

QTJ?

QUÉ TE
JUEGAS

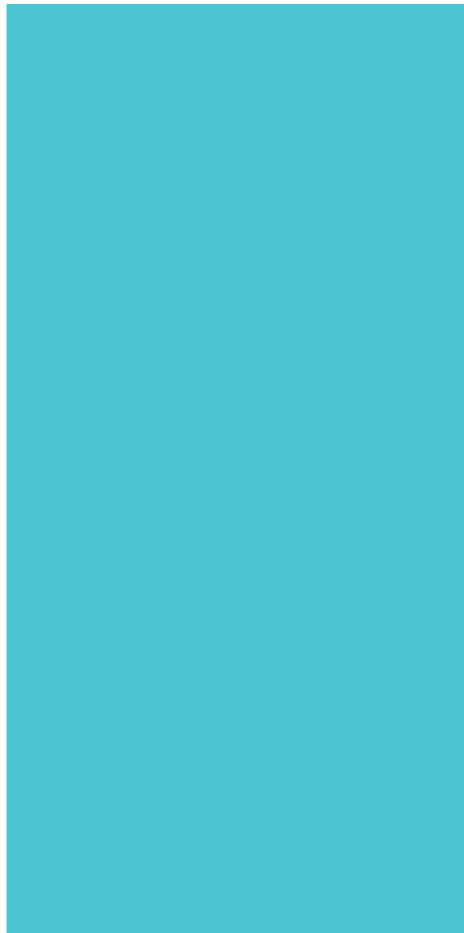


MANUAL
DEL PROGRAMA

2ª edición

PREVENCIÓN
ESCOLAR
DEL
JUEGO
DE
APUESTAS

QTJ?
QUÉ TE
JUEGAS 



**Manual
del programa
¿Qué te juegas?
Prevención
escolar
del juego de
apuestas**



ÍNDICE

1. Justificación e identificación del problema	9
1.a El juego de apuestas. Situación actual	
1.b Prevalencia de juego de apuestas en menores	
1.c Prevalencia de juego de riesgo y el juego problemático en menores	
1.d Previsión de evolución	
1.e El trastorno por juego	
2. Factores de Riesgo del inicio y mantenimiento del juego de apuestas	12
2.a Individual	
2.b Microsocial	
2.c Macrosocial	
3. Fundamentación teórica	16
3.a Teoría de la Acción Planeada	
3.b Modelos cognitivos	
3.c Modelo del Aprendizaje Social	
3.d Modelo COM-B	
3.e Modelo lógico del programa	
4. Población destinataria	19
5. Objetivos	20
Hipótesis	
Cuadro lógico de necesidades- objetivos – resultados esperados	
6. Metodología	22
6.a Metodología de las sesiones	
6.b Técnicas y dinámicas	
6.c Quien aplica el programa	
6.d Normas de aplicación	
6.e Recomendaciones para el/la dinamizador/a	
7. Recursos	27
7.a Recursos Humanos	
7.b Formación	
7.c Recursos Materiales	
8. Sistema de evaluación	28
8.a Evaluación de proceso	
8.b Evaluación de resultados	
8.c Evaluación continua	
9. Contenidos de las sesiones	33
Sesión 1	35
Actividad 1.1. Hugo/Ana comenzó a apostar	39
Actividad 1.2. Razones para apostar	51
Sesión 2	63
Actividad 2.1. Calcula la probabilidad de ganar.... O de perder	67
Actividad 2.2. ¿A favor o en contra?	79
Sesión 3	87
Actividad 3.1. La agencia de publicidad	91
Actividad 3.2. Desmontando anuncios de apuesta	101
Sesión 4	111
Actividad 4.1. ¿Cuántos jóvenes crees que juegan?	113
Actividad 4.2. Cuando los/las demás apuestan	121
Referencias bibliográficas	138

Titulo: Manual del Programa ¿Qué te juegas?

Autores: Daniel Lloret Irlles, Víctor Cabrera Perona, Antonio Castañón Monreal

Maquetación y diseño: Claudia Riva. Rodrigo Giannico

Reservado los derechos (Ver texto creative common)

Depósito Legal:

ISBN.:

Programa acreditado por:

- Conselleria de Sanitat Universal i Salut Pública de la Comunidad Valenciana

- Consejería de Salud de la Región de Murcia.

