



Editado con la autorización de los autores:

CMAPA

Equipo Municipal de Prevención de las Adicciones
Avda. Pablo Ruiz Picasso, 59 (local)
50018 Zaragoza
Tel.: 976 72 49 16 / Fax.: 976 72 49 17
www.zaragoza.es/quetejuegas
www.zaragoza.es/cmapa
<https://programaquetejuegas.org>
prevencionadicciones@zaragoza.es

CUADERNO DE PRESENTACIONES

- 1- El lobo con piel de cordero.
- 2- Controlando la ilusión de control.
- 3- Cómo nos lo venden.
- 4- Los demás, yo y el juego.



Sesión 1.
Actividad 1.1.
Hugo/Ana
comenzó a postar



En la sesión de hoy

Conoceremos posibles riesgos y consecuencias de las apuestas en adolescentes.

Para ello:

- 1- Conoceremos la historia de Hugo/Ana.
- 2- Debatiremos, a medida que vayamos conociendo su historia, sobre los riesgos y consecuencias de apostar.

Necesitamos:

A Hugo/Ana (un voluntario/a)

Un narrador/a

4 motivaciones (círculos naranja),

6 creencias (cuadrados amarillos) y

16 características (cuadrados blancos) de Hugo/Ana

A medida que la historia avance podremos **sentarnos si** pensamos que...

Hugo/Ana:

Pierde alguna “cosa”

Pierde alguna característica

Iremos deteniendo la historia para reflexionar y debatir sobre lo que Hugo/Ana pierde.



GUIÓN PARA LA HISTORIA

- Sentarnos si pensamos que... Hugo/Ana: pierde alguna “cosa”.
- Reflexionar y debatir sobre lo que Hugo/Ana pierde.

Hugo es un chico de 17 años que estudia en 1ºBAT, aunque últimamente piensa en dejar los estudios, porque este curso no le va bien. Cuando tenía 15 años, su primo y él jugaban al fútbol en un equipo de la liga juvenil local y un día que Hugo está lesionado va a verle con un grupo de amigos. En las gradas, unas azafatas, promocionan con globos una web de apuestas deportivas y repartían vales de 5 euros para quienes jugaran esa misma cantidad. Hugo apuesta con sus amigos utilizando el DNI de un amigo mayor de edad y ganan unos cuantos euros más, que vuelven a apostar. Estos primeros premios le dan “mucho subidón”. Y quiere repetir esa sensación.

Unas semanas después, junto con un amigo, entran en otras webs, cuya publicidad han visto en televisión e internet. Regalan un bono de 50 euros y Hugo piensa que es una gran oportunidad. A pesar de que pierde casi todo el dinero, de vez en cuando recupera alguna pérdida. Por lo demás, todo va de maravilla. Apuesta con sus amigos y comentan los resultados de los partidos y se divierten con ello, además de sacar algo de dinero para sus gastos. Hugo apuesta para divertirse y ganar algo de dinero rápido. Aprueba ese curso y sus padres le regalan una moto que le hace mucha ilusión.

Al año siguiente, con 16 años, de vez en cuando juega con sus amigos a póker entre ellos, aunque prefieren jugar de forma online, donde es todo más imprevisible. Hugo juega buscando ganancias rápidas y diversión y emociones fuertes. Hugo controla el tiempo que juega, aunque cada día que pasa lo hiciera con más frecuencia y apostara a veces algo más de lo planeado.

En ese momento conoce a Marta, con la que comienza a salir. La primera vez que Hugo va a un salón de apuestas tiene 17 años. Acude acompañado de cuatro amigos. No les piden el DNI a la entrada del local, sí para apostar. Pero como uno de ellos tiene 18 años, se encarga de apostar por todos.

Las semanas siguientes Hugo pasa cada vez más horas en las salas de juego. Sin embargo sus amigos comienzan a aburrirse, porque la mayoría de veces que apuestan, pierden. Hugo sigue yendo a veces solo y, el resto del día, cuando no apuesta, su mente sólo piensa en formas de apostar. Hugo ya no se divierte apostando, pero quiere seguir ganando dinero y estimularse jugando.

Ha comenzado a visitar videos sobre estadística y probabilidad y estudia los periódicos deportivos, para saber si algún jugador está lesionado o sancionado. Muchas veces pierde, pero le cuenta a sus amigos en clase que gana. Cuando se agobia ante las pérdidas, recurre al póker online, que solo tiene como inconveniente que las partidas se prolongan hasta la madrugada, por lo que al día siguiente en clase está medio dormido y sin atender.

Acaba el curso, y Hugo ha suspendido 6 asignaturas. Eso le provoca discusiones con sus padres y con Marta, su novia. Sus padres no saben lo que estaba ocurriendo y piensan que quizás hayan hecho algo mal con Hugo, lo que también provoca peleas entre ellos. La madre de Hugo se siente muy apagada y apática y comienza a visitar a psicólogos.

INDEPENDENCIA	AMISTADES Y APOYO	DINERO	ALEGRÍA	BUENAS NOTAS	AUTOESTIMA	TIEMPO	CONTROL SOBRE LA SITUACIÓN
OTRAS ACTIVIDADES DE OCIO	HONESTIDAD	SEGURIDAD EN SI MISMO/A	TRANQUILIDAD	CONFIANZA DE OTRAS PERSONAS EN EL/ ELLA	HORAS DE SUEÑO	SINCERIDAD	ILUSIÓN
CREER QUE GANARÁ SI APUESTA A UN RESULTADO QUE LLEVA TIEMPO SUCEDIENDO	CREER QUE HAY “UN SISTEMA” PARA GANAR EN LAS APUESTAS	PENSAR QUE APOSTAR ES ALGO NORMAL ENTRE JÓVENES DE SU EDAD	CREER QUE SEGUIR APOSTANDO LE HARÁ RECUPERAR PÉRDIDAS	CREER QUE CONTROLA LAS APUESTAS	CREER QUE NUNCA SE ENGANCHARÁ	PARA DIVERTIRSE Y ESTAR CON LOS AMIGOS PARA SENTIRSE MEJOR CUANDO ESTÁ MAL	PARA GANAR DINERO PARA EVADIR PROBLEMAS



PREGUNTAS DE REFLEXIÓN. ¿CUÁL ES VUESTRA PROPIA CONCLUSIÓN SOBRE LA HISTORIA?

¿Qué piensa el personaje para seguir apostando?

¿Cómo le afecta perder?

¿Qué ha perdido o está perdiendo Hugo/Ana en su vida?

¿Qué siente?

¿Cómo le afecta que sus amigos/as le animen a apostar?

¿Y si apuesta solo/a? ¿Os parece un signo de alerta?

¿Apostar puede llegar a tener consecuencias y riesgos?

¿Os anima a apostar?



CONCLUSIONES

- El juego de apuestas no está libre de riesgos y consecuencias
- Las consecuencias del juego problemático en menores son: deterioro psicosocial, consumo de sustancias o alcohol, bajo rendimiento académico, absentismo escolar, ansiedad y depresión, desvinculación familiar, pérdidas económicas y deudas.
- Estas consecuencias aparecen de forma gradual y cuando el jugador/a comienza la fase de pérdidas.
- El juego de apuestas pasa por distintas fases conforme el apostador/a continúa apostando (fase de ganancias, fase de pérdidas, fase de desesperación).
- Existen determinadas creencias irracionales sobre el juego que contribuyen a que la persona se mantenga dentro de ese ritmo de apuestas.



RECOMENDACIONES PARA EVITAR EL JUEGO

¡YO CONTROLO!... CUANDO

- No apuesto.
- Prefiero dedicar mi tiempo libre a hacer las cosas que me gustan antes que apostar.
- Me ofrezco a ayudar a quien lo pueda necesitar y evitar que juegue.
- No me creo los bonos y regalos porque son engañosos.
- Evito consumir alcohol u otras drogas para mantener mi autocontrol.
- Entiendo que una apuesta depende del azar y no de mi habilidad para jugar.
- Soy crítico/a con la publicidad.
- No me dejo llevar por las presiones de mis amigos/as para jugar.
- No participo en apuestas colectivas.
- Sé que, al final, la banca siempre gana.
- Evito apostar (pay to win) en los videojuegos



Sesión 1.

Actividad 1.2.

**Razones para
apostar**

En la sesión de hoy

Realizaremos una reflexión sobre las razones que los/as jóvenes (otros/as o nosotros/as mismos/as) tenemos para apostar y el riesgo que cada una de ellas conlleva.

Para ello:

1. Presentaremos las motivaciones de juego más usuales, relacionándolas con la frecuencia y severidad del juego.
2. Valoraremos la percepción de riesgo de cada una de las motivaciones por parte de los/as adolescentes
3. Propondremos formas de ocio alternativas.



PREGUNTA DE REFLEXIÓN

¿PARA QUÉ APUESTA LA GENTE QUE APUESTA?

Dinámica 1



**Conocer las
motivaciones para
apostar y valorar
el nivel de riesgo.**



MOTIVACIONES ECONÓMICAS

Buscando ganar o generar dinero fácil.

MOTIVACIONES SOCIALES O RECREATIVAS

Entretenimiento o diversión, generalmente acompañados/as.

MOTIVACIONES DE AFRONTAMIENTO DE PROBLEMAS

Buscando enfrentar los problemas de la vida, emociones desagradables, evadiéndose o sintiéndose más seguros/as.

MOTIVACIONES DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO

Buscando emociones positivas y satisfacción a través del juego.



PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

- ¿Tendrán las mismas motivaciones los/as distintos tipos de jugadores/as?
- ¿Tendrá las mismas motivaciones el mismo jugador/a conforme apuesta más en su vida?
- ¿Pensáis que hay algunas motivaciones para apostar más peligrosas que otras?

