



Sesión 3.

Actividad 3.2.

Desmontando

anuncios de

apuestas.



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.
3. Analizaremos algunos anuncios de juegos de apuestas.



¿Qué es para ti la publicidad?

¿Cuál de las siguientes funciones define mejor la publicidad?

Informar

Convencer

Persuadir

Manipular

Dinámica



¿Cuál de las siguientes palabras asocias a la publicidad de juego de apuestas?

- Información
- Manipulación
- Engaño
- Argumentos o razones
- Verdad
- Explicar

¿Crees que la publicidad es efectiva?

La publicidad de juego de apuestas nos manipula y consigue hacer que juguemos

Esta afirmación es cierta tal y como lo demuestran los resultados de las investigaciones.



¿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.



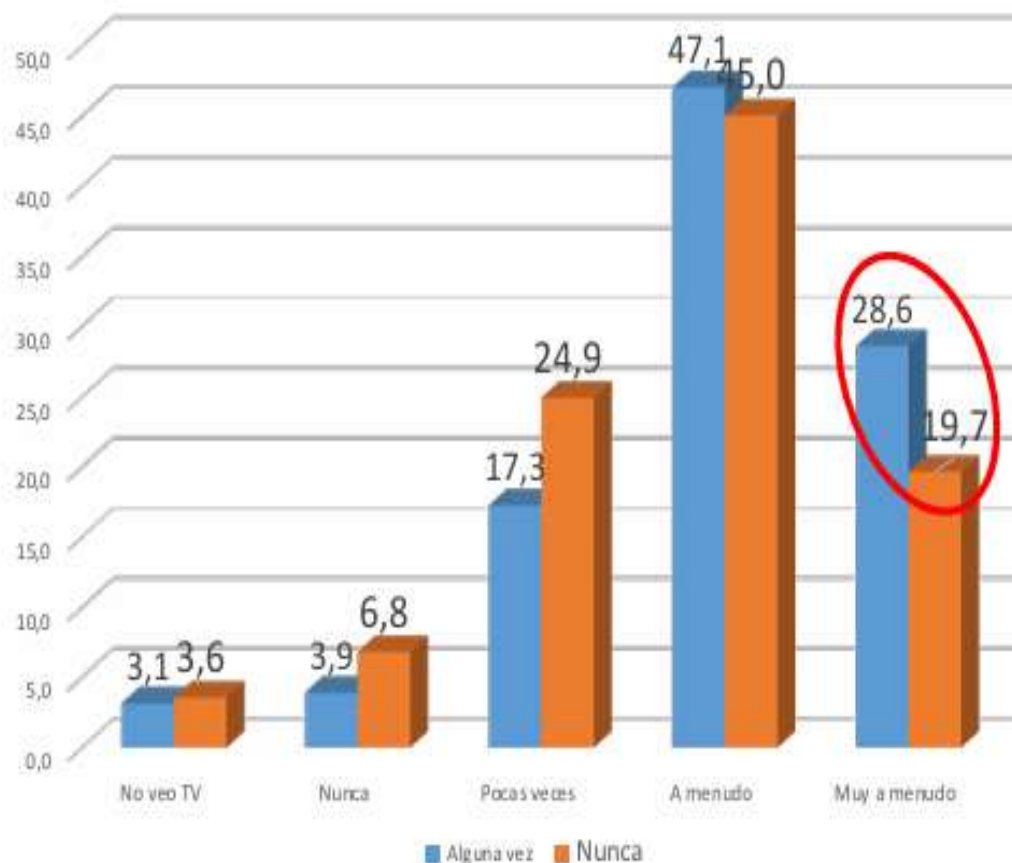
¿Creéis que ver publicidad de apuestas está relacionado con apostar anteriormente?

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.