- Portal de Buenas Prácticas del Plan Nacional sobre Drogas

- Public Health Best Practice Portal - European Commission



1. Justificación

1.a El juego de apuestas. Situación actual

La industria del juego de apuestas es una actividad de gran desarrollo económico. El volumen de negocio total del juego en España supera los 39.000 millones de euros anuales (2019), si bien esta cifra debe asumirse con cautela, y cabría esperar que fuese superior, debido a que parte del dinero en juego no se declara. El mercado de las apuestas es un atractivo mercado que atrae nuevos inversores, refuerza la presencia de las casas de apuestas tradicionales e impulsa una producción publicitaria dirigida especialmente a un público joven (Abarbanel et al., 2016; Lloret et al., 2020; Sklar y Derevensky, 2011).

La producción publicitaria inunda los espacios públicos y privados, sin limitaciones de horarios y en ocasiones los contenidos han sido expresamente diseñados para el público más joven. La proporción de los y las adolescentes que ven a menudo publicidad de apuestas supera el 70%. Y los estudios entre población menor de edad demuestran que existe una significativa relación entre la exposición a publicidad y apostar (Deans et al., 2016; Deans et al., 2017b; Lopez-Gonzalez et al., 2015; López-González et al., 2018; Thomas et al., 2012). Ante esta realidad, se hacía necesario limitar estas prácticas. Por lo que casi una década después de la entrada en vigor de la ley del juego española, se publica el Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, que entra plenamente en vigor en agosto de 2021. Esta norma toma medidas que restringen de manera concreta las actividades publicitarias de juego.

El uso casi universal de smartphones y ordenadores en los y las adolescentes aumenta la accesibilidad al juego, así como su intensidad y el refuerzo inmediato del premio, creando un nuevo perfil de usuario de juegos de apuestas, al mismo tiempo que dificulta el control por parte de tutores y padres/madres. A esta disponibilidad, inmediatez y accesibilidad contribuye la modalidad de apuestas deportivas y de azar online a través de cualquier dispositivo (Gainsbury, 2015; Griffiths, 2003) y en el caso de menores de edad: el anonimato (McCormack y Griffiths, 2013). Así, el juego online no conoce limitación de tiempo, ni restricciones físicas, ni limitaciones geográficas. Estas estrategias facilitan el inicio y mantenimiento del juego de apuestas entre los/las más jóvenes y contribuyen en ocasiones al mantenimiento del trastorno por juego.

Juego de apuestas en menores

Diversos estudios demuestran que el juego de apuestas es una actividad muy extendida entre los/las menores de edad, con preocupantes tasas de prevalencia. Según la encuesta ESPAD, que incluye jóvenes de 15 años de 37 países europeos, el 17% de los/las adolescentes españoles de 15-16 años ha apostado en el último año (22% de los chicos y 12% de las chicas). De ellos/ellas, los/las que apostaron en los últimos 12 meses, el 10% registra un juego excesivo y el 3.2% juego problemático (ESPAD Group, 2016). Otros estudios en España encuentran cifras algo superiores. Por ejemplo, Carbonell y Montiel (2013) apuntan que un 20% de los/las adolescentes había apostado en línea antes de alcanzar la mayoría de edad. Otros trabajos coinciden en que el 28% de jóvenes entre 13 y 17 años declaran haber jugado alguna vez en su vida (Dirección General Ordenación del Juego, 2015; Lloret, Cabrera-Perona y Castaños, 2016).

Prólogo a la segunda edición.

Las conductas de riesgo son sensibles a las modas y a la cambiante actitud social. Estos cambios son aún más acentuados cuando se trata de adolescentes, que muestran una alta reactividad a las nuevas tendencias, y cuando la conducta, como en el caso del juego de apuestas, se ve afectada por modificaciones normativas o por innovaciones del mercado.

Intervenir desde la prevención en la conducta de juego de adolescentes es un proceso dinámico, que requiere evaluación y mejora continua. La segunda edición del programa de prevención escolar del juego de apuestas “¿Qué te juegas?” llega tras cuatro años de implementación en decenas de centros educativos. Durante este tiempo hemos realizado evaluaciones cuantitativas y cualitativas que nos han permitido identificar áreas de mejora. Los resultados de evaluación indican que los cuatro componentes de ¿QTJ?: percepción del riesgo, ilusión de probabilidad, persuasión en las comunicaciones comerciales y presión social, siguen vigentes y por lo tanto se mantienen en esta segunda edición.