TARJETAS PARA EL ALUMNADO

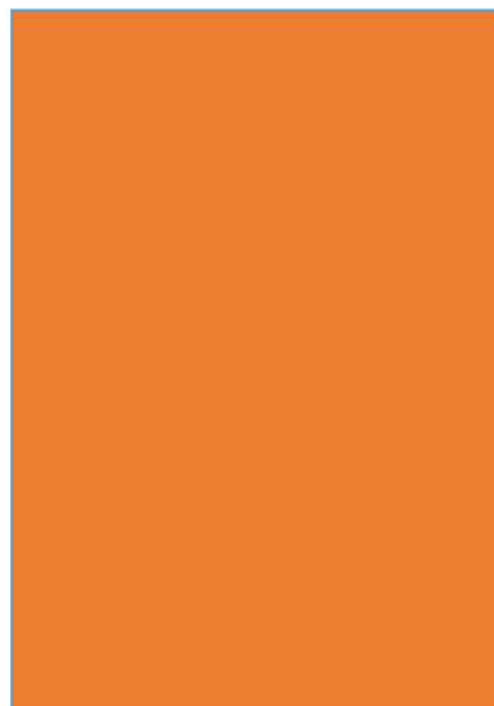
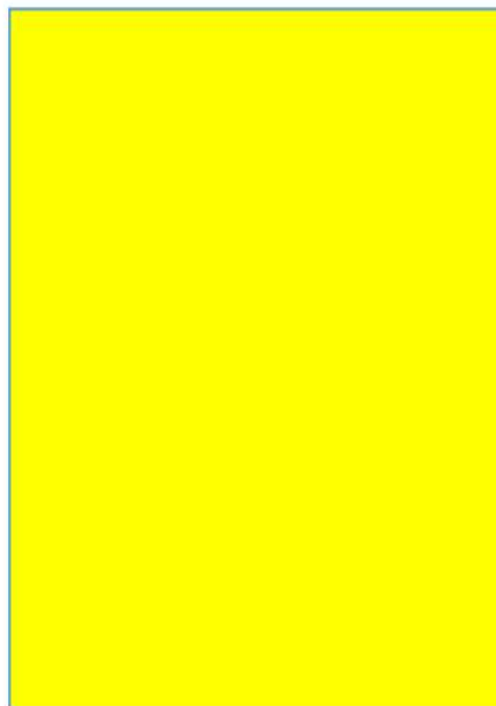
Peligrosa



**Bastante
preocupante**



**Algo
preocupante**

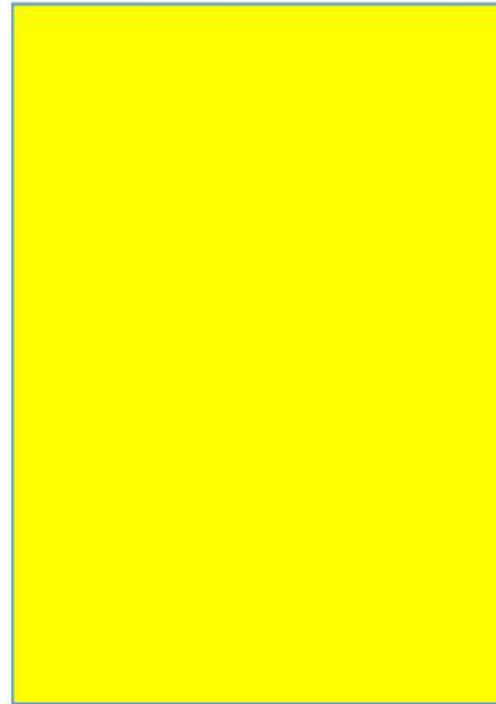


MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

ES LO QUE LA MAYORÍA DE MIS AMIGOS/AS HACEN CUANDO SE REÚNEN



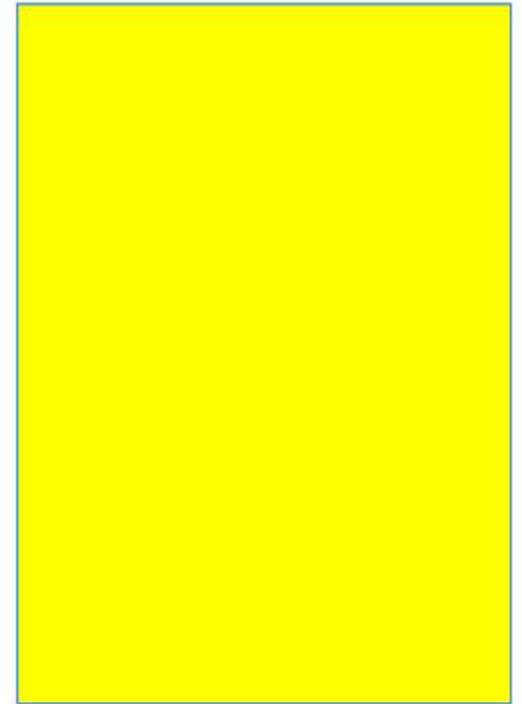
SOCIALES



MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...
PARA SOCIALIZAR



SOCIALES

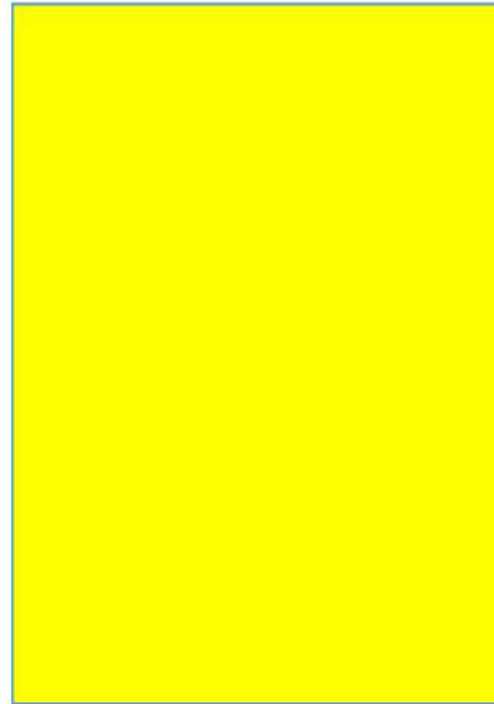


MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

ES ALGO QUE HAGO EN OCASIONES Y
DÍAS ESPECIALES



SOCIALES

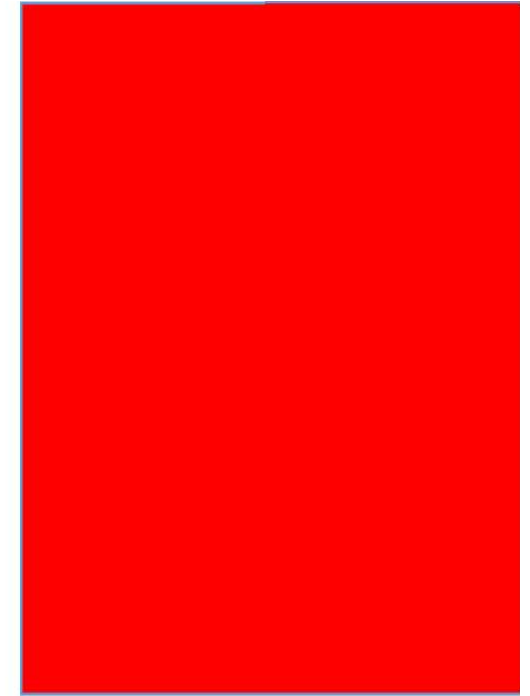


MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

HACE QUE UNA REUNIÓN SOCIAL SEA
MÁS ENTRETENIDA



SOCIALES



MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

ME GUSTA CÓMO ME HACE SENTIR

DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO



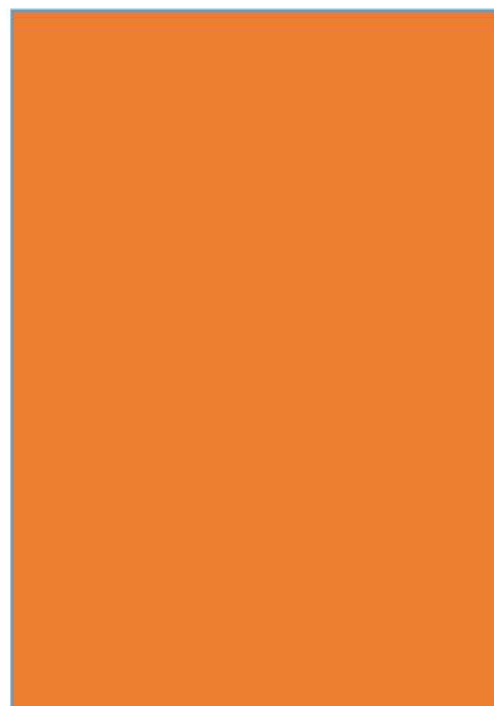
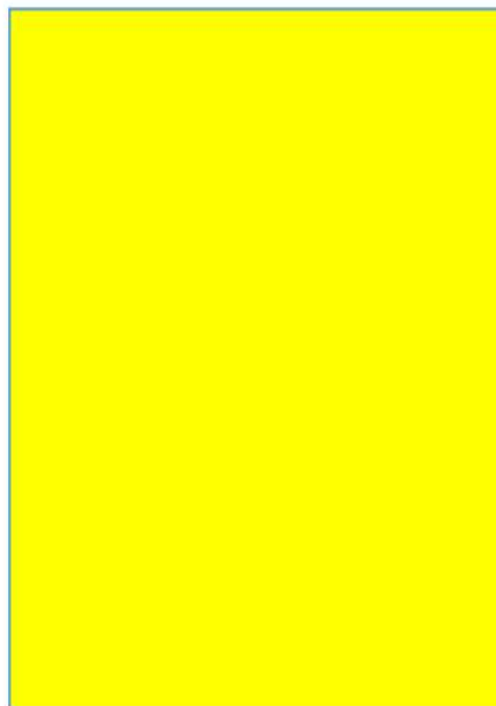


MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

ES EXCITANTE

DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO





MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

ES DIVERTIDO

DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO





MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

ME HACE SENTIR BIEN

DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO





MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

ME SIENTO CON MÁS CONFIANZA O MÁS
SEGURO DE MÍ MISMO/A

DE AFRONTAMIENTO



MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

PORQUE ME AYUDA CUANDO ME SIENTO
NERVIOSO/A O DEPRIMIDO/A

DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO





MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

PARA OLVIDAR MIS PREOCUPACIONES

DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO





MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

PARA SENTIRME MEJOR CUANDO
ESTOY DE MAL HUMOR

DE MEJORA DEL ESTADO DE ÁNIMO



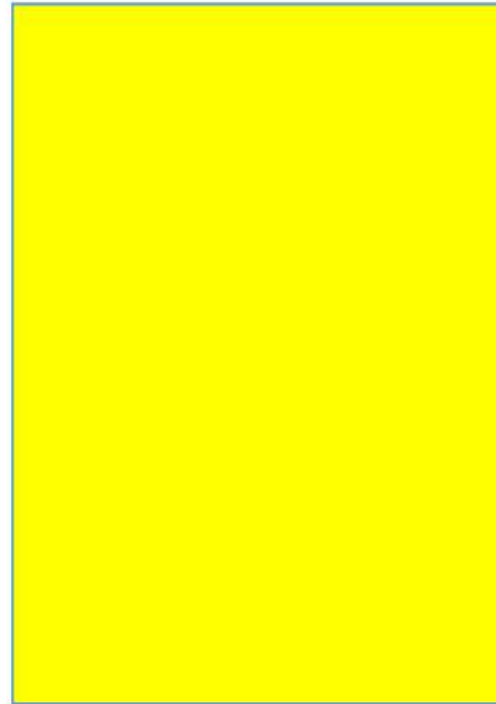


MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

PARA GANAR DINERO



ECONÓMICAS



MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

DISFRUTO PENSANDO QUÉ COSAS
PODRÍA HACER CON LO QUE GANE

ECONÓMICAS



MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...
SI GANO PODRÍA CAMBIAR
MI ESTILO DE VIDA



ECONÓMICAS



MOTIVACIÓN. JUEGO PORQUE...

PARA GENERAR DINERO



ECONÓMICAS

Dinámica 2



TRABAJO EN GRUPO

**Grupos de 5-6 personas,
6 minutos (Philips 6-6)**

**Proponer otras formas
de ocio**

DIPOSITIVA EXPLICATIVA RESUMEN

Algo preocupante Jugadores/as sociales	Bastante preocupante Jugadores/as problemáticos/as	Peligrosa Jugadores/as patológicos/as
---	---	--

Motivaciones sociales o recreativas

Motivaciones de afrontamiento de problemas

Motivaciones económicas

Motivaciones de mejora del estado del ánimo



PREGUNTAS PARA EL DEBATE

- ¿Pensáis que sólo APOSTANDO pueden conseguirse estos beneficios (disfrutar, divertirse con los amigos/as, hacer cosas excitantes, ganar dinero)?
- Si nuestro interés es divertirnos o estar con los amigos/as, ¿podemos hacerlo sin necesidad de apostar?
- ¿Os parecen atractivas las propuestas de ocio que habéis sugerido vosotros/as mismos/as?



CONCLUSIONES

- Las motivaciones o razones para apostar se relacionan en la mayor parte de las personas con la diversión. Sin embargo, algunas personas desarrollan una relación problemática con el juego de apuestas.
- Si las motivaciones para apostar dejan de ser sociales (divertirse estar con amigos/as) y pasan a ser de afrontamiento (evadirse, olvidarse de problemas) o sentirse mejor es una señal de alerta tanto en nosotros/as mismos/as, como en nuestros/as amigos/as.
- Al mismo tiempo, esas motivaciones pueden ser satisfechas con otras actividades de ocio alternativo.
- Por otra parte, si la motivación para jugar es ganar dinero, la probabilidad indica que mayor cantidad de apuestas favorece siempre a la casa de apuestas.

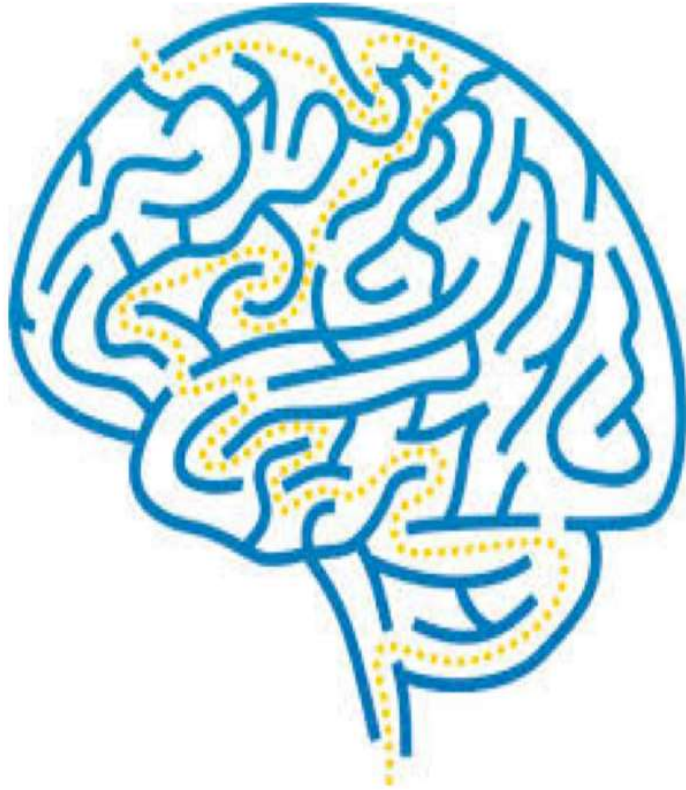


Sesión 2.

Actividad 2.1.

**Calcula la
probabilidad de
ganar... o de
perder**

En la sesión de hoy



Algunos/as jugadores/as tienen creencias irracionales y sesgos sobre las probabilidades de ganar en las apuestas. Estos sesgos están relacionados con la ilusión de controlar resultados que realmente dependen del azar y con el desconocimiento de conceptos básicos de probabilidad.

Hoy intentaremos reducir la motivación económica de los/las menores para acercarse al juego de apuestas. Para ello:

1. Transmitiremos fórmulas básicas de probabilidad como la probabilidad combinada y el valor esperado de ganancia.
2. Trabajaremos en parejas o grupos de 3 personas y pondremos los resultados en común.

LEY FUNDAMENTAL DE PROBABILIDAD

$$P(A) = \frac{\text{N.º de casos favorables}}{\text{N.º de casos posibles}}$$

$$P(A) = 1/6$$





PROBABILIDAD COMBINADA

¿Y si para ganar tienen que ocurrir dos o más eventos?

$$P(A \text{ y } B) = P(A) \times P(B)$$

TIRAR DOS MONEDAS AL AIRE:

$$P(A) = 1/2 = 0,50 \%$$

$$P(B) = 1/2 = 0,50 \%$$

- Tirar **dos monedas** al aire y que en las dos salga cara:

$$\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = 0,50\% \times 0,50\% = 0,25\%$$

- Tirar **cuatro monedas al aire** y que en las 4 salga cara:

$$\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} \times \frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{16} = 0,0625\%$$

PROBABILIDAD COMBINADA

$$P(A \text{ y } B) = P(A) \times P(B)$$

Partido fútbol

Suponiendo
victoria = 0.33
empate = 0.33
derrota = 0.33

Querer ganar 1 apuesta: $1/3 = 33 \%$

Querer ganar 2 apuestas: $1/3 \times 1/3 = 11 \%$

Querer ganar 4 apuestas: $1/3 \times 1/3 \times 1/3 \times 1/3 = 1.23\%$

Querer ganar 8 apuestas: $1/3 \times 1/3 \times 1/3 \times 1/3 \times 1/3 \times 1/3 \times 1/3 \times 1/3 = ?$



EFECTO MARCO

- Es un sesgo cognitivo o una forma de pensamiento por el que las preferencias de una persona ante una decisión dependerán de cómo se presente el problema a resolver.
- La forma de presentar el problema a resolver, la apuesta, tendrá más impacto en la persona jugadora si se presenta en forma de ganancias que en forma de pérdidas.

VALOR ESPERADO DE UNA APUESTA

¿Qué es el valor esperado o ganancia promedio?

- La compensación de las ganancias con las pérdidas.
- Nos muestra cuánto podemos esperar ganar (de media) por apuesta.
- Es la cantidad que un apostante puede esperar ganar o perder si realizase una apuesta con la misma cuota muchas veces.

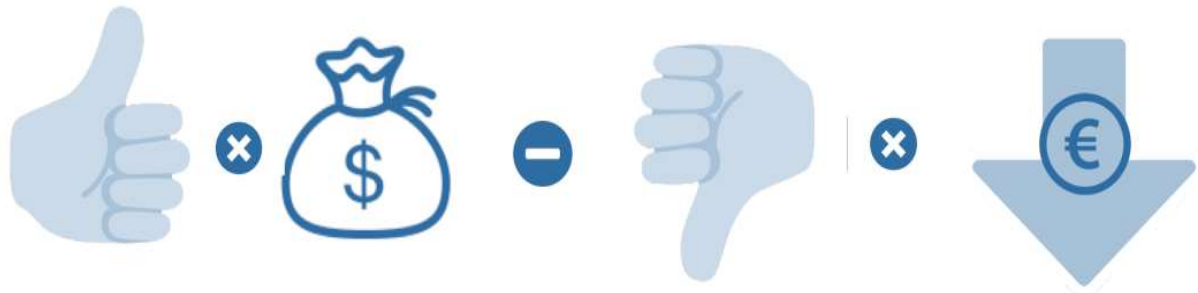
VALOR ESPERADO DE UNA APUESTA

Probabilidad de ganar x cantidad premio

- (menos)

probabilidad de perder x cantidad apostada

- **LA FÓRMULA:**



Si el resultado es mayor que 0:

✓ el juego a la larga te favorece

Si el resultado es menor que 0:

x el juego a la larga favorece a la casa de apuestas

Dinámica1

Efecto marco



HOJA DE ELECCIÓN DE PREFERENCIA DE APUESTA

¿En qué orden de
preferencia lo
ponéis para
apostar?

