, este análisis comparativo del precio relativo de participación y del marco institucional de los mercados de loterías europeos demuestra que sólo en España se dieron las condiciones que facilitaron la emergencia de la compra en compañía entre los pobres, y su posterior extensión entre todas las clases sociales.

INSTITUCIONALIZACIÓN Y *DECOUPLING*

Mientras que en otros países europeos el interés por el juego descendía a medida que sus economías crecían, en España, cuanto más se enriquecía el país más lotería se consumía. Esta pauta de comportamiento se intensificó en la segunda mitad del siglo xx. En esta época, y sobre todo a partir del comienzo de la década de 1960, cuando el régimen de Franco abandonó sus políticas autárquicas e intervencionistas y abrió el país a los mercados internacionales, se inició un periodo de crecimiento económico sin precedentes. Si hasta mediados del siglo xx la economía del país era básicamente agraria, en el último cuarto de siglo España era ya un país posindustrial. A pesar de esta transformación económica tan extraordinaria y el incremento en los niveles de vida de los españoles, el interés por la lotería no decreció sino que, antes al contrario, aumentó a un ritmo más rápido que la tasa de crecimiento económico, de tal forma que en la década de los años noventa del siglo pasado, cuando la economía española se encontraba entre las diez más grandes del mundo, y el país se situaba en la posición veintiuno en el índice de desarrollo humano, las ventas de lotería representaban cerca de un 2% del producto interior bruto, casi el doble de lo que representaban a finales del siglo xix. Ni la legalización de casinos, bingos, máquinas tragaperras en 1977, ni los cambios demográficos, culturales, políticos y sociales que caracterizan el paso de una sociedad agraria a otra posindustrial afectó la pasión por la lotería de los españoles. Al parecer, debajo de todas aquellas transformaciones tan dramáticas en la sociedad española seguía intacto un hábito relacionado con la lotería que se resistía a desaparecer: la compra en compañía.

Se ha mantenido a pesar de estos cambios a gran escala, pero también de otros dentro del mercado del juego. En 1938, la ONCE obtuvo el derecho de lanzar una lotería con sorteo diario. Cuando se emitió, esta lotería era treinta veces más barata

que los décimos de la Lotería Nacional (Garvía, 1997, pp. 77-130). En 1946, aparecieron las Quinielas, dos veces más baratas que los décimos de la Lotería Nacional, y en 1985, se introdujo la Lotería Primitiva, una lotto moderna a un precio diez veces inferior al de la Lotería Nacional. En resumen, a partir de la segunda mitad del siglo xx, jugar a la lotería estaba al alcance de todo el mundo. Pero a pesar de la reducción tan importante de los precios y de la ausencia de un motivo económico que pudiera explicar la compra en compañía, muchos españoles decidieron seguir esta práctica, tal como se aprecia en la Tabla 5.

PORCENTAJE DE PERSONAS QUE JUEGAN EN COMPAÑÍA HABITUALMENTE EN TÉRMINOS DE:			PRECIO (EN EUROS)	CUOTA DE MERCADO
	(1) JUGADORES DE LA LOTERÍA CORRESPONDIENTE	(2) TOTAL POBLACIÓN ADULTA		
Conjunto de la Primitiva	25,05	17,35	1 a 1,5	31,01
ONCE	16,77	11,61	1 a 2,5	20,04
Lotería Nacional (no incluye Lotería de Navidad)	13,80	9,56	3 a 6	23,30
Quiniela	16,87	11,69	0,5	4,73
Al menos una de las loterías anteriores	45,50	31,52		
Lotería de Navidad	90,96	73,44	20	20,92
				100,00

Fuente: encuesta EuroNet 2005.
Nota: el Conjunto de la Primitiva incluye Lotería Primitiva, Bono Loto, el Gordo de la Primitiva, y Euromillones.

La Tabla 5 sugiere que la práctica de la compra en compañía se ha institucionalizado, ya que los factores que causaron el surgimiento inicial de esta práctica (i.e. precios relativos), no pueden explicar su posterior desarrollo y extensión (Tolbert y Zucker, 1983; Zucker, 1991). Aunque institucionalizada y separada de las razones económicas que explican su origen, es todavía posible pensar que un nuevo motivo económico ha sustituido al original. Más en concreto, aún cuando los ejemplos de Lamana, Baldomero y Leiva sugieren una motivación social (como la de preservar o mejorar la posición central que ocupaban dentro de sus redes sociales), se podía argumentar que las tasas superiores del juego en compañía de los españoles se explican mejor por las ventajas económicas que ofrece, dado que al compartir un billete de lotería los miembros de una compañía mejoran sus probabilidades de ganar un premio.

Existen motivos, sin embargo, para dudar de esta explicación económica. En primer lugar, si en términos matemáticos el valor esperado de un billete de lotería es el mismo si comparte o no, en la vida real no es así ya que existen costes de agencia (el riesgo de oportunismo) que deben ser incluidos en la función del valor esperado. En otras palabras, si en términos puramente económicos jugar a la lotería es irracional, jugar en compañía lo es todavía más, lo cual pone en entredicho una explicación puramente económica de esta práctica.

En segundo lugar, si jugar en compañía es un ejemplo de cooperación económica según la cual los jugadores combinan sus apuestas para mejorar sus probabilidades de ganar un premio, esta práctica equivale a transformar una lotería con grandes premios y pocas probabilidades de ganar en otra con premios pequeños pero con mayores probabilidades de ganar. Si esto es así, esto es, si los jugadores que comparten un billete lo hacen para aumentar sus probabilidades de ganar, debemos esperar que en comparación con los jugadores individuales, prefieran loterías con premios menores aunque más probables, que otras con premio mayores pero más improbables de ganar. Los datos de encuesta que aparecen en la Tabla 6 no apoyan esta hipótesis, y sugieren que tanto los jugadores individuales como los jugadores en compañía tienen preferencias bastante parecidas.

