Psicólogos de la UMH advierten de que los menores tienen más adicción al juego que los adultos - Diario Información - 30/10/2020

Una de las casas de apuestas que hay repartidas por la ciudad de Elche en una fotografía tomada ayer. ANTONIO AMORÓS

15 años es la edad media europea para comenzar a apostar

▶ **Previamente al informe que han dirigido para el Centro Reina Sofía, los investigadores de la UMH Daniel Lloret y Víctor Cabrera han realizado diversos estudios previos, como el que llevaron a cabo con la participación de 330 estudiantes de instituto de la provincia. Su labor sirve para denunciar los peligros de una industria que en el último lustro ha vivido un crecimiento anual de su volumen de negocio online del 10% y en la que los jóvenes europeos se inician con 15 años. En los últimos cinco años las licencias para operadoras de apuestas han crecido un 50%.** B. CAMPOY

Psicólogos de la UMH advierten de que los menores tienen más adicción al juego que los adultos

▶ Un informe elaborado para el Centro Reina Sofía señala la falta de pudor de las casas de apuestas para abrir locales junto a colegios y el uso de deportistas y *youtubers* como reclamo

BORJA CAMPOY

■ La adicción al juego y las apuestas ya es mayor entre adolescentes y menores que en el público adulto, las empresas del sector no tienen el mínimo pudor a la hora de abrir nuevos locales junto a centros educativos o parques infantiles y cada vez son más las estrellas del mundo del deporte, la televisión o internet que son utilizadas como reclamo a la hora de cazar nuevos adeptos. Estas son las principales conclusiones que se pueden extraer del informe «¡Jóvenes, a jugar!» que han elaborado psicólogos de la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche para el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud con el objetivo de analizar el impacto que tiene la publicidad del juego de apuestas entre los adolescentes españoles.

Según el informe, las operadoras de juego inundan los canales de comunicación con publicidad de apuestas, en ocasiones expresamente diseñada para el público más joven, con el objetivo de mantener y aumentar la demanda. Así lo denuncian los autores del estudio, encabezado por los investigadores de la UMH Daniel Lloret y Víctor Cabrera y en el que también participan Carlos Falces, Hugo García y Sara Mira. Mientras las operadoras actúan de esta manera, el informe también detecta demasiada lentitud en la reacción de las instituciones públicas encargadas de velar por la salud mental de los jóvenes, lo que ofrece un tiempo que las empresas aprovechan.

Según se refleja de la investigación liderada por los psicólogos de la UMH, pese a que las leyes prohiben las apuestas entre menores, se observa cómo cada vez son más los jóvenes que se inician a edades más tempranas en esta modalidad de juego, detectándose, desde la perspectiva clínica, un incremento de la demanda de tratamiento por trastorno derivado del juego entre los adolescentes. El proyecto también describe las estrategias persuasivas que se utilizan en la publicad y detecta sus principales canales y soportes.

Una de las grandes conclusiones del trabajo que se ha hecho para el Centro Reina Sofía resalta la utilización de estrellas del deporte, actores, presentadores de televisión o *youtubers* con la finalidad de persuadir para jugar, transmitiendo la ilusión de hacerse millonario sin esfuerzo y a cambio de unos pocos euros. El mensaje que se emite asocia el éxito, la fama, la felicidad y el dinero fácil al juego de apuestas, impactando de esta manera entre la población adolescente. La utilización de estrellas del deporte, definen los psicólogos, es una estrategia de comunicación eficaz que incrementa la disposición del consumidor a jugar.

> La publicidad emite un mensaje de «éxito, fama, felicidad y dinero fácil que se logra sin esfuerzo y por unos pocos euros»

Patologías

«Comenzar a apostar antes de los 18 años aumenta significativamente el riesgo de desarrollar juego patológico en edad adulta», denuncia el psicólogo de la UMH Daniel Lloret, quien también ha sido nombrado recientemente director de la Cátedra de Brecha Digital y Buen Uso de las TIC que desde la Universidad ilicitana estudia todos los problema vinculados a internet que afectan a los adolescentes. El informe que han elaborado ofrece numerosos datos que dan buena cuenta de cómo el juego se ha normalizado entre los más jóvenes.

Uno de cada cuatro adolescentes ha apostado el último año, siendo chicas 3,5 de cada diez apostantes. El 13% de los que han apostado se ha gastado más de 30 euros en los últimos doce meses y el 3% lo hace de forma frecuente: más de siete veces en máquinas tragaperras o apuestas deportivas y más de dos veces jugando al póker o en el casino en los 30 días recientes. En cuanto a la presión mediática, siete de cada diez adolescentes afirman que ven y oyen muy a menudo publicidad de apuestas. Según los autores del estudio, una mayor presión mediática se relaciona con una mejor actitud hacia la publicidad y un mayor impacto.

El informa también señala que los programas de prevención familiar y escolar son intervenciones eficaces cuando están bien implementados, pero tienen un impacto reducido al compararlos con las medidas que se podrían adoptar desde la administración pública. Estas intervenciones en la familia y la escuela se dirigen a fortalecer a los menores, entrenándoles para responder a las amenazas y las situaciones que provocan las conductas de riesgo y reduciendo su exposición a la publicidad de las casas de juego.

Por último, los psicólogos de la UMH urgen una regulación más restrictiva con la oferta y disponibilidad de las apuestas. Para ello, consideran que sería adecuado poner en marcha medidas políticas que cambien el actual marco regulatorio y aporten evidencia sobre el impacto que tiene la publicidad en la conducta de los adolescentes. En esa línea, el informe muestra cómo la publicidad contribuye a mantener y aumentar el ritmo de apuestas.