Justifica tu
respuesta.

Grupos de de 2-3
personas.

Poner en común.

ANEXO 1 HOJA DE ELECCIÓN DE PREFERENCIA DE APUESTA



TIPO DE APUESTA		JUSTIFICAD LA RESPUESTA
Apuesta de boxeo. Campeón del mundo contra principiante Probabilidad del 90% de que el campeón gane	1	Porque la probabilidad de ganar es muy alta
Ruleta Apostar a rojo/negro La probabilidad de perder es del 52%		
Máquina tragaperras en salones y/o bares Probabilidad de ganar la especial es 0,02%		
Apuesta deportiva de fútbol . La cuota para la victoria local es de 6. Es decir, la victoria local se paga a 6 euros por cada euro apostado		
Ruleta online Apostar a un número Probabilidad de perder es del 97%		
Apuesta deportiva de fútbol La probabilidad de victoria del local es del 16%		
Póker on-line Torneo K.O. Progresivo Probabilidad de perder es de 80%		
Máquina tragaperras en salones y/o bares La especial se paga a 100 euros		
Ruleta online. Apostar a un número Acertar el número se paga a 37 euros por cada euro apostado		
Ruleta Apostar a rojo/negro Ganar se paga a 2 euros por cada 1 apostado		
Póker on-line Torneo K.O. Progresivo Ganar se paga a 1.500 euros		

HOJA DE ELECCIÓN DE PREFERENCIA DE APUESTA

MISMA LETRA= MISMA APUESTA

EJEMPLO Apuesta de boxeo. Campeón del mundo contra principiante Probabilidad del 90% de que el campeón gane	1	Porque la probabilidad de ganar es muy alta
Ruleta Apostar a rojo/negro La probabilidad de perder es del 52%	A	
Máquina tragaperras en salones y/o bares Probabilidad de ganar la especial es 0,02%	B	
Apuesta deportiva de futbol La cuota para la victoria local es de 6. Es decir, la victoria local se paga a 6 euros por cada euro apostado	C	
Ruleta online Apostar a un número Probabilidad de perder es del 97%	D	
Apuesta deportiva de futbol La probabilidad de victoria del local es del 16%	C	
Póker on-line Torneo K.O. Progresivo Probabilidad de perder es de 80%	E	
Máquina tragaperras en salones y/o bares La especial se paga a 100 euros	B	
Ruleta online Apostar a un número Acertar el número se paga a 37 euros por cada euro apostado	D	
Ruleta Apostar a rojo/negro Ganar se paga a 2 euros por cada 1 apostado	A	
Póker on-line Torneo K.O. Progresivo Ganar se paga a 1.500 euros	E	



PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

- ¿En qué os habéis basado para dar vuestras respuestas?
- ¿Por qué nos parece más atractivo que nos digan lo que podemos ganar que lo que podemos perder, teniendo la misma probabilidad en ambos casos?
- ¿Creéis que las casas de apuestas utilizan un lenguaje y una forma de presentar las apuestas que intentan manipular vuestra percepción o lo hacen de forma favorable a vosotros/as?

QTJ?
QUE TE
JUEGAS

Grupos de 2-3 personas

Los resultados son los siguientes: Ejercicio 1 (-0,2) Ejercicio 2 (-0,26) Ejercicio 3 (-0,504).

Si marcas no, ¿por qué razón sería? _____



PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

¿Habíais pensado alguna vez en las probabilidades reales de ganancia de los juegos de apuestas?

Ahora que conocéis las probabilidades reales, ¿os anima apostar?

¿Os resulta útil conocer la fórmula del valor esperado?

¿Habría algunas cosas que pudiérais hacer en un casino o casa de apuestas para incrementar las probabilidades de ganar?

Si alguien pierde en el juego de apuestas, ¿es por mala suerte o porque no tiene habilidades?

Conociendo la fórmula de la probabilidad combinada, ¿creéis que es buena idea seguir jugando para recuperar las pérdidas?



CONCLUSIONES DEL ALUMNADO

¿CUÁLES SON VUESTRAS CONCLUSIONES?

RESPETANDO EL TURNO DE PALABRA.



CONCLUSIONES

- Existen unas leyes de probabilidad que generalmente ignoramos cuando nos acercamos al juego de apuestas. Sin embargo, las probabilidades que creemos tener de ganar y las probabilidades reales no son las mismas y favorecen a las casas de apuestas o los casinos.
- Por otra parte, solemos sobreestimar el grado en que nuestras habilidades pueden ayudar a incrementar probabilidades de ganar. A ello ayuda la forma en que las casas de apuestas y casinos nos presentan las probabilidades de ganar (Ej. se paga a 5 euros, en lugar de decir tienes un 80% de probabilidad de perder).
- Si apostamos para ganar dinero, hemos comprobado que cuantas más veces apostemos, menor será la probabilidad de ganar. ¿Cuántas veces necesitaríamos apostar para ganar?



CONCLUSIONES

- Según las fórmulas de probabilidad combinada y de valor esperado observamos que las probabilidades se reducen a cada apuesta que realizamos, así que tal vez la pregunta no es cuántas veces tendremos que apostar para ganar, si no, ¿cuántas veces perderemos hasta llegar a ganar una vez?
- Por tanto, no parece buena idea apostar para intentar ganar dinero. Además, volver a apostar no es útil para recuperar posibles pérdidas.



Sesión 2. Actividad 2.2.

¿A favor o en contra?



En la sesión de hoy

Algunos/as jugadores/as tienen creencias irracionales y sesgos sobre las probabilidades de ganar en las apuestas
Estos sesgos están relacionados con la ilusión de controlar resultados que realmente dependen del azar.

Hoy promoveremos una reflexión crítica sobre estas creencias y lo haremos a través de un debate grupal en el aula



Para ello:

1. Debatiremos sobre este tipo de creencias
2. Transmitiremos conceptos básicos sobre probabilidad

ESTOY DE ACUERDO

**TODOS/AS
AL CENTRO
DEL AULA**

NO
ESTOY DE ACUERDO

“Perder por poco es
estar a punto de ganar”

“La probabilidad de ganar al apostar a rojo/negro en la ruleta es del 50%”

“En las apuestas, yo controlo”

“A la larga, apostar un mayor número de veces,
aumenta mis probabilidades de ganar”

“Es mejor apostar a un resultado que lleva tiempo sin suceder”

“Existen sistemas para ganar en las apuestas”

“Da igual que pierda, porque de vez en cuando
ganaré y recuperaré”

Perder por poco NO es estar a punto de ganar.
Es perder igualmente. Perdemos en cada apuesta y dejamos nuestro dinero, ya sea por mucho o por poco. Un ejemplo. En la ruleta, sale el número 29, yo había apostado al 28. No he quedado cerca de ganar, he quedado igual de cerca que quien había apostado al 3.

“Perder por poco es
estar a punto de ganar”

La probabilidad al apostar a rojo/negro en la ruleta NO es del 50%. Es del 48%, porque existe el número 0, número verde. Además, cada vez que vuelvo a apostar, si quiero mantener mis ganancias, esta probabilidad va disminuyendo y favorece a la banca”.

“La probabilidad de ganar al apostar a rojo/negro en la ruleta es del 50%”

En las apuestas, al igual que en cualquier otra conducta de riesgo, PENSAR que se controla es el primer signo de alerta.

“En las apuestas, yo controlo”

A la larga, apostar un mayor número de veces
NO me da más oportunidades de ganar. Al
contrario, la probabilidad de ganar disminuye
por la ley de probabilidad combinada, que dice
que, para ganar dos veces, la probabilidad debe
multiplicarse. Ej. $0,50 \times 0,50 = 0,25$.
Y para ganar tres: $0,50 \times 0,50 \times 0,50 = 0,125$

“A la larga, apostar un mayor número de veces,
aumenta mis probabilidades de ganar”

DA IGUAL apostar a un resultado que lleva tiempo sin suceder, porque la probabilidad va a ser siempre la misma, ya que son sucesos independientes (son fenómenos o eventos no relacionados).

“Es mejor apostar a un resultado que lleva tiempo sin suceder”

Quizás algunas personas que se dedican profesionalmente a las apuestas, puedan desarrollar algún sistema, pero en ese caso, tenéis que saber que casinos y casas de apuestas los bloquean en sus webs o les impiden la entrada a los casinos.

“Existen sistemas para ganar en las apuestas”

De vez en cuando se puede ganar, pero si se pretende ganar muchas veces, la probabilidad combinada exige multiplicar la probabilidad de cada evento (partido, jugada, tirada). Por ello, al contrario de lo que pensáis, la probabilidad de ganar disminuye, ya que la probabilidad debe multiplicarse.

Ej. $0,50 \times 0,50 = 0,25$.

Y para ganar tres: $0,50 \times 0,50 \times 0,50 = 0,125$

“Da igual que pierda, porque de vez en cuando
ganaré y recuperaré”



PREGUNTAS PARA EL DEBATE:

- ¿Habíais pensado alguna vez en las probabilidades reales de ganancia de los juegos de apuestas?
- ¿Se pueden controlar las apuestas?
- ¿Que una jugada suceda varias veces le da más probabilidad de seguir sucediendo?
- Cuando perdemos en las apuestas por poco, ¿hemos estado a punto de ganar?
- ¿Apostar muchas veces aumenta nuestra probabilidad de ganancia? (probabilidad combinada)
- ¿Creéis que este tipo de creencias y pensamientos que hemos trabajado hoy tienen ventajas para las personas que apuestan? ¿Y desventajas?



CONCLUSIONES DEL ALUMNADO

- ¿CUÁLES SON VUESTRAS CONCLUSIONES?

