

SELINA OTERO ■ Vigo

Guerra a los anuncios de apuestas en horario infantil

Expertos piden eliminar la publicidad televisiva ▶ Cuatro de cada diez 'spots' de estos adictivos juegos se emiten en horario diurno

El 45,3% de los anuncios televisivos de apuestas en España se emiten en horario infantil. Es casi la mitad del bruto de publicidad de los juegos de apuestas deportivas, un tema abierto al debate en los últimos meses debido a la agresiva estrategia para captar clientes, un gancho perfecto para crear posibles ludópatas. Expertos en adicciones, profesores y padres alertan, en este caso, del peligro en la emisión de este tipo de anuncios, con expresiones muy directas y a un ritmo muy rápido ("¡Juega, juega!"), a cualquier hora, ya que suponen un cebo para los más pequeños.

Un estudio elaborado por el Consejo Audiovisual de Cataluña indica que cuatro de cada diez anuncios, casi cinco, se emite precisamente en horario infantil. El porcentaje alcanza el 84% en las radios comerciales. Los expertos alertan del riesgo ya que existen componentes patológicos vinculados a la ludopatía que empiezan en los menores. Además, unos 10.000 gallegos de entre 12 y 17 años aseguran haber apostado dinero. Según las cifras del estudio elaborado en Cataluña, aunque la edad legal para jugar es de 18 años, entre el 66% y el 75% de los adolescentes (entre 14 y 17 años) admiten haber jugado al menos una vez.

Ante el riesgo real de enganche de adolescentes a este tipo de apuestas, con todos los componentes de una posible adicción, los expertos piden que se regule la publicidad, como ya está pasando en otros países.

Los operadores de juego utilizan para los spots caras conocidas, como futbolistas u otros personajes famosos, de manera que los más jóvenes (sobre todo) no ven el riesgo; hasta pueden confundir la apuesta en sí con la propia práctica deportiva, sin saber muy bien dónde están los límites. Además regalan bonos iniciales para que la primera jugada no suponga un desembolso para los adolescentes, con cantidades de 50, 70, 200 y hasta 350 euros.

Precisamente la Xunta de Galicia se plantea prohibir a las casas de apuestas regalar bonos de dinero, incluyendo en la reforma de la Lei do Xogo una prohibición específica de estas apuestas, así como prohibir que las operadoras concedan préstamos a sus clientes. En el caso de las cadenas televisivas los



Portal de apuestas online con bono de regalo inicial. // Iñaki Osorio

ALEJANDRO RODRÍGUEZ ■ Instituto Terapéutico Gallego

“Es como si el que vende droga te la regala para probarla”

“El cerebro está programado para repetir las conductas placenteras”, cuenta Alejandro Rodríguez, experto en adicciones. Por ello, el enganche a los juegos de apuestas funciona con las mismas áreas del cerebro que el de las adicciones, “existan sustancias o no existan”.

Es la repetición de la conducta placentera lo que deriva en adicción. “Esto ocurre con las dro-

gas, pero también con el juego, las compras, el ejercicio físico, el sexo...”, describe Rodríguez. Explica que aunque no haya sustancia la persona puede volverse adicta igualmente. El cerebro cambia. “Cambia su forma de percibir, de valorar, cambia todo”, añade.

Por ello, expresa que regalar un bono de apuestas de 70 euros para empezar “es como si alguien que vende droga te regala cocaí-

spots llaman especialmente la atención, por lo que muchos padres lo comentan, con la intención de buscar una solución.

Ídolos y dinero

“Que los jóvenes apuestan es un hecho. Sólo hace falta un smartphone. Y en las salas de apuestas entran

con el DNI de otra persona”, expresa Alejandro Rodríguez, experto en adicciones, al frente del Instituto Terapéutico Gallego. Además, según Rodríguez, el hecho de que protagonicen los anuncios personajes que para los jóvenes son ídolos es un reclamo muy peligroso, “ya que con su éxito, esfuerzo y populari-



Alejandro Rodríguez. // FdV

dad te están invitando a que juegues”. En cuanto a la publicidad en horario infantil, Rodríguez expresa que la legislación en España “es muy permisiva” con estos temas y recuerda que en otros países ya le están poniendo coto. Para los profesionales que han elaborado el estudio de la frecuencia de anuncios

Italia y Bélgica ya han restringido la publicidad en TV

Bélgica acaba de prohibir la publicidad del juego online en la televisión. El parlamento de este país llevaba desde octubre de 2017 con este debate. Finalmente publicó la resolución y restringe totalmente la publicidad de casinos y juegos en televisión.

