



Sesión 3.

Actividad 3.1.

La agencia de publicidad



En la sesión de hoy

Plantearemos una **postura crítica** ante las tácticas manipulativas de los mensajes publicitarios.

Para ello

1. Debatiremos sobre el impacto de la publicidad en la conducta de juego.
2. Conoceremos las estrategias publicitarias.



¿Juguéis o no a apuestas, recordáis haber visto anuncios o publicidad de apuestas?

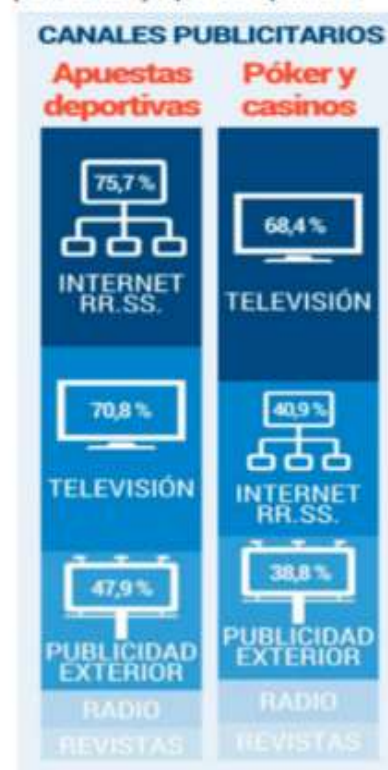
¿A través de qué canales o medios?

- Pop-Ups y banners al navegar.
- Anuncios (Spots) en Internet, en TV, en radio, en prensa...
- Emplazamiento del producto. Las escenas de las películas.
- Spam – Bulk. Listas de correo y Redes Sociales.
- Financiación de equipos, eventos...
- Publicidad en la calle.
- Los artículos pagados y los publrreportajes.

1.1. Investigaciones sobre publicidad y frecuencia de juego en adolescentes



Figura 9. Presión mediática por canal y tipo de apuesta



Lloret Irlés, D., Cabrera Perona, V., Falces Delgado, C., García Andreu, H., y Mira Molina, S.(2020). ¡¡jóvenes a jugar!! Análisis del impacto de la publicidad en el juego de apuestas en adolescentes. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad.

1.2. Inversión en publicidad

Trimestre Concepto	2024.T3		
	Cantidad	% Var Trim	% Var Anual
Cuentas nuevas	459.543	1,66	42,40
Depósitos	1.141.839.084	4,62	23,67
GGR	348.094.418	0,49	14,41
Marketing	131.656.249	9,70	40,90
Retiradas	802.232.490	7,37	30,32

Tabla 1: Magnitudes principales

Segmento	2021.T3	2022.T3	2023.T3	2024.T3
Apuestas	32,66	37,59	37,30	39,05
Bingo	1,92	1,49	1,20	1,05
Casino	54,69	51,98	52,67	54,01
Concursos	0,06	0,01	0,01	0,00
Póquer	10,66	8,93	8,61	5,89
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabla 2: Distribución porcentual de GGR



MERCADO DE JUEGO ONLINE ESTATAL

Evolución anual



(*) Datos extraídos del Sistema de Control Interno



¿Creéis que ver publicidad de apuestas está relacionado con apostar anteriormente?