	LOTERÍAS QUE OFRECEN POCAS PROBABILIDADES DE GANAR Y GRANDES PREMIOS	LOTERÍAS QUE OFRECEN MÁS PROBABILIDADES Y PEQUEÑOS PREMIOS	TOTAL
Jugadores individuales	58,5	41,5	100
Jugadores en compañía	57,2	42,8	100
Chi-cuadrado (1) = 0,133, p = 0,716			
Fuente: Encuesta EuroNet 2005			

En tercer lugar, pero más importante, el carácter estacional del juego en compañía también pone en duda la explicación económica. Tal como se mencionó anteriormente, las tasas de la compra en compañía alcanzan su punto máximo en Navidad. En comparación con las más de 500 loterías se lanzan cada año en España, la lotería de Navidad representa un quinto de las ventas totales de lotería. Esta es la lotería más popular: en torno a tres cuartos de la población juegan a la lotería de Navidad, y un 55% sólo juegan en Navidad. Estos jugadores no juegan porque el valor esperado de un billete de lotería es más alto en Navidad, que no lo es. Tampoco juegan individualmente para probar su suerte sino para compartirla con otras personas: sólo el 10% juega individualmente mientras que el 90% prefiere compartir sus

billetes con otras personas. Sorprendentemente, los jugadores habituales de la Lotería Nacional también cambian su comportamiento en Navidad. Mientras que en otras épocas del año en torno a un quinto de ellos juegan en compañía, en Navidad lo hacen en la misma proporción que los que sólo juegan en Navidad. Por último, aunque pudiera mantenerse que la compra en compañía aumenta en Navidad porque los billetes de lotería son más caros en esta época, este no es un argumento convincente ya que el gasto medio en lotería de Navidad es casi cuatro veces el precio de un décimo²⁵.

Antes que por motivos económicos, parece más razonable que esta estacionalidad se deba a explicaciones de orden social: es en Navidad cuando los lazos sociales se fortalecen, cuando los grupos de amigos, compañeros de trabajo, familiares se reúnen para festejar, precisamente, que son amigos y parientes. También, es especialmente en Navidad cuando los españoles viajan a sus lugares de origen para encontrarse con los parientes y amigos que dejaron atrás. Es en Navidad, entonces, y como parte de ese ajetreo social tan intenso, cuando los billetes de lotería cobran especial relevancia como símbolos de lazos interpersonales.

Por último, existen datos cualitativos que también ofrecen contra-argumentos frente a una interpretación económica de la compra en compañía. La encuesta EuroNet 2005, mencionada anteriormente, forma parte de una investigación de mercado encargada por la Dirección de Loterías Españolas que también incluye un módulo cualitativo. El propósito de esta investigación era explorar el impacto de las apuestas realizadas por Internet y SMS, así como las nuevas loterías instantáneas de la ONCE sobre las ventas de lotería. Para ello se organizaron siete grupos de discusión en seis ciudades: Ávila, Barcelona, Madrid, Sevilla, Bilbao y Cádiz. Seis de estos grupos incluían tanto jugadores esporádicos como jugadores habituales, mientras que el otro lo formaban jugadores esporádicos y no-jugadores. En la selección de los participantes se procuró obtener una mezcla de edades, ingresos y niveles educativos. Las reuniones se realizaron con la ayuda de un moderador sujeto una guía de entrevistas que incluía tres temas principales: los motivos para jugar, las impresiones sobre diversos productos de lotería, y el impacto potencial de las nuevas formas de juego canalizadas por Internet y SMS. Aunque la pregunta de investigación no se refería al juego en compañía, las interacciones entre los entrevistados sobre sus motivos y experiencias a la hora de compartir un billete con otras personas son relevantes para esta discusión²⁶.

²⁵ Para datos de encuesta sobre la lotería de Navidad del 2006, véase <http://onlae.terra.es>. Los datos sobre tasas de juego en compañía de los jugadores que sólo juegan en Navidad y las preferencias de jugadores habituales proceden del Centro de Investigaciones Sociológicas, encuesta 2.316.

²⁶ Yo no participé en la organización de estos grupos, pero tuve acceso a las transcripciones.

Las transcripciones muestran, primero, que los jugadores en compañía son conscientes de los problemas de agencia. Uno de estos jugadores dijo:

“no soy partidario de compartir número con nadie porque me fío sólo de mi mismo,”

mientras que otro observó que:

“con estos juegos que tradicionalmente se comparten con varias personas, podrían sacar un sistema como dar un comprobante para cada uno de los que participan”.

En segundo lugar, cuando se introdujo explícitamente la cuestión del juego en compañía, la mayor parte de los participantes lo calificó como una “tradicción”, una “costumbre” o un “compromiso”, algo a lo que se sentían obligados para seguir formando parte del grupo. Así, un participante se refirió a:

“esa costumbre que todos tenemos, o esa necesidad de estar en el trabajo o en la pandilla y hacer una peña”.

Otro dijo:

“Yo a veces juego a la Lotería Nacional por mis amigos”,

mientras que un tercero observó que:

Participante: Juego con los compañeros —Sé que no me va a tocar..., es tan difícil...

Moderador: Entonces ¿por qué juegas?

Participante: Es como una costumbre... [además] no les voy a dejar solos, aunque no me gusta mucho.

Y, por último, cuando se le preguntó a una entrevistada por qué dejó de jugar la Quiniela, ésta respondió:

“antes era un compromiso, como puede ser el suyo, adquirido, y ahora es algo mío independiente. A veces la hago, a veces no, si me da el punto la hago, si no, no. Pero si siguiera trabajando en el mismo sitio lo seguiría haciendo.”

Esta dimensión tradicional y rutinaria de la compra en compañía fue resaltada por algunos jugadores al poner de relieve que se iniciaron en la lotería a través del juego en compañía:

“Yo [empecé] con dos compañeras de trabajo, bastante mayores ya las dos, pasadas de cincuenta, y por ellas fueron las que me incitaron a rellenar todas las semanas una Quiniela”.

Moderador: ¿Y cómo fue que empezasteis [a jugar]?

Participante: “Pues bueno, lo típico. Que [alguien pregunta] «¿quién quiere lotería de navidad?»».