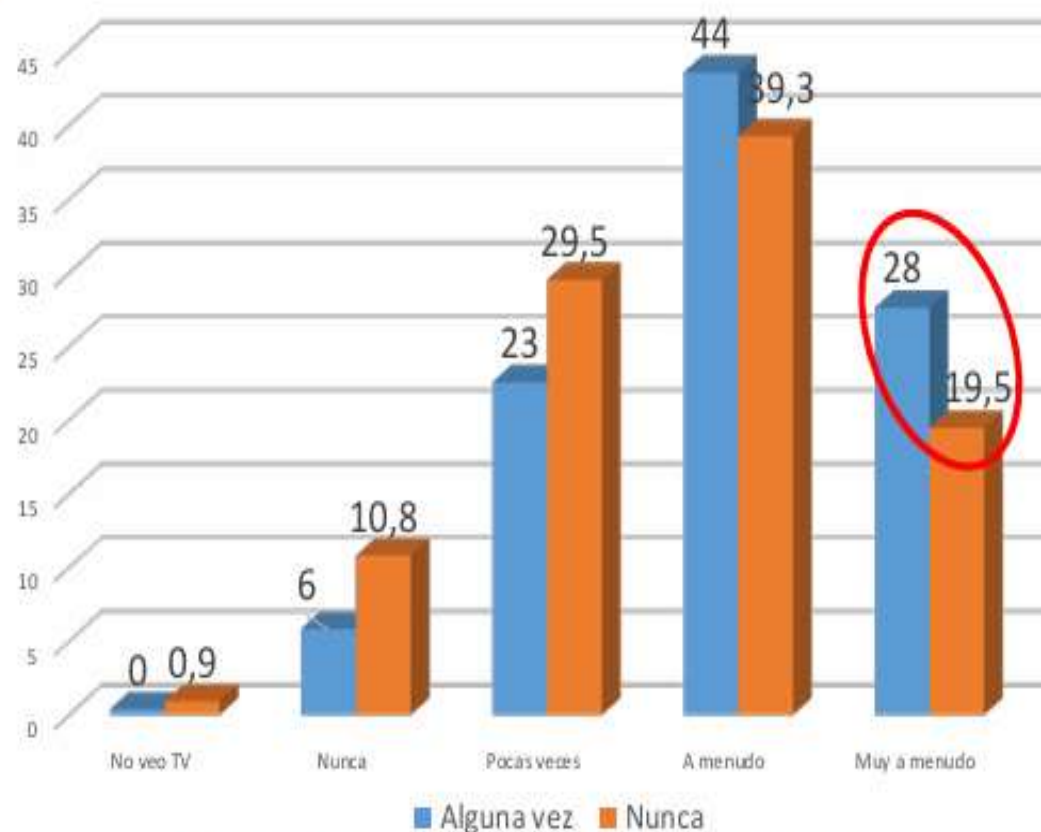


¿Cuántas veces has visto u oído anuncios de **apuestas deportivas** en televisión?





¿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).

El impacto de la publicidad en la conducta de juego



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
<i>Base J2A "Ha jugado online"</i>	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
<i>Base J2B "Ha jugado presencial"</i>	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			Total	Sexo			Total
	H	M			H	M		
Videojuegos	63,8	66,9	56,8	63,8	51,5	51,8	49,9	51,5
Juegos de cartas	27,6	28,0	26,7	27,6	16,9	16,0	20,9	16,9
eSports	17,9	19,3	14,5	17,9	21,8	21,6	22,6	21,8
Apuestas deportivas	16,5	19,0	10,6	16,5	35,2	36,5	28,9	35,2
Quinielas	12,5	12,9	11,6	12,5	19,5	18,6	23,4	19,5
Loterías, primitiva	11,1	10,0	13,6	11,1	14,7	13,0	22,5	14,7
Tragaperras	10,3	9,2	12,7	10,3	18,2	18,3	17,5	18,2
Loterías instantáneas	7,5	7,2	8,0	7,5	10,9	9,3	18,3	10,9





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			
	Sexo			Total	Sexo			Total
								
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=Mujeras FUENTE: OEDA. Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES).			

 **Tabla nº 24**

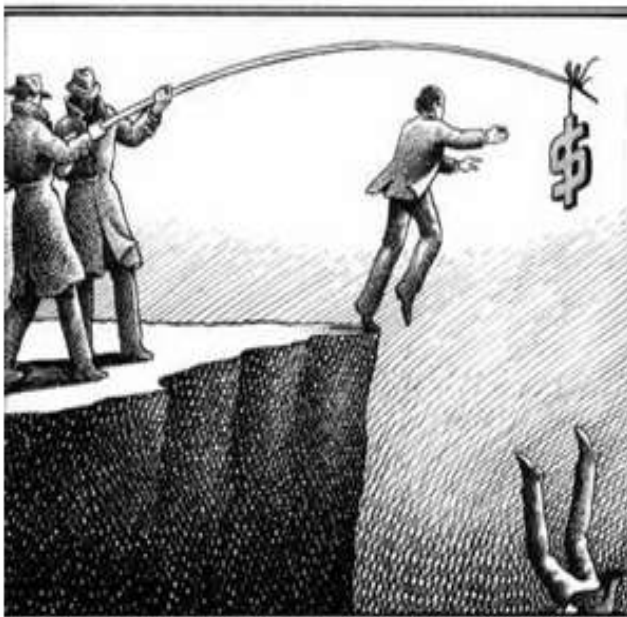
Prevalencia de juego con dinero online en apuestas y juegos de azar en los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 12 y 13 años en los últimos 12 meses, según sexo (%). España, 2023.