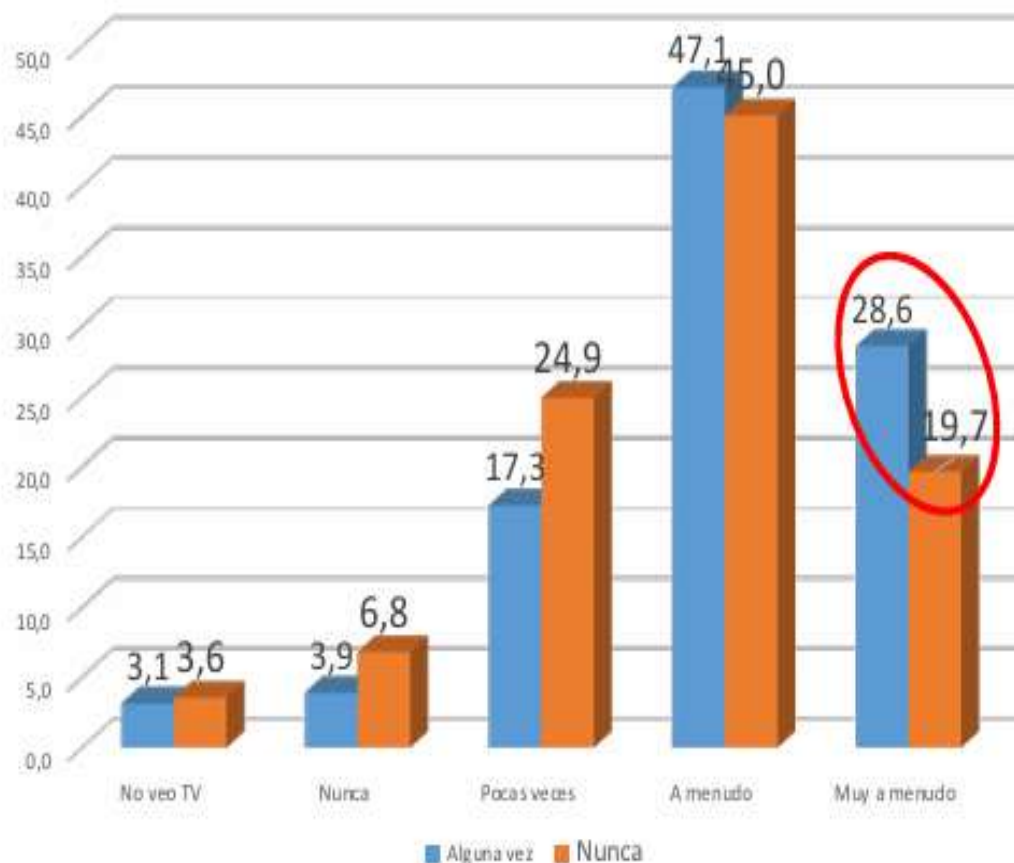


En las investigaciones realizadas, se ha visto que aquellos/as chicos/as que decían ver mucha más publicidad de apuestas, jugaban con mayor frecuencia.

Por eso las casas de apuestas invierten tanto en publicidad, porque está demostrado que cuanto más invierten, mayor es el número de jugadores.

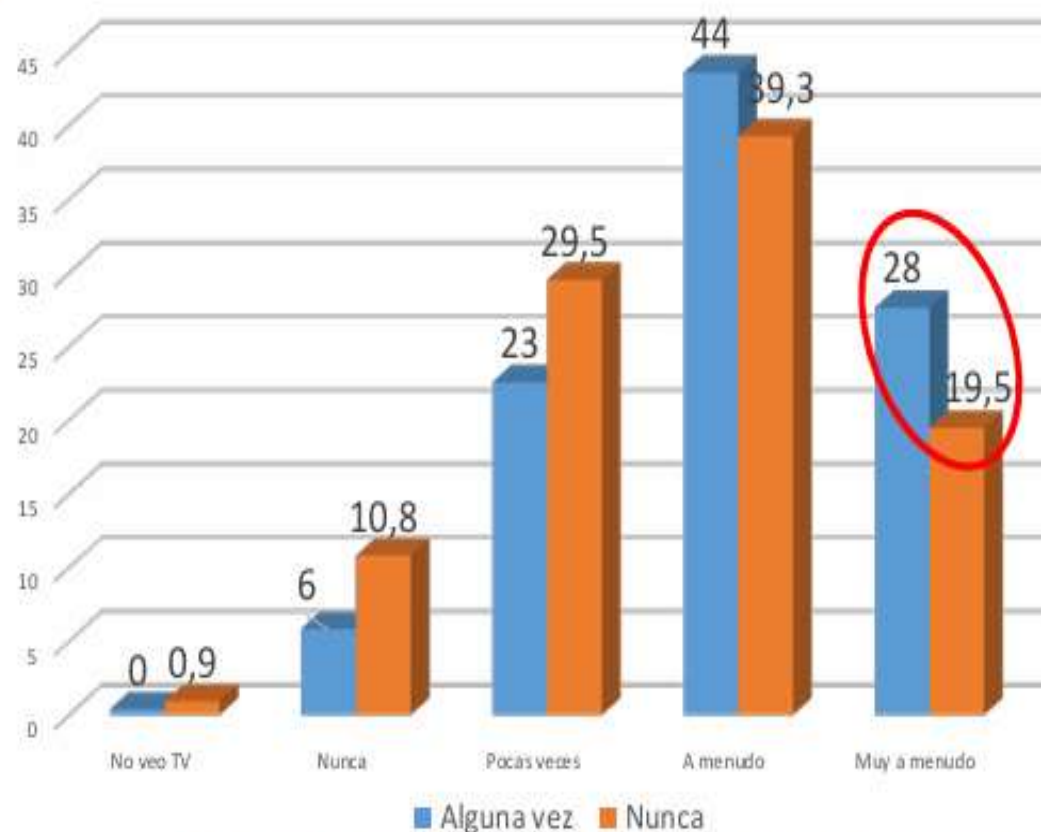


¿Cuántas veces has visto u oído anuncios de **apuestas deportivas** en televisión?