La distinción entre motivos económicos y no económicos para jugar se hizo más evidente cuando a los jugadores se les pidió clasificar los juegos. En todos los grupos se distinguió entre loterías baratas y caras y entre loterías pasivas y activas, pero una clasificación común era entre las loterías que la gente suele jugar individualmente y por su propia iniciativa y las loterías que juegan en compañía. En el segundo caso, el motivo económico pierde importancia. Como señaló un participante:

“[las loterías que compras con otros] no lo haces por el premio, sino porque es un compromiso de todo el año. Las otras loterías [las juegas] por el premio”.

mientras mantenía que:

“[las loterías que juego solo] no lo hago por obligación (...) [al contrario] es algo que estás buscando”.

De la misma manera, mientras que algunos jugadores mencionaron que al jugar en compañía aumentaban sus probabilidades de ganar un premio, la mayoría de los jugadores incluían al juego en compañía dentro del repertorio de actividades de sus grupos sociales relevantes. Como señaló un entrevistado, compartir un billete “es cuestión de repartir amistad, si me toca a mí que te toque a ti también”, mientras que otro dijo: “juego en el trabajo a la Quiniela y parece que es algo que te une”.

Por último, esta dimensión social del juego en compañía se enfatizó de nuevo cuando los participantes hablaron sobre las apuestas en Internet y las loterías instantáneas. Mientras que la mayoría de participantes se preocupaban por factores de seguridad, otros mostraron poco interés en estas nuevas formas de jugar por motivos muy diferentes:

Participante 1: Porque si no se fastidian las cañas, macho.

Participante 2: Es que yo tengo la excusa de las cañas para echar la Quiniela.

Participante 1: Al revés. Tienes la excusa de la Quiniela para las cañas. [Risas].

La dimensión social del juego en compañía cobra más relevancia cuando los participantes de los grupos de discusión se refieren a la lotería de Navidad. Aquellas relaciones sociales donde no ha entrado en juego la lotería durante todo el año tienen más probabilidades de ser retomadas en Navidad por medio de la lotería. En Navidad la presión social de compartir o regalar un décimo es mayor:

Participante 1: "... tú vas y traes, vas a un sitio. Es el ejemplo que he puesto, no traes una figurita. Voy a traer un decimito de lotería, para el sábado mismo".

Participante 2: "Eso también se hace mucho en Navidad".

Participante 3: "Siempre ha sido así y parece que...".

En resumen, los datos cualitativos sugieren que el juego en compañía forma parte de una práctica social institucionalizada: una rutina o tradición, que bien pasiva o activamente, los españoles se sienten obligados a observar, sobre todo en Navidad. En otras palabras, y aunque no de manera concluyente, esta evidencia sugiere que la práctica contemporánea de la compra en compañía en España no se puede entender sin tomar en cuenta las creencias y expectativas sociales sobre lo que es adecuado entre amigos, parientes o colegas en referencia a la lotería. Compartir un billete de lotería con amigos o allegados no es, por tanto, un sustituto del juego individual, lo cual explica la asociación positiva de esta práctica con las ventas de lotería, ya mostradas en la Tabla 3. El juego en compañía en la España contemporánea, por tanto, tiene otro matiz. Separado de su lógica original, el juego en compañía se ha convertido en una práctica social institucionalizada donde los billetes de lotería han dejado de ser bienes puramente económicos para transformarse en símbolos de lazos interpersonales.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Por qué la gente juega la lotería es una pregunta que ha intrigado a los economistas durante mucho tiempo. Y aunque se han ofrecido diferentes estrategias para explicar esta práctica, ninguna parece satisfactoria. Tal como reconoció Arrow ya hace tiempo: "Existe un hecho común que va en contra de la premisa de la aversión al riesgo, a saber, los juegos de azar (...) No me detendré mucho en este punto, donde prefiero emular al predicador, quien, al exponer ante sus feligreses una cuestión teológica peliaguda observó con franqueza: «Hermanos, he aquí una gran dificultad;

reconozcámoslo y pasemos al siguiente punto» (Arrow, 1971, p. 90). Tanto las respuestas económicas como las sociológicas a la pregunta, de por qué la gente juega la lotería han sido de carácter atomista o individualista, han derivado en argumentos tautológicos, o se han basado en la irracionalidad de los jugadores. La pregunta, sin embargo, es de gran relevancia para la nueva sociología económica, y, particularmente para la teoría de la inclusión ya que a primera vista no existe una explicación clara para ello. Más en concreto, el introducir relaciones sociales en el análisis del comportamiento de los jugadores de lotería no nos dice mucho sobre lo que obtienen los jugadores al comprar un billete de lotería. La teoría de inclusión (*embeddedness theory*), por tanto, sólo es útil si se muestra que las redes de relaciones sociales tienen un impacto sobre la decisión de jugar, una decisión aparentemente irracional.

Mientras que, claramente, no se puede reducir el juego a aspectos puramente sociales, este trabajo se ha centrado en el juego en compañía, una pauta de comportamiento que muestra muy claramente que no es posible separar las transacciones económicas de la vida social. En este trabajo se ha intentado ofrecer una respuesta a por qué la gente juega la lotería y por qué en países ricos la gente sigue comprando billetes de lotería aún cuando sus niveles de riqueza y su bienestar económico están mejorando. Para contestar esta pregunta se han ofrecido datos históricos cualitativos y de encuesta. Un repaso histórico comparativo de la historia de las loterías comenzando en el siglo xvii demuestra que bajo condiciones de crecimiento económico y a pesar de medidas en contra de las loterías basadas en argumentos morales, el consumo de lotería decreció en la mayoría de países, mientras que en España aumentó a un ritmo todavía mayor que el del crecimiento económico. Los datos históricos sugieren que antes que diferencias en el valor esperado de los billetes de lotería, valores religiosos o explicaciones organizativas, el surgimiento y posterior extensión del juego en compañía explica mejor las diferencias entre países en el desarrollo de sus mercados de lotería. Sin embargo, aunque la compra en compañía puede explicarse en su origen por motivos económicos, estos dejan de ser relevantes cuando, en el siglo xx los españoles se pueden permitir jugar individualmente. La explicación alternativa, basada en las supuestas ventajas económicas de jugar en compañía como estrategia para incrementar las probabilidades de hacerse con un premio, tampoco parece suficiente para dar cuenta del mantenimiento de esta práctica.