La prohibición es completa para la publicidad de televisión de casinos online. Además, tendrán un marco de publicidad digital más estricto en las campañas publicitarias en la red. Los operadores de apuestas no podrán publicitarse antes de las ocho de la tarde y tampoco podrán emitir publicidad durante las retransmisiones deportivas, según la información de infoplay.info sobre la decisión tomada en Bélgica.

Tampoco podrán tirar de personajes famosos, ni deportistas ni celebridades, para protagonizar la publicidad y limitará los ingresos permitidos con tarjeta de crédito.

na para que la pruebes”. Además, entre los adolescentes “el hecho de tener un amigo que apostó tres euros y ganó 15 es tremendo”.

En este tipo de apuestas el jugador busca el subidón continuo, la adrenalina, “y eso los operadores de juego lo saben, la publicidad está muy enfocada a activar el sistema de recompensa”.

“También tenemos que pensar que esto ocurre en una sociedad que le da mucha importancia al dinero. Los jóvenes perciben eso. Y si apuestan pueden conseguir más dinero. Pues genial. Yo creo que también es un tema de educación y de valores”, puntualiza el experto.

de apuestas en televisión, la emisión indiscriminada, sin elegir una franja horaria en concreto, hace que niños, adolescentes, jóvenes y mayores estén expuestos al mismo spot. Los menores pueden ver este tipo de apuestas en horario protegido, que en teoría va de seis de la mañana a diez de la noche.

■ Como dice un amigo *soeciata* de *avecilla*, el problema de la Unión Europea es que de un tiempo a esta parte no sabe elegir bien entre los ilustrados y los zotes, ni apreciar los modelos que se le ofrecen para hacer frente a la crisis. Un ejemplo perfecto de esa confusión es el de Caballero II, que acaba de ofrecerle la fórmula idónea: el pansocialismo ibérico. Afirma don Gonzalo –ya empiezan a llamarle “el breve” incluso alguno de los que ahora le sirven– que ese es el mejor camino para Europa, aunque no especificó hacia dónde lle-

CUATRO COSAS / Paco Vedra

va. *Uyuyuy*.

■ Ya, sí, la referencia a la UE extraño un poco y alguno de sus colegas de carné recordó aquello que dijo no ha mucho el *pájaro*, y que se había tomado a *cogna*; que era posible –aunque difícil– que en vista de las dificultades para hacerse con un acta en Santiago, quizá se le ofreciese una en Estrasburgo. Ocurre que parte del socialismo gallego, sobre todo del que

pinta algo, consideraría más positivo que se le colocase en una embajada, sobre todo en alguna de Extremo Oriente. Se habló de Mongolia, pero no hay vacantes. Por el momento...

■ Y es que en la banda de babor de este antiguo Reino parece como si se hubiese convocado un concurso de ideas, dotado con un gran premio dada la escasez de materia prima. Y, aparte el *sobrinísimo*,

se intuye que podría presentarse también el Portavoz Único –por ahora– del *gremio de mareantes*, don Luís. Que ha patentado la expresión de “negra sanidad albertosa”, o algo parecido, olvidando que la patente de referencia al color la tiene un presidente africano, Senghor, que diseñó lo de la *negritude*. Pero en plan bien. ¿No...?

■ Mientras tanto, en la fábrica de ideas –que, por cierto, no anda muy boyante– del PPdeG, alguno de sus empleados ha dado a luz un vídeo en el que se toman de

cogna a los alcaldes del *rojerío* –sí, al tío Abel también, aunque lo respalda al menos la mitad del electorado Popular del suroeste, lo mismo que en las tierras altas ocurría con *sir Paco*– y que ha cabreado a alguno/a de los/as aludidos/as del PPdeG, lo que tiene su riesgo. ¡Ah! Y dicho sea de paso, en ese negociado constatan cada día con mayor fuerza, que del Macizo Gallego para aquí, los votantes que se van del PP se dirigen mucho más a Vox que a los *Citizens*. Y eso, aunque no lo creáis, les resulta, dentro de lo malo, un alivio. ¿*Capisci...*?