¿Cuántas veces has visto u oído anuncios de **apuestas deportivas** en Internet?



Los que informan haber jugado alguna vez (azules), recuerdan haber visto más publicidad de apuestas deportivas en Internet que los que nunca juegan (naranjas).

Estudio sobre el juego con apuesta y otras conductas adictivas en adolescentes y jóvenes en la ciudad de Zaragoza.
CMAA. Ayuntamiento de Zaragoza.

JUEGO CON DINERO

EDAD PRIMERA VEZ - CENTROS EDUCATIVOS



CENTROS EDUCATIVOS	TOTAL	EDAD						
		12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 y más años
Base J2A "Ha jugado online"	121	17	14	17	21	17	19	16
A QUÉ EDAD JUGÓ POR PRIMERA VEZ ONLINE (MEDIA)	12,84	9,43	11,00	10,56	13,15	13,27	14,50	14,67
Base J2B "Ha jugado presencial"	199	20	27	36	24	32	37	23
A QUÉ EDAD JUGÓ POR PRIMERA VEZ PRESENCIAL (MEDIA)	12,77	9,40	11,05	10,19	12,93	14,28	13,50	16,23

CENTROS EDUCATIVOS	TOTAL	ZONA								GÉNERO			TIPO DE CENTRO		
		Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6	Zona 7	Zona 8	Hombre	Mujer	Otros	Concertado	Público	Privado
Base J2A "Ha jugado online"	121	10	12	8	6	33	25	6	21	92	25	2	60	56	5
A QUÉ EDAD JUGÓ POR PRIMERA VEZ ONLINE (MEDIA)	12,84	11,86	12,75	12,00	16,83	12,94	13,50	10,00	11,36	12,97	11,82	14,50	10,63	15,25	12,00
Base J2B "Ha jugado presencial"	199	35	19	12	13	41	37	13	29	139	56	2	83	93	23
A QUÉ EDAD JUGÓ POR PRIMERA VEZ PRESENCIAL (MEDIA)	12,77	11,81	13,27	10,22	14,92	10,24	14,97	11,22	13,38	13,12	11,74	14,50	11,15	14,26	12,52



<https://www.zaragoza.es/sede/servicio/publicacion-municipal/12305>

JUEGO CON DINERO **EDAD PRIMERA VEZ - CENTROS EDUCATIVOS**



EDAD PRIMERA VEZ JUEGO CON DINERO

ONLINE

MEDIA
12,8 años

Base J2A "Ha jugado online" 121 casos

En los centros educativos,
la edad media de la
primera experiencia de
juego con dinero, tanto
online como presencial,
es de 12,8 años.

EDAD PRIMERA VEZ JUEGO CON DINERO

PRESENCIAL

MEDIA
12,8 años

Base J2B "Ha jugado presencial" 199 casos

ESTUDES 2023



TIPOS DE JUEGOS CON LOS QUE LA POBLACIÓN DE ESTUDIANTES DE ENSEÑANZAS SECUNDARIAS DE 12-13 AÑOS Y DE 14-18 AÑOS HA JUGADO DINERO ONLINE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGÚN SEXO (%). ESPAÑA, 2023.

	ESTUDES 12-13 años				ESTUDES 14-18 años			
	Sexo				Sexo			
	Total				Total			
Videojuegos	 63,8	 66,9	 56,8		 51,5	 51,8	 49,9	
Juegos de cartas	 27,6	 28,0	 26,7		 16,9	 16,0	 20,9	
eSports	 17,9	 19,3	 14,5		 21,8	 21,6	 22,6	
Apuestas deportivas	 16,5	 19,0	 10,6		 35,2	 36,5	 28,9	
Quinielas	 12,5	 12,9	 11,6		 19,5	 18,6	 23,4	
Loterías, primitiva	 11,1	 10,0	 13,6		 14,7	 13,0	 22,5	
Tragaperras	 10,3	 9,2	 12,7		 18,2	 18,3	 17,5	
Loterías instantáneas	 7,5	 7,2	 8,0		 10,9	 9,3	 18,3	





TIPOS DE JUEGOS CON LOS QUE LA POBLACIÓN DE ESTUDIANTES DE ENSEÑANZAS SECUNDARIAS DE 12-13 AÑOS Y DE 14-18 AÑOS HA JUGADO DINERO DE MANERA PRESENCIAL EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGÚN SEXO (%). ESPAÑA, 2023.