RESPETANDO EL TURNO DE PALABRA



CONCLUSIONES

- Existen unas leyes de probabilidad que generalmente los jugadores ignoran.
- Las probabilidades que creemos tener de ganar y las probabilidades reales no son las mismas y favorecen a las casas de apuestas o los casinos.
- Además, las personas que juegan presentan una serie de creencias irracionales que mantienen su conducta de juego y que tienen desventajas y consecuencias, porque estas creencias son las que marcan sus apuestas.
- Si estamos cerca de un/a joven que juega que presenta estos sesgos o creencias irracionales, podemos alertarnos y comentarle que quizás necesitaría hablar con alguien o pedir ayuda.



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?

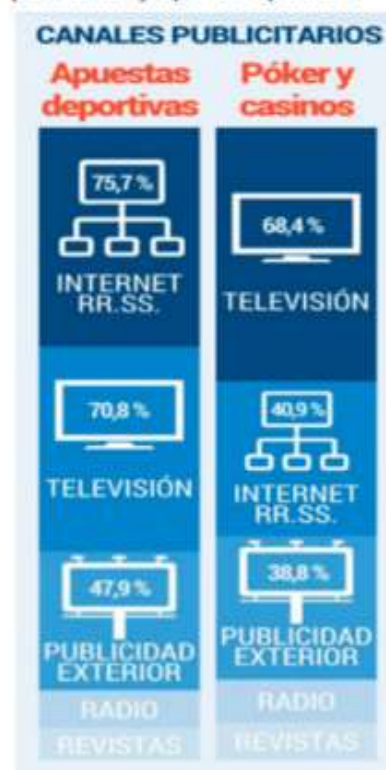
¿A través de qué canales o medios?

- 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 Irlles, 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?

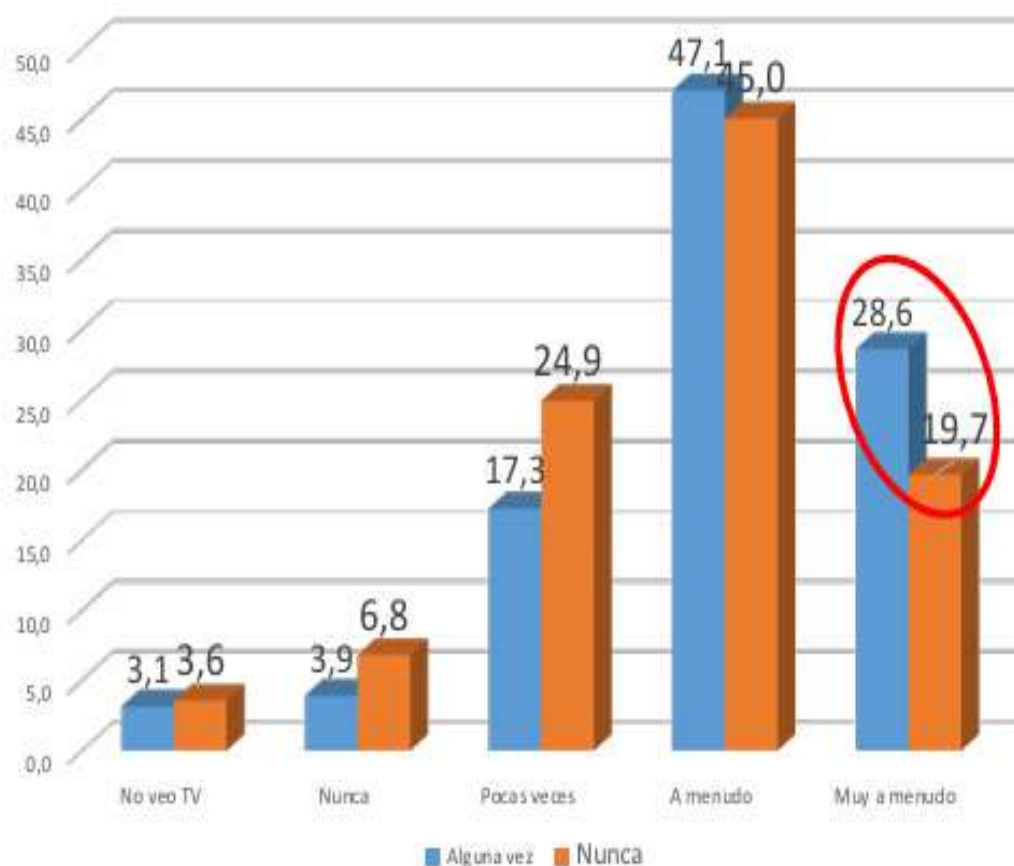


En las investigaciones realizadas, se ha visto que aquellos/as chicos/as que decían ver mucha más publicidad de apuestas, jugaban con mayor frecuencia.

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

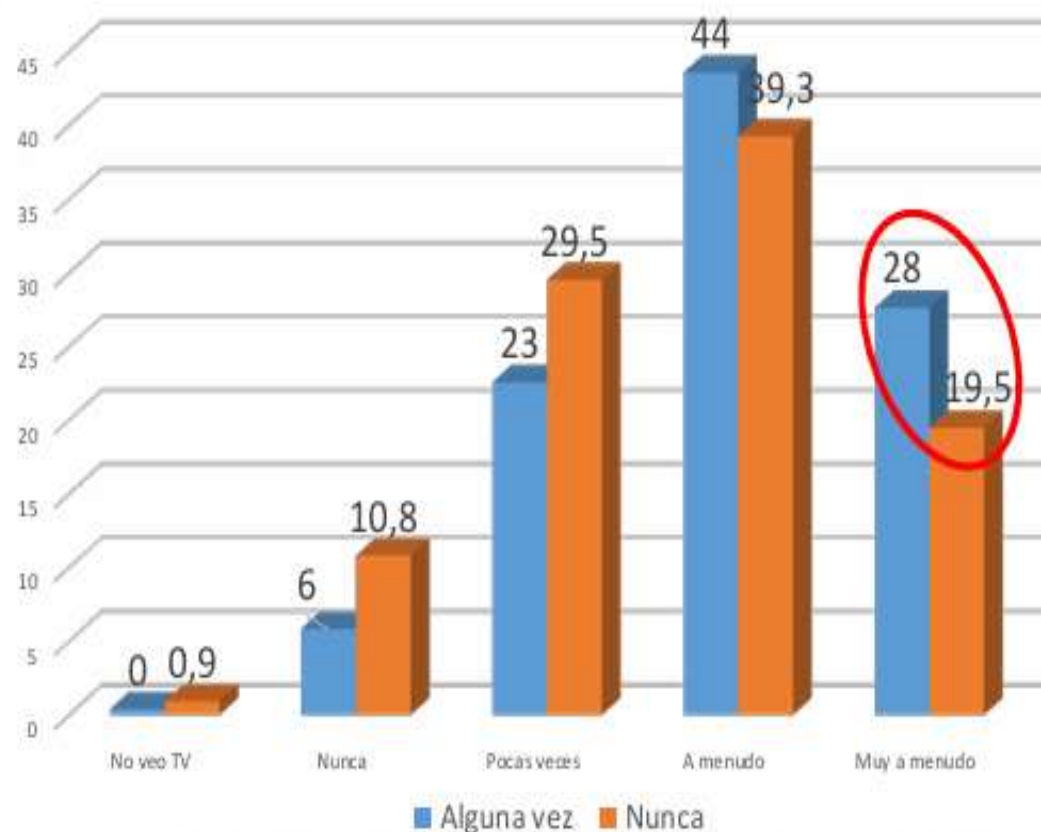


¿Cuántas veces has visto u oído anuncios de **apuestas deportivas** en televisión?





¿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.

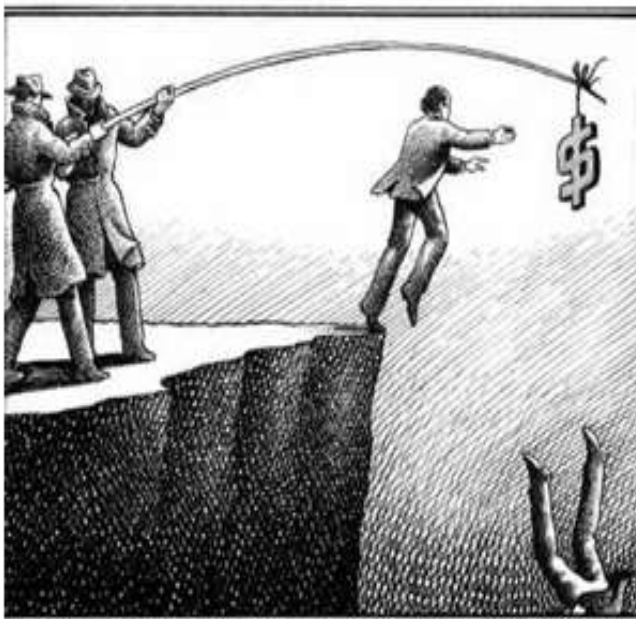
	TOTAL		
	Total	H	M
12-13 años			
Juego con dinero online en apuestas y juegos de azar (Se excluyen videojuegos)	6,5	8,8	4,2

