

Un informe constata que los jóvenes tienen menos interés por la publicidad de apuestas

► La investigación de la UMH a través de una encuesta con 3.000 adolescentes se presenta hoy en la Universidad Pompeu Fabra

A.FAJARDO

■ Una disminución en la presión mediática a través de los canales clásicos; además de una reducción de la actitud favorable de los jóvenes hacia la publicidad de apuestas, lo que refleja un cambio en la percepción del público, son algunos de los resultados de un es-

tudio pionero llevado a cabo por los investigadores de la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche. Daniel Lloret Irlés, Víctor Cabrera Perona y Antonio Miguel Nogués Pedregal son los autores de este estudio se presentará este jueves jueves en la Universitat Pompeu Fabra, en el marco de la jornada «Regulación y publicidad del juego de apuestas».

La Jornada está organizada por la UMH y, en la misma, participarán profesionales e investigadores de Salud Pública, regulación del juego y marketing para debatir el

impacto del Real Decreto 958/2020 sobre la conducta de apuestas de los y las adolescentes.

Esta iniciativa legislativa que España ha implementado de forma innovadora como respuesta a esta problemática tiene el objetivo de limitar las comunicaciones comerciales de la industria de las apuestas.

En la actualidad, tras tres años desde su puesta en marcha, los cambios ya se evidencian. Así lo demuestran los testimonios de más de 3.000 adolescentes analizados en un estudio pionero llevado

a cabo por investigadores de la UMH.

Los resultados del trabajo con sello de la universidad de Elche indican una disminución en la presión mediática a través de los canales clásicos, además de una reducción de la actitud favorable de los jóvenes hacia la publicidad de apuestas, lo que refleja un cambio en la percepción del público, según un comunicado de la UMH. Asimismo, se ha identificado una reducción del impacto de la publicidad, lo que sugiere que las estrategias publicitarias son menos efec-

tivas para persuadir a las personas, además de una disminución de las motivaciones de apuestas entre los menores.

Políticas efectivas

Se ha organizado esta jornada con el objetivo de presentar los resultados de esta investigación, debatir sobre el efecto de la publicidad del juego de apuestas en la conducta de los adolescentes y contribuir al desarrollo de políticas más efectivas en la protección de la salud mental de jóvenes y adolescentes. En la organización de esta actividad colaboran la Universitat Pompeu Fabra, la Agència de Salut Pública de Barcelona, la Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria y la Red de Investigación en Atención Primaria de Adicciones.