	ESTUDES 12-13 años				ESTUDES 14-18 años			
	Total	Sexo			Total	Sexo		
		H	M			H	M	
Loterías, primitiva	37,1	34,1	41,2		40,6	37,7	46,3	
Loterías instantáneas	30,7	28,6	33,7		33,6	32,3	36,2	
Salas de juego	24,0	23,8	24,1		21,2	24,8	14,4	
Apuestas deportivas	23,5	28,7	16,3		26,9	35,4	10,7	
Quinielas	22,8	28,5	15,0		27,5	34,6	13,8	
Juegos de cartas	21,3	22,0	20,3		20,8	23,0	16,7	
Tragaperras	18,1	21,9	12,9		27,5	34,4	14,2	
Videojuegos	12,9	15,9	8,9		13,4	16,6	7,2	
eSports	8,1	8,9	7,0		9,3	11,1	5,9	



 **Tabla nº 23**

Prevalencia de juego con dinero online en los estudiantes de Enseñanzas Secundaria en los últimos 12 meses, según sexo (%). España, 2023.

	TOTAL		
	Total	H	M
12-13 años			
Juego con dinero online	9,3	12,6	6,0
14-18 años			
Juego con dinero online	10,7	17,1	4,3

H=Hombres, M=Mujeres
 FUENTE: OEDA. Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES).

ENCUESTA SOBRE USO DE DROGAS EN ENSEÑANZAS SECUNDARIAS EN ESPAÑA – ESTUDES 2023

 **Tabla nº 24**

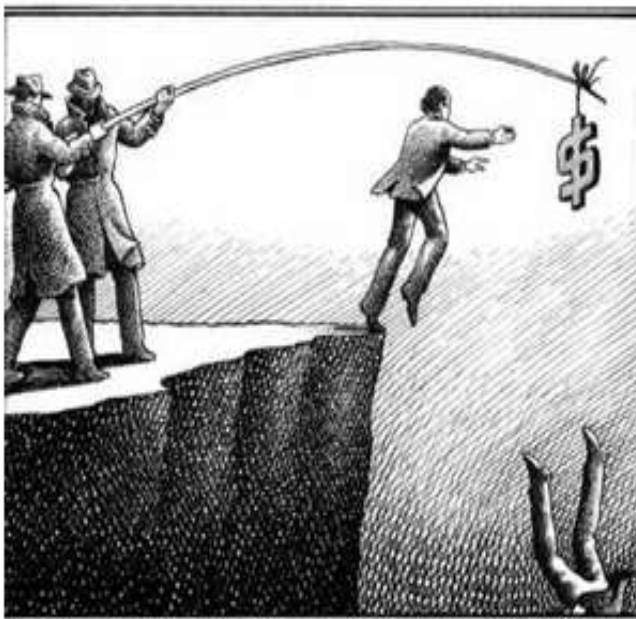
Prevalencia de juego con dinero online en apuestas y juegos de azar en los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 12 y 13 años en los últimos 12 meses, según sexo (%). España, 2023.

	TOTAL		
	Total	H	M
12-13 años			
Juego con dinero online en apuestas y juegos de azar (Se excluyen videojuegos)	6,5	8,8	4,2

H=Hombres, M=Mujeres
 FUENTE: OEDA. Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES).

[https://
pestadistico.inteligenciadegestacion.sanidad.gob.es/
publicoSNS/S/estudes](https://pestadistico.inteligenciadegestacion.sanidad.gob.es/publicoSNS/S/estudes)

Cómo nos manipula la publicidad



10 Estrategias Publicitarias





ANEXO 2

LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

10 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

HUMOR:

Usar el humor para transmitir un mensaje que seriamente sería menos tolerado

PERSONAJE FAMOSO:

Utilizar una persona prestigiosa o admirada, o que se considera experta, para que aconseje jugar

CONTAR SÓLO LAS VENTAJAS:

Se exageran las ventajas, los éxitos, se minimizan o no se cuentan las pérdidas

SEXO / EROTISMO:

Se asocia el juego a tener más atractivo sexual. Es más fácil encontrar pareja y sexo jugando

EMOCIÓN:

Se asocia el juego a emociones positivas, de riesgo, excitación o peligro

TODO EL MUNDO LO HACE:

Estrategia consistente en transmitir que si todo el mundo lo hace es porque es bueno

ÉXITO SOCIAL:

El/la jugador/a es alguien admirado, con éxito, prestigioso, es el centro de atención

ESCAPAR DE LOS PROBLEMAS:

Transmitir en el anuncio que con el juego podrás olvidarte o solucionar tus problemas

PROVOCACIÓN-RIESGO. SER DIFERENTE.