El surgimiento y posterior extensión de la compra en compañía en España, por tanto, se explica mejor como un proceso de institucionalización mediante el cual compartir un billete de lotería se ha convertido en una práctica social rutinaria, basada en normas que prescriben compromisos sociales relacionados con juego de la lotería. En resumen, los datos contemporáneos sugieren que al compartir un billete de lotería, éste deja de ser un bien económico con un valor esperado negativo para convertirse en un objeto que simboliza lazos de confianza interpersonal que

conlleven sentimientos de confianza y de pertenencia al grupo, y que pueden inducir a las personas a embarcarse en una pauta de comportamiento aparentemente irracional.

Aunque es un factor importante para explicar las variaciones entre los mercados nacionales de lotería, el juego en compañía y los motivos que lo impulsan no explican del todo el comportamiento de los jugadores, ya que la mayoría de ellos juega individualmente. Aún así, una interpretación individualista o atomista que entiende el consumo de lotería como una inversión puramente económica plantea más preguntas que respuestas, y puede ser tan ingenua como el suponer que una pareja que sale a cenar lo hace para satisfacer sus necesidades nutricionales o, como dijo Cohen, como “reducir el sexo a un acto utilitario” (2001, pp. 735). En lugar de entenderlo como una inversión meramente económica, sería más realista, como sugieren Cohen (2001) y Beckert y Lutter (2007), ver el consumo de lotería como una decisión donde cuestiones como la identidad, el estatus, y el entorno social y cultural entran en juego (Rosenbaum, 1929), y consecuentemente, concebir los billetes de lotería como artículos de consumo. Como tales, los billetes de lotería pueden ser símbolos de lazos interpersonales y ser adquiridos precisamente por este motivo. Cuando éste no es el caso, otros factores explicativos diferentes a los que subyacen a la compra en compañía pueden estar en juego.

Futuras investigaciones sobre el juego de la lotería deberían examinar otros temas relevantes dentro de la sociología económica, incluyendo cuestiones de desigualdad. Existe un cuerpo de investigación muy amplio que demuestra el carácter fiscalmente regresivo de las loterías. Aunque en términos absolutos las personas relativamente ricas gastan más dinero en lotería que los pobres, son estos últimos quienes emplean una proporción más alta de sus ingresos en lotería (Clotfleter y Cook, 1991, pp. 224-225; Price y Novak, 1999). Los datos cualitativos sugieren que las compañías pueden invertir o reforzar este escenario. Por una parte, la compra en compañía puede atraer a las personas relativamente ricas y hacer las loterías menos regresivas. Por otro lado, puede engatusar, atrapar, e incrementar el gasto de los relativamente pobres y producir más regresividad. Hace falta más investigación para determinar cuál de estas dos posibilidades es más probable.

BIBLIOGRAFÍA

- Abt, V., Smith, J.F. y Christiansen, E.M., *The Business of Risk. Comercial Gambling in Mainstream America*, Lawrence, University Press of Kansas, Kansas, 1985.
- Abbott, A. *Time Matters. On Theory and Method*, University of Chicago Press, Chicago, 2001.
- Adams, D.J., *Playing the Lottery: Social Action, Social Networks and Accounts of Motive*, Tesis Doctoral, Department of Sociology, University of Arizona, 1996.
- , “My Ticket, My «Self»: Lottery Ticket Number Selection and the Commodification and Extension of the Self.” *Sociological Spectrum*, 21, (2001), pp. 455-477.
- Altabella, J., *La Lotería Nacional de España (1763-1962)*, Servicio Nacional de Loterías, Madrid, 1962.
- Applebaum, E. y Katz, E., “Market Constrains as a Rationale for the Friedman-Savage Utility Function”, *Journal of Political Economy* 89, (1981), pp. 819-825.
- Arrow, K. “The Theory of Risk Aversion”, *Essays in the Theory of Risk-Bearing*. North Holland Pub., Ámsterdam, 1971, pp. 90-120.
- Beckert, J. y Lutter, M., “Wer spielt hat schon verloren? Zur Erklärung des Nachfrageverhaltens auf dem Lottomarkt”, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 59, (2007), pp. 241-271.
- Bellhouse, D.R., “The Genoese Lottery”, *Statistical Science*, 6 (2), (1991), pp. 141-148.
- Bigwood, G., *La loterie aux Pays-Bas autrichiens*, Bruselas, 1912.
- Blanche, E.E., “Lotteries, Yesterday, Today and Tomorrow”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 269, (1950), pp. 71-76.
- Bloch, H.A., “The Sociology of Gambling”, *American Journal of Sociology*, 57 (3), (1951), pp. 215-221.
- Boudon, R., “Sentiments de Justice et inégalités sociales”, *Le juste et le vrai*, Fayard, París, 1995, pp. 373-404.
- Browne, B.A. y Brown, D.J. “Predictors of Lottery Gambling Among American College Students”, *The Journal of Social Psychology*, 134 (3), (1994), pp. 339-347.
- Burger, J.M. y Hemans, L. T. “Desire for control and the use of attribution processes”, *Journal of Personality*, 56 (3), (1988), pp. 531-546.
- Calvo-Armengol, A. y Jackson, M.O., “The Effects of Social Networks on employment and Inequality”, *The American Economic Review*, 94 (3), (2004), pp. 426-454.
- Camerer, C.F. “Individual Decision Making”, vol 3, en J.H. Kagel y A.E. Roth (eds.) *The Handbook of Experimental Economics*, Princeton University Press, Princeton, NJ, 1995, pp. 587-704.
- Canga Argüelles, J., *Diccionario de Hacienda*, 5 vols. Londres, 1827.