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

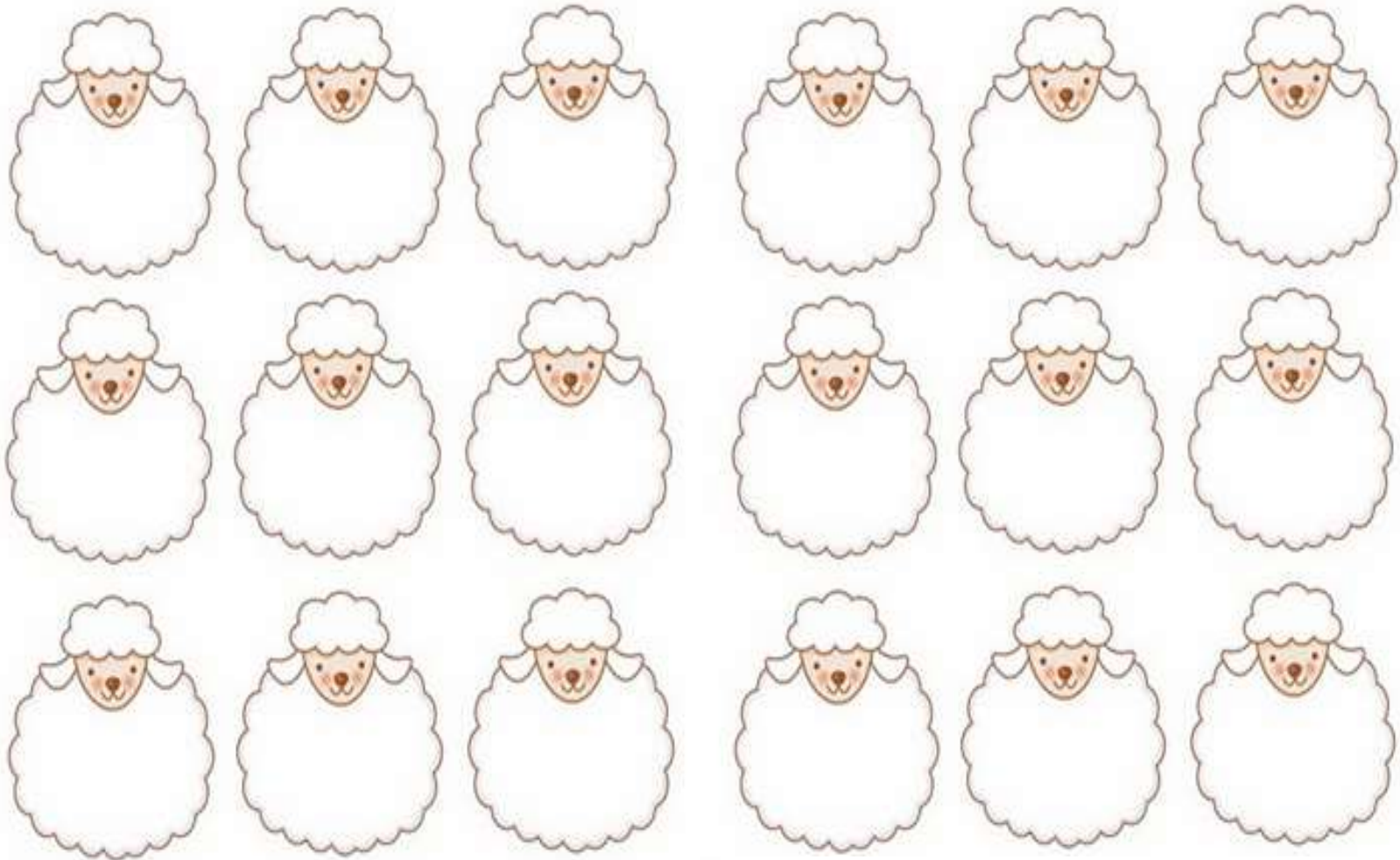
Premios y reembolsos increíbles para todos los jugadores



“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 sports betting and casino platform. At the top left, the 'codere' logo is displayed in green. To the right are two buttons: 'Iniciar Sesión' (Log In) in green and 'Registrarse' (Sign Up) in blue. The main body of the banner features a background image of five male football players in white jerseys. Overlaid on the left side of this image is the text 'OBTÉN HASTA \$5,000' in large, bold, black letters, followed by 'CON TUS PRIMEROS 3 DEPÓSITOS' and 'Y SE UNO DE LOS GOAT'S' in smaller text. Below this, a large blue 'Registrarse' button is prominent. At the bottom of the banner, a dark grey bar contains a three-step process: 1. 'Regístrate' (Sign Up) with the subtext 'Te daremos 4 bonos para comenzar a jugar en Codere'; 2. 'Deposita' (Deposit) with the subtext 'El primer bono de \$500. Recórralo a jugar juegos favoritos (Juega & Recibe)'; and 3. 'Recibe' (Receive) with the subtext 'Recibe los otros 3 bonos en las próximas 3 días de depósito.'.

codere

Iniciar Sesión Registrarse

OBTÉN HASTA
\$5,000
CON TUS PRIMEROS 3 DEPÓSITOS
Y SE UNO DE LOS GOAT'S

Registrarse

Formulario válido para usuarios registrados.
Monto mínimo de depósito y juego: \$100.

1 Regístrate
Te daremos 4 bonos para comenzar a jugar en Codere.

2 Deposita
El primer bono de \$500. Recórralo a jugar juegos favoritos (Juega & Recibe).

3 Recibe
Recibe los otros 3 bonos en las próximas 3 días de depósito.



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.



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 | -Argumentos |
| -Manipulación | o razones |
| -Engaño | -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.



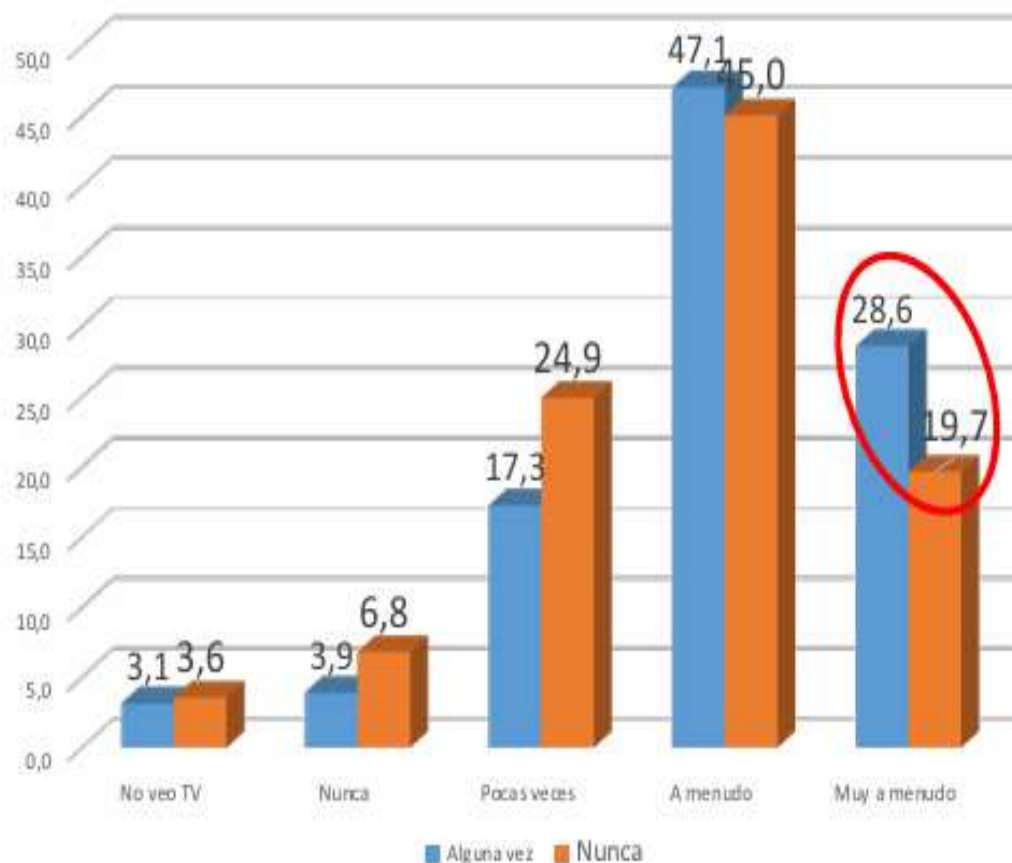
¿Creéis que ver publicidad de apuestas está relacionado con apostar anteriormente?

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.

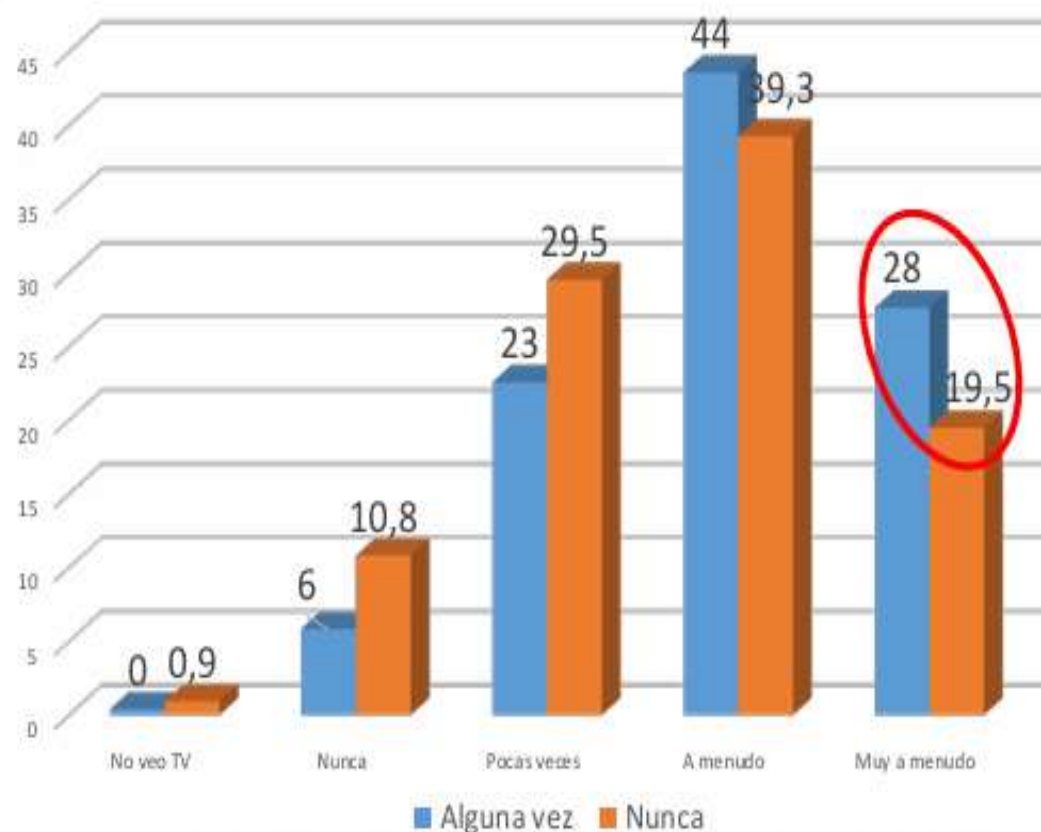


¿Cuántas veces has visto u oído anuncios de **apuestas deportivas** en televisión?