Utilizar técnicas para asociar el juego a la búsqueda de sensaciones. Elaborar un mensaje que presente el juego como un reto o un desafío que requiere valentía. El éxito está reservado a quien se atreve.

OFRECER ALGO (REGALOS, PROMOCIONES, ETC)

Utilizar los bonos con argumento para atraer nuevo/as clientes.

1

Humor



PASIÓN DE APOSTADORES

<https://www.youtube.com/watch?v=LW3CnbCwhCw>

2 Personaje famoso



3 Contar sólo las ventajas

Apostar es fácil, seguro y muy rentable.

Cuanto antes empieces, antes estarás ganando dinero.

APUESTA 10€
Y LLÉVATE
30€
PARA JUGAR



4

Sexo / erotismo



5

Emoción



OFERTAS ESPECIALES

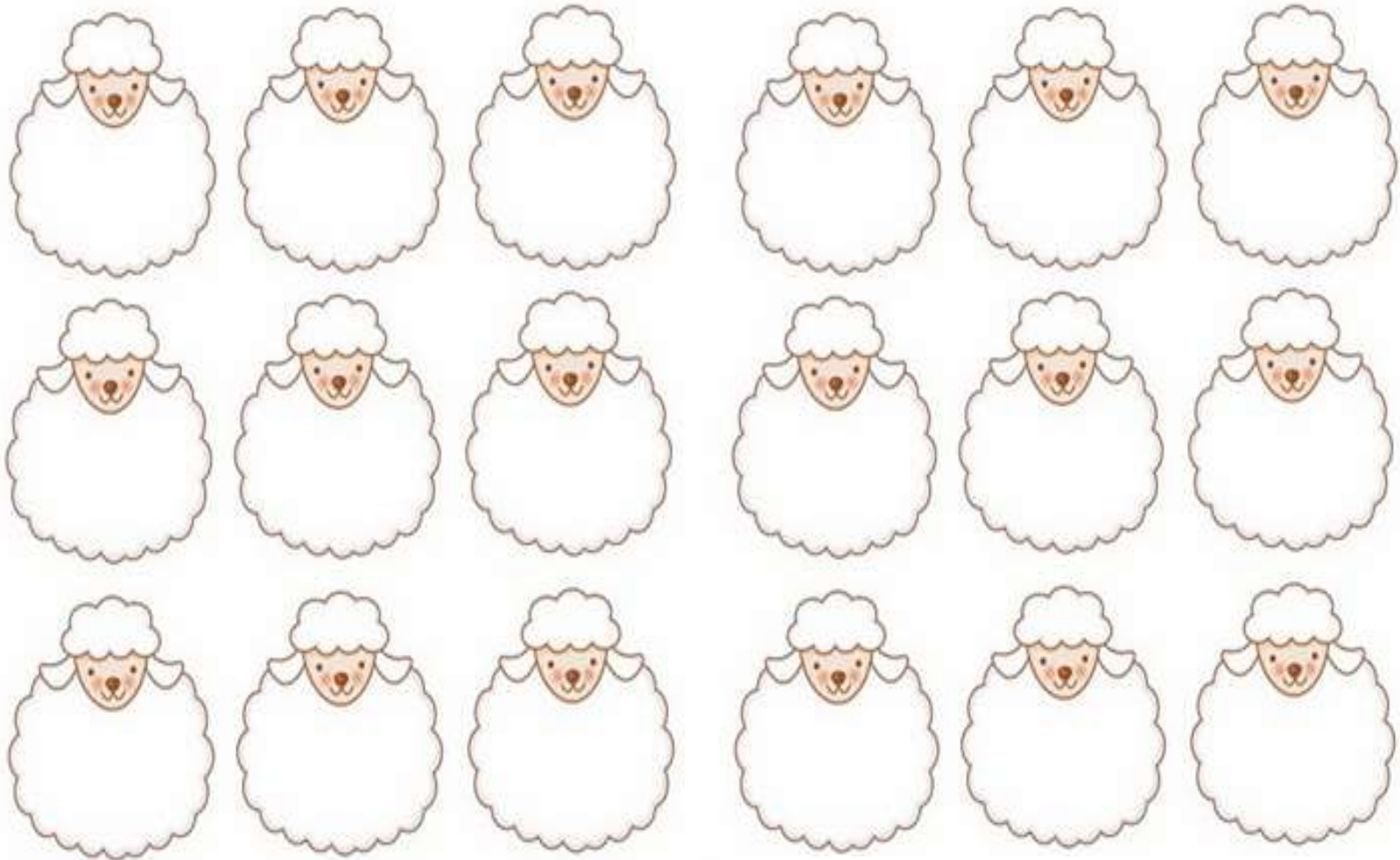
Premios y reembolsos increíbles para todos los jugadores