- Carreras, A., *Estadísticas históricas de España, siglos XIX-XX*. Fundación Banco Exterior, Madrid, 1989.
- Casella, A. y Rauch, J.E., “Anonymous Market and Group Ties in International Trade”, *Journal of International Economics*, 58, (2002), pp. 19-47.
- Clotfelter, C.T. y Cook, P.J., *Selling Hope. State lotteries in America*. Harvard University Press, Massachusetts, Cambridge, 1991.
- , Cook, P.J., Edell, J.A. y Moore, M., *State Lotteries at the Turn of the Century: Report to the National Gambling Impact Study Commission* disponible en <http://govinfo.library.unt.edu/ngisc>, 1999.
- Cohen, L.R., “The Lure of the Lottery”, *Wake Forest Law Review*, 36 (3), (2001), pp. 705-744.
- Colmeiro, M., *Tratado elemental de economía política ecléctica*, 2 vols., Madrid, 1845.
- Comín, F., *Hacienda y economía en la España contemporánea, (1800-1936)*, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, 1988.
- , *Historia de la hacienda pública*, 2 vols., Crítica, Barcelona, 1996.
- Conlisk, J., “The Utility of Gambling”, *Journal of Risk and Uncertainty*, 6 (3), (1993), pp. 255-275.
- Cornish, D.B., *Gambling: a review of the literature and its implications for policy and research*. Home Office Research Study, 42, Home Office Research Unit, Londres, 1978.
- Creigh-Tytle, S. y Farrell, L. “Is the UK National Lottery experiencing lottery fatigue?”, *The Economics of Gambling*, ed. L.V. Williams, Routledge, Londres, 2003, pp. 165-181.
- De Marchi, N., “The role of Dutch auctions and lotteries in shaping the art(s) markets on 17th Century Holland”, *Journal of Economic Behavior and Organization* 28 (2), 1995, pp. 203-221.
- Devereux, E.C., Jr., *Gambling and the Social Structure. A Sociological Study of Lotteries and Horse Racing in Contemporary America*, 2 vols., Arno Press, Nueva York, [1949] 1980.
- Dietrich, B., *Spiel und die Klassenlotterie*, Dresden, 1887.
- Dobbs, I.M., “Risk Aversion, Gambling and the Labour-Leisure Choice”, *Scottish Journal of Political Economy*, 35 (2), (1988), pp. 171-175.
- Douglass, M., *Risk and Blame: Essays in Cultural Theory*, Routledge, Londres, 1992.
- Downes, D.M., Davies, B.P., David, M.E. y Stone, P., *Gambling, work and leisure: a study across three areas*, Routledge y Kegan Paul, Londres, 1976.
- Duval, E., “Loterías”, en *Dictionnaire de l'Économie Politique*, vol. II, Ch. Coquelin y Guillaumin, (eds.), 12.ª edición, París, 1854, pp. 106-107.

- Eadington, W.E., "Economic Perceptions of Gambling Behavior", *Journal of Gambling Behavior*, 3 (4), (1988), pp. 264-273.
- Eden, B., "An Expected Utility Function for the Insurance Buying Gambler", *Review of Economic Studies*, 46 (4), (1979), pp. 741-742.
- Edwards, W., "Subjective probabilities inferred from decision", *Psychological Review* 69 (2), (1962), pp. 109-135.
- Endemann, F., *Beitrage zur Geschichte der Lotterie und zum heutigen Lotterierecht*. Bonn, 1882.
- Ewen, C., *L'Estrange. Lotteries and Sweepstakes*, Heath Cranton, London, 1932.
- Farrell, L., Hartley, R., Lanot, G. y Walker, I., "The Demand for Lotto: The Role of Conscious Selection", *Journal of Business and Economic Statistics*, 18 (2), (2000), pp. 228-241.
- Fennema, H. y Wakker, P., "An Explanation and Characterization for the Buying of Lotteries", *Decision Theory and Decision Analysis. Trends and Challenges*, ed. S. Ríos, Kluwer, Boston, Massachusetts, 1994, pp. 163-175.
- Flemming, J.S., "The Utility of Wealth and the Utility of Windfalls", *Review of Economic Studies*, 36, (1969), pp. 55-66.
- Flora, P., ed., *State, Economy, and Society in Western Europe 1815-1975*, 2 vols., Campus Verlag, Frankfurt, 1983.
- Flórez Estrada, A., *Curso completo de economía política*, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, [1828] 1980.
- Foster, G.M., "Peasant society and the Image of Limited Good", *American Anthropologist*, 67, (1965), pp. 293-315.
- Frey, J., "Gambling: A sociological review", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 474, (1984), pp. 107-121.
- Friedman, M. y Savage, L.J., "The Utility Analysis of Choices Involving Risk", *Journal of Political Economics*, 56 (4), (1948), pp. 279-304.
- Garret, T.A., "An International Comparison and Analysis of Lotteries and the Distribution of Lottery Expenditures", *International Review of Applied Economics*, 15 (2), (2001), pp. 213-227.
- Garvía, R., *En el país de los ciegos. La ONCE desde una perspectiva sociológica*, Hacer, Barcelona, 1997.
- Geertz, C., "Deep Play: notes on the Balinese Cockfight", *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, Nueva York, 1972, pp. 412-453.
- Gentry, C., *The Madams of San Francisco*, Comstock, Sausalito, Ca., 1964.
- Gramsci, A. "La religione, il lotto e l'oppio della miseria", *Note sull Machiavelli sulla politica e sullo stato moderno*, Giulio Einaudi, Turín, (1949), 1974, pp. 288-292.
- Granovetter, M., "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91, (1985), pp. 481-510.