¿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

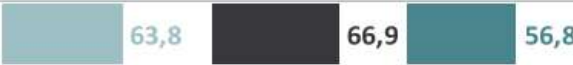
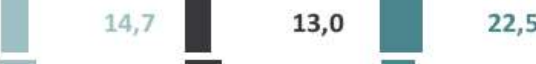
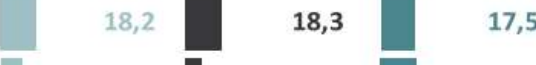
MEDIA
12,8 años

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						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		
								
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**

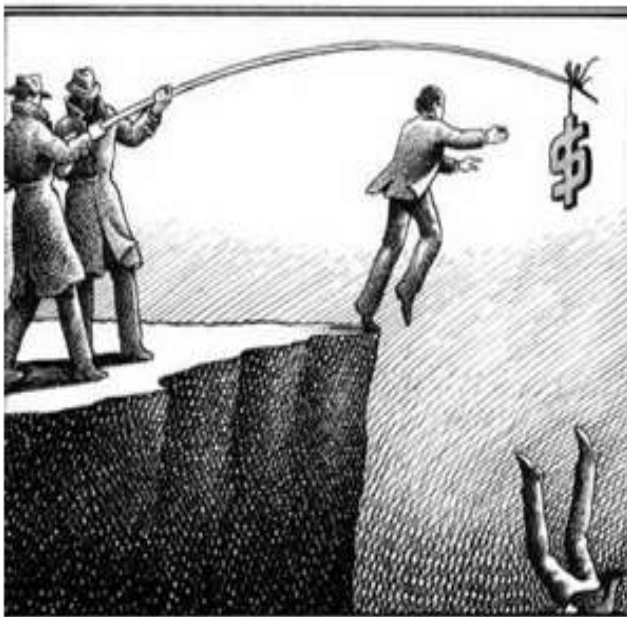
Prevalencia de juego con dinero online en apuestas y juegos de azar en los estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 12 y 13 años en los últimos 12 meses, según sexo (%). España, 2023.

	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

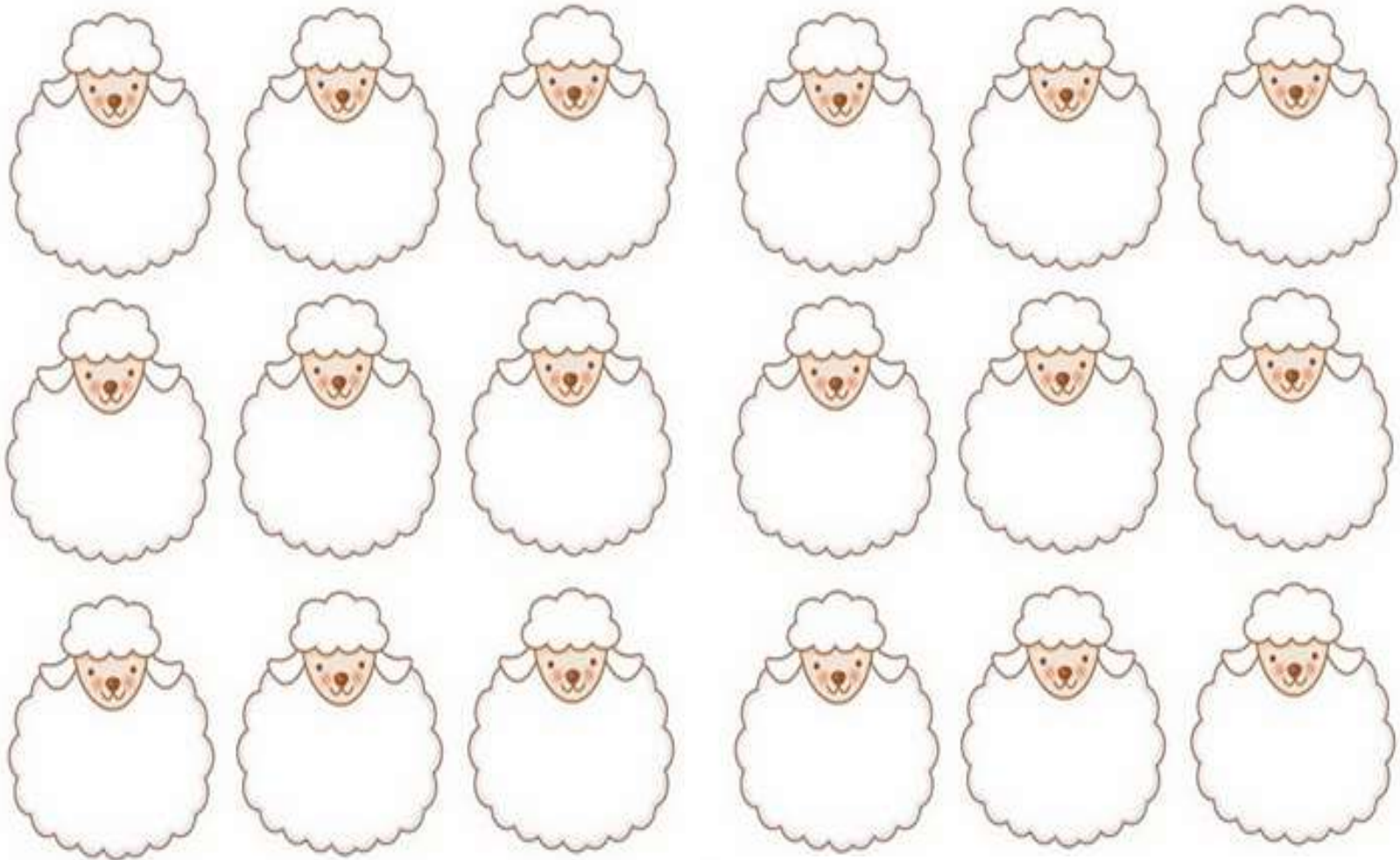
Premios y reembolsos increíbles para todos los jugadores



“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 site. At the top left, the 'codere' logo is in green. To its right are two buttons: 'Iniciar Sesión' (green) and 'Registrarse' (blue). The main text in the center reads 'OBTÉN HASTA \$5,000 CON TUS PRIMEROS 3 DEPÓSITOS Y SE UNO DE LOS GOAT'S' in bold black letters. Below this is a large blue button with the word 'Registrarse' in white. Underneath the button, smaller text states: 'Promoción válida para nuevos registros. Monto mínimo de depósito y apuesta \$100'. The background of the banner features a group of five soccer players in white jerseys. At the bottom, there is a dark grey navigation bar with three steps: 1. 'Regístrate' (The web is yours with your first deposit), 2. 'Deposita' (Deposit your first deposit to get your bonus), and 3. 'Recibe' (Receive your bonus and start betting).



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.



Sesión 4.

Actividad 4.1.

**¿Cuántos jóvenes
crees que
apuestan?**

En la actividad de hoy:

Vamos a intentar conocer cuántas personas jóvenes apuestan en nuestra ciudad.

Explicaremos algunos conceptos: percepción normativa y validación social.

Veremos el porcentaje de jóvenes por tipo de apuestas tanto online como presencial

Reflexionaremos sobre nuestras creencias y actitudes hacia el juego.

PERCEPCIÓN NORMATIVA: Es la percepción de la conducta de los iguales. En este caso, es la creencia acerca de la cantidad de jóvenes que apuestan.

ATENCIÓN SELECTIVA: Es la variación en nuestra percepción del mundo en función de nuestra atención

Dinámica 1



LEVANTAMOS LA MANO

A) ¿Qué proporción de jóvenes de tu edad crees que juegan a apuestas?

0-10%

10-20 %

20-30%

30-40%

40-50%

Más del 50%





LEVANTAMOS LA MANO

B) ¿Qué porcentaje de jóvenes crees que juegan habitualmente a estos tipos de juegos?

Apuestas deportivas

Juegos en casino: máquinas tragaperras (slots), ruleta, póker, etc.

Dinámica 2



LEVANTAMOS LA MANO

C) ¿Cuántos de vosotros habéis jugado en la última semana?





COMPARAMOS C Y A

C) ¿Cuántos de vosotros habéis jugado en la última semana?

A) ¿Qué proporción de jóvenes de tu edad crees que juegan a apuestas?

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



PROPORCIÓN DE JÓVENES DE TU EDAD QUE JUEGAN A APUESTAS

CENTROS EDUCATIVOS								Online
TOTAL	12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 y más años	Presencial
3,1	0,8	4,2	3,6	2,3	1,4	3,0	11,3	Un día al mes o menos
8,8	0,8	6,9	16,1	7,6	6,2	14,0	17,0	2-4 días al mes
1,5	1,7	0,7	1,8	3,1	0,0	2,0	1,9	2-3 días a la semana
2,8	0,0	2,8	2,7	3,1	4,8	0,0	9,4	4-5 días a la semana
0,5	0,0	0,0	0,0	0,8	0,7	2,0	0,0	6 o más días a la semana
0,6	0,0	0,7	1,8	0,8	0,0	1,0	0,0	No he jugado dinero en los últimos 12 meses
0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,9	Nunca he jugado dinero
0,4	0,8	0,7	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	NS/NC
0,9	0,8	0,7	0,9	0,8	0,0	3,0	0,0	
1,0	0,8	1,4	1,8	0,0	0,7	1,0	1,9	
4,7	4,2	4,2	2,7	3,1	5,5	5,0	13,2	
3,5	1,7	1,4	0,9	3,1	6,2	5,0	9,4	
79,8	83,3	81,9	80,0	80,9	86,2	73,0	58,5	
68,3	76,7	71,5	67,0	71	71,0	57,0	49,1	
9,3	9,2	8,3	12,0	9,2	6,2	11,0	13,2	
14,6	19,2	14,6	9,8	14,5	11,0	21,0	13,2	

FRECUENCIA DE JUEGO EN POBLACIÓN 13-17 años	Online
	Presencial
14,5%	Un día al mes o menos
35,8%	2-4 días al mes
7,6%	2-3 días a la semana
13,4%	4-5 días a la semana
3,5%	6 o más días a la semana
4,3%	No he jugado dinero en los últimos 12 meses
1%	Nunca he jugado dinero
1,7%	NS/NC
5,4%	
4,9%	

Fuente: Tabla extraída de Estudio sobre el Juego de Apuestas y otras Conductas Adictivas en adolescentes y jóvenes de la ciudad de Zaragoza. Ayuntamiento de Zaragoza noviembre de 2023

¿Son los jóvenes que han declarado que juegan los que piensan que hay más jugadores ?