“Me encanta competir”

Rafa Nadal. Campeón de múltiples torneos de Grand Slam de tenis.

6 Todo el mundo lo hace



7 Éxito social



8 Escapar de los problemas



9

Provocación, riesgo, ser diferente



10

Ofrecer algo
(regalos, promociones, etc.)

The image is a screenshot of a promotional banner for Codere, a betting company. At the top left, the 'codere' logo is visible. To the right are two buttons: 'Iniciar Sesión' (Login) and 'Registrarse' (Register). The main text on the banner reads 'OBTÉN HASTA \$5,000 CON TUS PRIMEROS 3 DEPÓSITOS Y SE UNO DE LOS GOAT'S', with 'GOAT'S' in a stylized font. Below this is a large blue 'Registrarse' button. A smaller line of text below the button states: 'Promoción válida para nuevos registros. Monto mínimo de depósito y apuesta: \$100'. The background of the banner features five soccer players in white jerseys. At the bottom, there is a dark grey bar with a three-step process: 1. Registrarse (The web 4 steps with a minimum deposit of \$100), 2. Deposita (Deposit from the app or website a minimum amount (minimum \$100)), and 3. Recibe (Receive the bonus amount in 3 steps: 1st deposit, 2nd deposit, 3rd deposit).



TRABAJO EN GRUPO

**Grupos de 4-5 personas,
20 minutos.**

**Diseñad un anuncio
de juego de apuestas,
utilizando al menos
dos o tres de las
técnicas expuestas.**

DISEÑA TU PROPIO ANUNCIO SOBRE JUEGO DE APUESTAS

ANEXO 3 LA AGENCIA DE PUBLICIDAD HOJA DE DISEÑO DE ANUNCIO



Tras recoger las respuestas en la hoja de análisis, el portavoz de cada grupo explica al resto de la clase su anuncio.

¿QUÉ MENSAJE TRANSMITE EL ANUNCIO? (Redacta en máximo tres líneas la idea principal del anuncio)

¿QUÉ SE VE? (Explica brevemente la historia o la imagen del anuncio)

SLOGAN (Escribe una frase corta que transmita la idea principal)

¿A QUIEN VA DIRIGIDO? (Podéis marcar varios)

☐ HOMBRE ☐ MUJER ☐ ADULTOS ☐ JÓVENES

JUSTIFICA POR QUÉ LO DIRIGES A ESE COLECTIVO

ESTRATEGIAS DE PERSUASIÓN UTILIZADAS

☐ HUMOR
☐ TODO EL MUNDO LO HACE
☐ ÉXITO SOCIAL
☐ ESCAPAR DE LOS PROBLEMAS
☐ PROVOCACIÓN-RIESGO. SER DIFERENTE

☐ SEXO / EROTISMO
☐ CONTAR SÓLO LAS VENTAJAS
☐ EMOCIÓN
☐ PERSONAJE FAMOSO
☐ OFRECER ALGO (REGALOS, PROMOCIONES, ETC)



PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

¿Qué pretendíais con el anuncio que habéis diseñado?

¿Lo que habéis contado es real? ¿Sucedec en la vida real?

¿Os ha importado en algún momento el consumidor?

¿Creéis que las casas de apuestas quieren un beneficio para vosotros/as o para ellas?



CONCLUSIONES

La publicidad es un intento de controlar la percepción de las personas sobre un tema o producto.

La publicidad utiliza técnicas de manipulación para conseguir un único objetivo: que las personas apuesten.

En muchas ocasiones, la publicidad no cuenta toda la realidad y utiliza estrategias como relacionar las apuestas con éxito, estatus, sexo, diversión o emoción, etc.

La publicidad debería tratar a la persona consumidora con seriedad e informando de posibles riesgos del juego de apuestas.