- , “A Theoretical Agenda for Economic Sociology”, *The New Economic Sociology*, ed. M.F. Guillén, R. Collins, P. England, y M. Meyer, Russell Sage Foundation, Nueva York, 2002, pp. 35-60.
- Griffiths, M.D., y Wood, R.T.A. “The psychology of lottery gambling”, *International Gambling Studies*, 1, (2001), pp. 27-44.
- Grotjan, H., *Das Kölner Lotto*, Colonia, 1923.
- Guillén, M.F., Collins, R., England, P. y Meyer, M., “The revival of economic sociology”, *The New Economic Sociology*, ed. M.F. Guillén, R. Collins, P. England y M. Meyer, Russell Sage Foundation, Nueva York, 2003, pp. 1-32.
- Hakansson, N.H., “Friedman-Savage Utility Functions Consistent With Risk Aversion”, *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), (1970), pp. 472-487.
- Hartley, R. y Farrell, L., “Can Expected Utility Theory Explain Gambling?”, *American Economic Review*, 92 (3), (2002), pp. 613-624.
- Heimer, C.A., “Social Structure, Psychology, and the Estimation of Risk”, *Annual Review of Sociology*, 14, (1988), pp. 441-519.
- Herman, R.D., “Gambling as work: a sociological study of the race track”, *Gambling*, ed. R.D. Herman, Harper and Row, Nueva York, 1967, pp. 87-106.
- Herrero, H., *El monopolio de una pasión. Las Reales Loterías en tiempos de Carlos III*. Lotería Nacional, Universidad de Valladolid, Valladolid, 1992.
- Hill, E. y Williamson, J. “Choose six numbers, any numbers”, *The Psychologist, Bulletin of The British Psychological Society*, 11, (1998), pp. 17-21.
- Houtman-de Smedt, H., “North-West Europe under the Spell of Lotteries”, *Homo Ludens*, 7, (1997), pp. 69-98.
- Jackson, M.O., “The Study of Social Networks in Economics”, en prensa, *The Missing Links: Formation and Decay of Economic Networks*, ed. J.M. Poldony, y J.E. Rauch, Russell Sage Foundation, Nueva York, 2007.
- , y Wolinsky, A., “A Strategic Model of Social and Economic Networks”, *Journal of Economic Theory*, 71, (1996), pp. 44-74.
- Jakob, L.H., *Ciencia de la hacienda pública*, Madrid, (1805) 1885.
- Justino, D., “A evolução do produto nacional bruto em Portugal, 1850-1900 –algumas estimativas provisórias”, *Análise Social*, 23, (1987), pp. 451-461.
- Kahneman, D. y Tversky, A., “Prospect Theory. An Analysis of Decision under Risk”, *Choices, Values and Frames*, ed. D. Kahneman y A. Tversky, Cambridge University Press, Cambridge, 2000, pp. 17-43.
- Kali, R., “Endogenous Business Networks”, *Journal of Law, Economics and Organization*, 15 (3), (1999), pp. 615-636.
- Kallick-Kaufmann, M. y Reuter, P., “Gambling in the U.S.: Public Finance or Public Problem”, *Monograph of The Journal of Social Issues*, 35 (3), (1979).

- Kanner, S., *Das Lotto in Österreich. Ein Beitrag zur Finanzgeschichte Österreichs*, Viena, 1898.
- Kausel, A., "Österreichs Volkseinkommen 1830 bis 1913", *Geschichte und Ergebnisse der zentralen amtlichen Statistik in Österreich 1829-1979*, Österreichischen Statistischen Zentralamt, Beiträge zur österreichischen Statistik, Heft 550, Viena, 1979, pp. 689-720.
- Kim, Y.C., "Choice in the Lottery-Insurance Situation Augmented-Income Approach", *Quarterly Journal of Economics*, 87 (1), (1973), pp. 8-56.
- King, K.M., "Gambling: Three Forms and Three Explanations", *Sociological Focus*, 18 (3), (1985), pp. 235-248.
- Kiser, E., "Comparing Varieties of Agency Theory in Economics, Political Science, and Sociology: An Illustration from State Policy Implementation", *Sociological Theory*, 17 (2), (1999), pp. 146-170.
- Koch, J.Th., *Geschichte des Lotteriewesens in Bayern*, München, 1908.
- Kranton, R.E. and Minehart, D. "A Theory of Buyer-Seller Networks", *The American Economic Review*, 91 (3), (2001), pp. 485-508.
- Kugler, K., *Die Klassenlotterien in Deutschland*, Tesis Doctoral, Würzburg, 1923.
- Landes, D.S., *The Wealth and Poverty of Nations: Why Some Are so Rich and Some so Poor*, Norton, Nueva York, 1998.
- Langer, E.J., "The Illusion of Control", *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, (1975), pp. 311-328.
- Lasson, A., *Lotterie und Volkswirtschaft*, Volkswirtschaftlichen Gesellschaft in Berlin, Heft 123-124, Berlín, 1894.
- Leonnet, J., *Les loteries d'Etat en France aux XVIIIe et XIXe siècles*, Imprimerie Nationale, París, 1963.
- Light, I., "Numbers Gambling Among Blacks: A Financial Institution". *American Sociological Review*, 42 (6), (1997), pp. 892-904.
- Lopes, L.L., "Psychology and Economics: Perspectives on risk, cooperation, and the marketplace", *Annual Review of Psychology*, 45, (1994), pp. 197-227.
- Macry, P., *Giocare la vita. Storia del lotto a Napoli tra Sette e Ottocento*, Doncelli, Roma, 1997.
- Majorana, S., "Il monopolio del lotto, I y II" en *Rivista di Politica Economica*, vol. 21, (1931), n.º, 9, pp. 965-974; y n.º 11, pp. 1.097-1.108.
- Malaby, T.M., *Gambling Life: Dealing in Contingency in a Greek City*, University of Illinois Press, Urbana, Illinois, 2003.
- Marcinowski, F., *Das Lotteriewesen in Königreich Preussen*, Georg Reimer, Berlín, 1892.
- Markowitz, H.M., "The Utility of Wealth", *Journal of Political Economy*, 60 (2), 1952, pp. 151-158.