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

PORCENTAJE DE JÓVENES ENTRE 13 Y 17 QUE JUEGAN HABITUALMENTE A:



CENTROS EDUCATIVOS

TOTAL

808

GÉNERO

Hombre Mujer Otros

446 350 8

ONLINE

Loterías, primitiva, bonoloto, ONCE cupones, juego activo, eurojackpot, 7/39	0,6
Loterías instantáneas (rascas, once)	1,0
Quinielas de fútbol y/o quinigol	1,6
Apuestas deportivas	2,2
Apuestas en las carreras de caballos	1,1
Slots, máquinas de azar/ tragaperras	1,7
Juegos de cartas con dinero	1,2
Bingo	1,6
Apuestas en eSports o deportes electrónicos	1,5
Juegos en casino	1,5
Criptomonedas, trading	1,7
No he jugado dinero en los últimos 12 meses	4,3
Nunca he jugado dinero	78,6

0,9	0,3	0,0
1,3	0,6	0,0
2,2	0,9	0,0
3,1	1,1	0,0
1,6	0,6	0,0
2,7	0,6	0,0
1,6	0,6	0,0
1,8	1,1	0,0
2,5	0,3	0,0
2,2	0,6	0,0
2,7	0,6	0,0
4,5	4,3	0,0
72,9	86,0	87,5

PREVALENCIA DE JUEGO EN MENORES- TOTAL 13-17 Años : Nunca he jugado dinero

CENTROS EDUCATIVOS					
13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	
81,9	80,0	80,9	86,2	73,0	Online
71,5	67,0	71	71,0	57,0	Presencial



RONDA DE CREENCIAS NORMATIVAS

- Creer que todo el mundo está a favor del juego de apuestas.
- Creer que el juego es más divertido cuando se apuesta.
- Creer que el juego de apuestas es inofensivo.
- Creer que el juego de apuestas no es perjudicial.
- Creer que es normal que jóvenes de tu edad apuesten en bares y salones de juego.



PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

- Tras haber visto las respuestas, ¿os sorprende la diferencia entre lo que pensábais y la realidad?
- ¿Seguís pensando que apostar es lo normal entre jóvenes?
- ¿Por qué creemos que lo que hace gente cercana a nosotros es lo normal entre todos los jóvenes? ¿Por qué pensáis que interesa que el juego de apuestas parezca normal entre jóvenes de vuestra edad?



CONCLUSIONES

La mayoría de los jóvenes no juegan a apuestas.

Creer que la mayoría juegan es falso y supone un argumento a favor del juego. El efecto de Validación Social está científicamente demostrado.

Las Casas de Apuestas conocen el efecto de Validación Social y utilizan este argumento para persuadirnos a jugar.

Jugar y apostar NO es lo normal en las personas de tu edad. Como has visto, los porcentajes de jóvenes apostantes es menor de lo que creías.



CONCLUSIONES

Es frecuente que las personas extrapolen a la población general las pautas de comportamiento propio o de los círculos sociales más íntimos, y, por consiguiente, creen que la mayoría se comporta de forma similar a como lo hace uno mismo o sus amigos/as.

De la misma forma que no todos los jóvenes tienen los mismos gustos o aficiones, no todos persuadimos a jugar.

No todos recurren al juego de apuestas para divertirse. Es un porcentaje minoritario. La mayoría de las personas no apuestan ni tienen intención de hacerlo.



Sesión 4.

Actividad 4.2.

**Cuando los demás
apuestan**

En la actividad de hoy:

Explicaremos las funciones de la comunicación y, en particular, la comunicación persuasiva.

Analizaremos las principales estrategias de persuasión que se dan entre adolescentes y cómo reaccionar ante ellas.

Mediante una dinámica por parejas, identificaremos los mecanismos o tácticas de influencia y decidiremos qué hacer en cada caso.



FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN:

INFORMAR: Transmitir hechos o datos objetivos.

EXPRESAR: Engloba a los mensajes subjetivos, tanto a nivel cognitivo (opiniones, creencias), como a nivel emocional (sentimientos, gustos).

PERSUADIR: Se refiere a los mensajes cuyo objetivo es influir en las personas, hacerles cambiar de opinión o de conducta de una forma sutil no directiva. Manipular.

ORDENAR: Se diferencia de la anterior en que la respuesta deseada está mucho más clara o es más específica. Los mensajes son concretos e imperativos.

TÁCTICAS DE PERSUASIÓN

RIDICULIZAR

Relacionar el rechazo a la solicitud con una calificación negativa de la persona, preferentemente ante otras personas.



TÁCTICAS DE PERSUASIÓN

RETAR

Apelar a la valentía para que se cumpla lo que se pide. Relacionar el no hacer lo que se pide con una postura cobarde.



TÁCTICAS DE PERSUASIÓN

ADULAR

Halagar o agasajar para que la persona se sienta más capaz de hacer lo que se le pide.



TÁCTICAS DE PERSUASIÓN

AMENAZAR

Advertir de que se procurará que haya consecuencias negativas en caso de que no acceda a la solicitud.



TÁCTICAS DE PERSUASIÓN

PROMETER RECOMPENSAS

Advertir de que se procurará que haya consecuencias positivas en caso de que acceda a la solicitud.



TÁCTICAS DE PERSUASIÓN

INSISTIR

Repetir la solicitud.



TÁCTICAS DE PERSUASIÓN

ENGAÑAR

Decir medias verdades o mentiras sobre la conducta solicitada y sus consecuencias.



Dinámica 1



En parejas
redactar
dos frases
de ejemplo
de cada
una de las
estrategias

ANEXO 1 CUANDO LOS DEMÁS APUESTAN



LA PERSUASIÓN

TÁCTICA	DESCRIPCIÓN	EJEMPLOS DE PERSUASIÓN	EJEMPLOS DE RESPUESTA
Ridiculizar.	Relacionar el rechazo a la solicitud con una calificación negativa de la persona, preferentemente ante otras personas.		
Retar.	Apelar a la valentía para que se cumpla lo que se pide. Relacionar el no hacer lo que se pide con una postura cobarde.		
Adular.	Halagar o agasajar para que la persona se sienta más capaz de hacer lo que se le pide.		
Amenazar.	Advertir de que se procurará que hallan consecuencias negativas en caso de que no acceda a la solicitud.		
Prometer recompensas.	Advertir de que se procurará que hallan consecuencias positivas en caso de que acceda a la solicitud.		
Insistir.	Repetir la solicitud.		
Engañar.	Decir medias verdades o mentiras sobre la conducta solicitada y sus consecuencias.		

Dinámica 2



1 Escuchar lo que nos proponen

En
grupo/clase:
método
para actuar
cuando
sentimos
que nos
quieren
persuadir.

¿Qué pretende la persona que quiere persuadirte?

¿Pretende conseguir un beneficio para él/ella o para ti?

¿Qué te dice? ¿Qué validez tienen sus argumentos?

¿Te sientes bien con la forma en que te habla?

¿Qué consecuencias tendrá para ti lo que te propone?

Dinámica 2



En
grupo/clase:
método
para actuar
cuando
sentimos
que nos
quieren
persuadir.



2 Definir mi posición

Adoptar una de las siguientes posturas:

- a) No quiero hacerlo. Lo tengo claro. No me gusta apostar y tengo mis motivos para no hacerlo.
- b) No lo sé. No lo veo claro o no se me había ocurrido. Necesito un tiempo para pensármelo. Si no tenía la necesidad...¿Por qué he de hacerlo?
- c) Sí quiero. Lo tengo claro. Lo habría hecho aunque no me lo hubieran propuesto... ¿O tal vez no?

Dinámica 2



En
grupo/clase:
método
para actuar
cuando
sentimos
que nos
quieren
persuadir.



3 Comunicar mi postura con claridad y asertividad.

- a) “No me interesa”, “Yo no voy a apostar”, “No estoy de acuerdo por...(motivo)”...
- b) “Por ahora no voy a apostar”, “Quizás en otra ocasión”, “No me apetece”.

Dinámica 3



En
grupo/clase:
método
para actuar
cuando
sentimos
que nos
quieren
persuadir.

Cada pareja completa respuestas
asertivas:

Juego: decir en alto una frase de
comunicación persuasiva (el
persuasor), y, a continuación, otra
persona dirá la réplica (la persona
asertiva).



PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

- ¿Por qué la gente quiere convencer a los demás?
- ¿Lo hacen por su propio interés, o por el interés del otro/a?



CONCLUSIONES

Un amigo/a siempre respetará tu opinión, aunque no coincida con la tuya.

Respetar y hacerse respetar. Quien te critica porque no compartes tu opinión no la respeta. ¿Esto es propio de un amigo/a o de alguien que quiere controlarte?

Responsabilidad: una vez que has tomado una decisión actúa en consecuencia; no vale decir que lo hiciste porque te lo dijeron.

Sin empujar: la mayoría de nuestras decisiones no son urgentes. Siempre puedes tomarte un tiempo para decidirte.