	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=Mujeras 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

<https://pestadistico.inteligenciadegestion.sanidad.gob.es/publicoSNS/I/estudes/datos-sobre-uso-de-drogas>

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

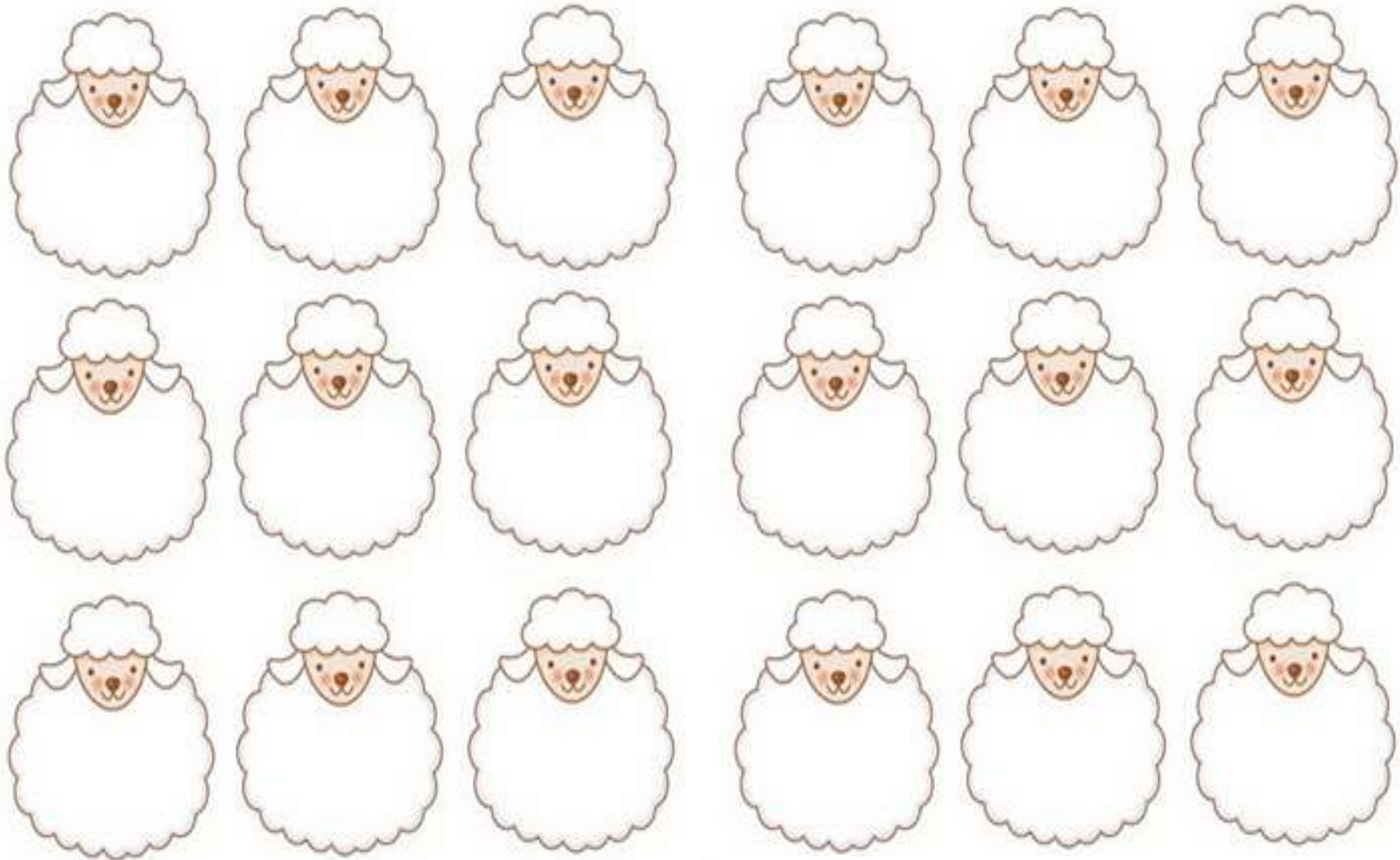
Premios y reembolsos increíbles para todos los jugadores