- Marx, K., *The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte*, International Publishers, Nueva York, [1852], 1963.
- McCaffery, E.J., “Why people play lotteries and why it matters”, *Wisconsin Law Review*, 1994, pp. 71-122.
- McCall, G.J., “Symbiosis: The case of Hoodoo and the Numbers Racket”, *Social Problems*, 10, (1963), pp. 361-371.
- McMillen, J., “Understanding Gambling: History, Concepts, and Theories”, *Gambling Cultures*, ed. J. McMillen, Routledge, Londres, 1996, pp. 6-42.
- Meinert, D.B., Lumpkin, J.R. y Reich, R.V., “Public Opinions Toward State Lotteries: A Comparison of Non-Player and Player Views”, *Journal of Social Behavior and Personality*, 4 (5), (1989), pp. 481-490.
- Ministero delle Finanze, *Il bilancio del Regno d'Italia dal 1862 al 1912-1913*, Roma, 1914.
- Mitchell, B.R., *International Historical Statistics: Europe 1750-1988*, Columbia University Press, Nueva York, 1976.
- Moe, T.M., “The New Economics of Organization”, *American Journal of Political Science*, 28 (4), (1984), pp. 739-777.
- Müller, J., *Die Lotterie vom praktischen Standpunkte*, Praga, 1899.
- Mühlpeck, V., Sandgruber, R. y Woitek, H., “Index der Verbraucherpreise 1800 bis 1914. Eine Rückberechnung für Wien und den Gebietsstand des heutigen Österreich”, *Geschichte und Ergebnisse der zentralen amtlichen Statistik in Österreich 1829-1979*, Österreichischen Statistischen Zentralamt, Beiträge zur österreichischen Statistik, Heft 550, Viena, 1979, pp. 649-688.
- Murrell, M.E., “Why People Gamble: A Sociological Perspective”, *Gambling Today*, ed. D. Lester, Thomas, Springfield, Illinois, 1979, pp. 84-105.
- National Lottery Commission, Report on Participation, Expenditure, and Attitudes. Authored by Kerry Sproston, disponible en www.natlotcomm.gov.uk, 2003.
- Neves, A.C., *Lotaria Nacional. Subsídios para sua história*, Lotaria Nacional, Lisboa (n.d.).
- Ng, Y.-K., “Why do people buy lottery tickets? Choices involving risks and the indivisibility of expenditure”, *Journal of Political Economy*, 73 (5), (1965), pp. 530-535.
- Nibert, D., *Hitting the Lottery Jackpot*, Government and the Taxing of Dreams, Monthly Review Press, Nueva York, 2000.
- Nina, L., *La teoría del Lotto di Stato*, Editori Fratelli Bocca, Turín, 1905.
- Olózaga, J. M., *Tratado de economía política*, 2 vols., Madrid, 1885.
- Pareto, V., *Compendium of General Sociology*, University of Minnesota Press, Minneapolis, (1920) 1980.
- Paul, W., *Erspieltes Glück. 500 Jahre Geschichte der Lotterien und des Lotto*, Deutschen Klassenlotterie Berlin, Berlín, 1978.

- Peppard, D.M. Jr., "Government as Bookie: Explaining the Rise of Lotteries for Revenue", *Review of Radical Political Economics*, 19 (3), 1987, pp. 56-68.
- Pérez Galdós, B., *Fortunata y Jacinta*, [1886-1887], 2 vols., Cátedra, Madrid, 1994.
- Petersen, T., "The Principal-Agent Relationship in Organizations", *Economic Approaches to Organizations and Institutions*, ed. P. Foss, Aldershot, Ashgate, 1995, pp. 187-212.
- Petty, W., *Treatise on Taxes and Contributions*, (disponible en <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/petty>), Londres, 1662.
- Poldony, J.M., "Networks as the Pipes and Prisms of the Market", *American Journal of Sociology*, 107 (1), 2001, pp. 33-60.
- Prados, L., *El progreso económico de España, 1850-1913*, Fundación BBVA, Madrid, 2003.
- Predöhl, M.G.A., *Die Entwicklung der Lotterie in Hamburg*, Hamburgo, 1908.
- Price, D.I. y Shawn Novak, E., "The Tax Incidence of Three Texas Lottery Games: Regressivity, Race and Education", *National Tax Journal*, 52 (4), (1999), pp. 741-753.
- Rauch, J.E. y Casella, A., editores, *Networks and Markets*, Russell Sage Foundation, Nueva York, 2001.
- Rauch, J.E. y Hamilton, G.G., *Networks and Markets*, ed. J.E. Rauch, y A. Casella, Russell Sage Foundation, Nueva York, 2001, pp. 1-29.
- Rachlin, H., Siegel, E. y Cross, D., "Lotteries and the Time Horizon", *Psychological Science*, 5 (6), (1994), pp. 390-393.
- Raven, J., "The Abolition of the English State Lotteries", *The Historical Journal*, 34, (1991), pp. 371-389.
- Rèpaci, F.A., "Teoria e pratica del giuoco del lotto in Italia negli ultimi tre quarti di secolo dalla sua istituzione", *Memoire della Reale Accademia delle Scienze di Torino*, Turín, 1941, pp. 175-221.
- Richards, R.D., "The Lottery in the History of English Government Finance." *Economic History*, 3, (1934), pp. 57-76.
- Roger, P., *Lotomania: approche scientifique du jeu et du comportement des joueurs*. Editions Village Mondial, París, 2005.
- Rogers, P. y Webley, P., "«It could be us!», Cognitive and social psychological factors in UK National Lottery play", *Applied Psychology: An International Review*, 50 (1) 2001, pp. 181-199.
- Rönning, W., *Das Reichs-und Landes-Lotterie-und sonstige Glückspielstrafrecht im Gebiete der preussischen Lotteriegemeinschaft*, Rostock i. M., 1907.
- Roreto, C.I., *Del giuoco del lotto considerato ne'suoi effete morali, politici ed economici*, Turín, 1853.
- Rosecrance, J., "Why regular gamblers don't quit. A sociological perspective", *Sociological Perspectives*, 29 (3), (1986), pp. 357-378.

- Rosenbaum, E.F., "Against naïve materialism: culture, consumption and the causes of inequality", *Cambridge Journal of Economics*, 23, (1999), pp. 317-336.
- Salcedo, E., *Vida de don Miguel*, Anaya, Madrid, 1964.
- Say, J.-B., *Tratado de economía política*, 3 vols., Madrid, (1803) 1816.
- Schama, S., *The Embarrassment of the Riches*, Alfred Knopf, Nueva York, 1987.
- Schanz, G., "Der Lotterietat in der preussischen Kammer 1885", *Finanz-Archiv*, 2 (2), (1885), pp. 78-96.
- Schmidt, B., "Die Deutschen Staatslotterien in den letzten vier Jahrzehnten", *Zeitschrift für die Gesamte Staatswissenschaft*, 2, (1912), pp. 298-337.
- Schoemaker, P.J.H., "The Expected Utility Model: Its Variants, Purposes, Evidence and Limitations", *Journal of Economic Literature*, 20, (1982), pp. 529-563.
- Scholliers, P. y Zamagni, V. eds., *Labour's Rewards. Real Wages and Economic Change in 19th and 20th Century Europe*, Edward Elgar Pub., Aldershot, 1995.
- Schremmer, D.E., "Taxation and public finance: Britain, France and Germany", *The Cambridge Economic History of Europe*, vol. 8, ed. P. Mathias y S. Pollard, Cambridge University Press, Cambridge, 1989, pp. 315-494.
- Scott, F. y Garen, J., "Probability of purchase, amount of purchase, and the demographic incidence of the lottery tax", *Journal of Public Economics*, 54, (1994), pp. 121-143.
- Seelig, E., "Lotteries", vol. 9, *Encyclopaedia of the Social Sciences*, ed. E.R.A. Seligman y A. Johnson, MacMillan, Nueva York, 1933, pp. 611-616.
- Sieghart, R., *Geschichte und Statistik des Zalenlotos in Oesterreich*, Freiburg i B., 1898.
- Simmel, G., *The Philosophy of Money*, Routledge, Londres, (1907) 1990.
- Simpson, J., "Real wages and labour mobility in Spain, 1860-1936", *Labour's Reward. Real wages and economic change in 19th and 20th Century Europe*, ed. P. Scholliers y V. Zamagni, Edward Elgar, Hants, 1995, pp. 182-198 y 250-252.
- Simon, J., "Dreams and Disillusionment: A Dynamic Model of Lottery Demand", Jonathan Simon, ed., *Four essays and a note on the demand for lottery tickets and how lotto players choose their numbers*, Tesis Doctoral, Departamento Económico, European University Institute, 1998.
- Smith, A., *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, William Benton, Londres, (1776) 1952.
- Sgourev, S.V. y Zuckerman, E.W., "Breaking UP is Hard to Do: Irrational Overcommitment in an Industry Peer Network", disponible en <http://web.mit.edu/ewzucker/www/>, 2006.
- Stigler, S.M., "Casanova, «Bonaparte», and the Loterie de France", *Journal de la Société Française de Statistique*, 144 (1-2), 2003, pp. 5-34.
- Strazzullo, F., *I giochi d'azzardo e il lotto a Napoli*, Ligure Editore, Nápoles, 1987.

- Talleyrand. *Des Loteries*, disponible en <http://perso.club-internet.fr/pcombal/loteries.html>), 1789.
- Tec, N., *Gambling in Sweden*, Totowa, Nueva Jersey, Bedminster, 1964.
- Thomas, K., *Religion and the Decline of Magic*, Charles Scribner's Sons, Nueva York, 1971.
- Tolbert, P.S. y Zucker, L.G., "Institutional Sources of Change in the Formal Structure of Organizations: The Diffusion of Civil Service Reform, 1880-1935", *Administrative Science Quarterly*, 28 (1983), pp. 22-39.
- Tversky A. y Kahneman, D., "Advances in Prospect Theory", in *Choices, Values, and Frames*, editado por Daniel Kahneman y Amos Tversky, Russel Sage Foundation y Cambridge University Press, Nueva York, 2000, pp. 44-65.
- Ullmann, H.-P. "Der Staat, die Spieler und das Glück: Lotterien im Deutschland des 18. und 19. Jahrhunderts", *Historische Kommission zu Berlin*, Informationen, Beiheft, 14, Berlín, 1991.
- Vance, J., *An Analysis of the Costs and Benefits of Public Lotteries. The Canadian Experience*, The Edwin Mellen Press, Lewiston, 1989.
- Von Heckel, M. "Lotterie und Lotteriesteuern", *Handwörterbuch der Staatswissenschaften*, 2.^a ed., Jena, 1900, pp. 638-649
- von Westhoven, H., *Die Deutschen Staatslotterien. Vergleichung der Lotterien bezüglich ihrer grösseren oder geringen Günstigkeit*, Hanover, 1903.
- Walker, I., "The economic analysis of lotteries", *Economic Policy* 13, (1998), pp. 359-401.
- Wärneryd, K.-E., "Risk attitudes and risky behaviour", *Journal of Economic Psychology*, 17, (1996), pp. 749-770.
- Warschauer, O., *Die Zahlenlotterie in Preussen*, Berlín, 1885.
- , "Die Geschäftsergebnisse der Klassenlotterie in Preussen und die Versuche bezüglich deren Aufhebung", *Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im deutschen Reich*, 42 (1886), pp. 149-172.
- Weber, W., "Zwischen gesellschaftlichem Ideal und politischem Interesse", *Archiv für Kulturgeschichte*, 69, (1987), pp. 116-149.
- Weidlich, C., *La questione del lotto. (Conservazione o abolizione?)*, Palermo, 1922.
- Winn, B.M. y Whicker, M.L., "Indicators of state lottery adoptions", *Policy Studies Journal*, 18 (2) 1989-1990, pp. 293-304.
- Zelizer, V., *The Social Meaning of Money*, Basic Books, Nueva York, 1994.
- , "Enter Culture", *The New Economic Sociology*, ed. M.F. Guillén, R. Collins, P. England y M. Meyer, Russell Sage Foundation, Nueva York, 2002, pp. 101-125.
- Zola, I.K., "Observations on Gambling in a Lower-class Setting", *Howard S. Becker, The Other Side. Perspectives on Deviance*, The Free Press, Londres, 1964.

- Zollinger, M., “Verkauf der Hoffnung. Das Zahlenlotto in Österreich bis zu einer Verstaatlichung 1787: wirtschafts- und finanzpolitische Aspekte”, *Lotto und andere Glückspiele*, ed. G. Strejcek, Linde Verlag, Viena, 2003, pp. 127-170.
- Zucker, L.G., “The Role of Institutionalization in Cultural Persistence”, *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, ed. W.W. Powell y P.J. DiMaggio, University of Chicago Press, Chicago, 1991, pp. 83-107.
- Zuckerman, E.W., “Do Firms and Markets Look Different? Repeat Collaboration in the Feature Film Industry”, disponible en <http://web.mit.edu/ewzucker/www/>, 2004.