“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' (Log In) and 'Registrarse' (Sign Up). The main text in the center reads 'OBTÉN HASTA \$5,000 CON TUS PRIMEROS 3 DEPÓSITOS Y SE UNO DE LOS GOAT'S'. Below this is a large blue 'Registrarse' button. Underneath the button, smaller text 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 your first 3 deposits to qualify for the promotion), and 3. Recibe (Receive the bonus amount in 3 installments over 3 days).



TRABAJO EN GRUPO

Grupos de 4-5 personas.

Identificad el mensaje principal y las estrategias utilizadas en cada anuncio.

ANÁLISIS DEL MENSAJE DE ANUNCIO

ANEXO 2

DESMONTANDO ANUNCIOS DE APUESTAS



Tras recoger las respuestas en la hoja de análisis, el portavoz de cada grupo dice en voz alta una de las estrategias o idea principal del anuncio que han anotado y explica por qué.

ANUNCIO:

SLOGAN:

ESTRATEGIAS DE PERSUASIÓN UTILIZADAS

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

PERSONAJE FAMOSO: Utilizar un personaje prestigioso o admirado, o que consideres experto que aconseja 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 jugador 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

OFRECER ALGO (REGALOS, PROMOCIONES, ETC)

CONCLUSIÓN DE LA SESIÓN DE HOY



PARTY POKER

<https://www.youtube.com/watch?v=iflBG4JCLXI>

Mensaje **Unilateral**



Mensaje **Bilateral**



Emoción. El juego de apuestas es excitante, divertido.

Éxito social. El juego está asociado al prestigio.

Erotismo. El juego está asociado a ligar.

Sofisticación. El juego es interesante, es de personas inteligentes.



Aceptación. El juego es algo general. Todo el mundo juega.

Provocación. Atrévete. Si juegas serás tú mismo/a.

Humor. Algo gracioso favorece una relación positiva.

Testimonios. Experiencias de personas corrientes o de famosos.

Problema - Solución..



<https://www.youtube.com/watch?v=29dxVfC4ueY>

Mensaje **Unilateral**



Mensaje **Bilateral**

- ✓ **Emoción.** El juego de apuestas es excitante, divertido.
- ✓ **Éxito social.** El juego está asociado al prestigio.
- ✓ **Erotismo.** El juego está asociado a ligar.
- ✓ **Sofisticación.** El juego es interesante, es de personas inteligentes.
- Aceptación.** El juego es algo general. Todo el mundo juega.
- Provocación.** Atrévete. Si juegas serás tú mismo/a.
- Humor.** Algo gracioso favorece una relación positiva.
- Testimonios.** Experiencias de personas corrientes o de famosos.
- Problema - Solución..**



EDUARDO COTEJOSA- SPOT ITALIANO

https://www.youtube.com/watch?v=yi1q_Ms1L3M

- ✓ Mensaje **Unilateral** Mensaje **Bilateral**
- ✓ **Emoción.** El juego de apuestas es excitante, divertido.
- ✓ **Éxito social.** El juego está asociado al prestigio.
- Erotismo.** El juego está asociado a ligar.
- Sofisticación.** El juego es interesante, es de personas inteligentes.
- Aceptación.** El juego es algo general. Todo el mundo juega.
- ✓ **Provocación.** Atrévete. Si juegas serás tú mismo/a.
- ✓ **Humor.** Algo gracioso favorece una relación positiva.
- Testimonios.** Experiencias de personas corrientes o de famosos.
- Problema - Solución..**



PREGUNTA DE REFLEXIÓN

Terminadas las exposiciones, escribid una idea general sobre la publicidad del juego de apuestas y compartidla en voz alta.



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. La publicidad no explica cómo funciona el juego, ni que probabilidades hay de ganar. Se limita a asociarlo a una imagen o sentimiento atractivo: éxito social, prestigio, sexo, diversión o emoción.

Estos argumentos resultan simples y es difícil aceptar que pueden manipularnos, sin embargo los datos demuestran lo fácilmente manipulables que somos.

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