Entre las principales mejoras realizadas en esta segunda edición, cabe destacar una exhaustiva revisión desde la perspectiva de género, en la que se han incorporado personajes femeninos, incluido ejemplos de publicidad dirigida a mujeres, y se ha dado mayor presencia a las motivaciones que tienen las chicas para iniciar y mantenerse en el juego de apuestas.

Las actividades y dinámicas se han revisado para que se ajusten mejor a los cincuenta minutos disponibles en una sesión de los centros escolares. El número de actividades por sesión se ha reducido, pasa de tres a dos. Como resultado, la coherencia interna de cada sesión ha quedado reforzada, de manera que las dos actividades de cada sesión apuntan a un mismo objetivo.

Durante este tiempo, el programa ha sido acreditado por la Conselleria de Sanitat Universal i Salut Pública de la Comunidad Valenciana y la Consejería de Salud de la Región de Murcia. Además, ha sido reconocido como Buena Práctica en Prevención por el Portal de Buenas Prácticas del Plan Nacional sobre Drogas.

Juego de riesgo y el juego problemático en menores

Las investigaciones epidemiológicas muestran que entre el 4%-5.6% de los/las adolescentes españoles/as cumplen criterios de juego de riesgo y un 1.2% de juego problemático (Becoña, Míguez y Vázquez, 2001; Choliz, 2017; Gonzalez-Roz et al. 2016; Lloret et al., 2016). Fuera de España, los datos son similares, un meta-análisis que revisa estudios realizados en 23 países desde el año 2000 estima que entre el 0.2 y el 12.3% de los/las adolescentes europeos cumplirían criterios de juego problemático (Calado, Alexandre y Griffiths, 2016).

El inicio antes de los 18 años es un buen predictor de sufrir serios problemas relacionados con el juego cuando se alcanza la mayoría de edad. En este sentido, la proporción de jugadores/as no problemáticos que comenzaron a jugar antes de los 18 años es del 13.4%, mientras que esta misma proporción entre los/las jugadores/as patológicos/cas, se multiplica por tres, llegando al 44.8% (Dirección General de Ordenación del Juego, 2015).

Desde la práctica clínica se informa de un incremento de ludopatía en los/las adolescentes y mayor prevalencia en los/las adolescentes que en adultos (Domínguez Álvarez, 2009; Jacobs, 2000). Varias investigaciones sitúan la edad de inicio del juego en la adolescencia (Gonzalvo, Estevez y Herrero, 2014; Griffiths, 1990; Jacobs, 2000; Ricijas, Hundric y Huic, 2016) y algunos estudios apuntan a mayor tasa de jugadores/as entre los/las jóvenes (Domínguez Álvarez, 2009; Ferrández, 2010). Considerando el tipo de juego, las apuestas deportivas son el juego preferido por los/las adolescentes, siendo a partir de los 15 años cuando se registra un notable aumento de la proporción de menores que apuestan. Respecto al sexo, el juego de apuestas es una actividad eminentemente masculina, ya que dos tercios de los/las adolescentes que apuestan son chicos.

Los/las jugadores/as online tienen una tasa de juego problemático superior a los/las jugadores/as tradicionales (Canale, Griffiths, Vieno, Siciliano y Molinaro, 2015) y apuestan a un mayor número de modalidades de juego (Gainsbury, Russell, Hing, Wood y Blaszczynski, 2013; Shaffer y Shaffer, 2014).

Previsión de la evolución

Entre las modalidades de juego, es el juego online el que más ha crecido en los últimos años, especialmente entre la población menor de edad. La tendencia creciente se ve reflejada en la serie histórica de la encuesta nacional ESTUDES. que muestra que la prevalencia de apuestas online en estudiantes de 14 a 18 años ha crecido un 59% en dos años, pasando del 6,4% en 2016 al 10,2% en 2018.

El tiempo medio que transcurre desde que aparece el juego patológico hasta que los/las afectados/as acuden a tratamiento es de nueve años. Durante este tiempo, además de agravarse, el trastorno se cronifica, provocando tanto en el/la jugador/a como en su familia nuclear serios trastornos de ansiedad y estado de ánimo, así como un importante deterioro socio-laboral y económico (Montesinos et al., 2010). Se distinguen tres perfiles de jugadores/as que pueden desembocar en trastorno por juego: a) jugadores/as problema sin comorbilidad, condicionados por el historial de apuestas y los sesgos cognitivos, b) jugador/as problema emocionalmente vulnerables, caracterizados por presencia de ansiedad y /o depresión, y problemas familiares y emocionales y c) jugador/as problema biológicamente vulnerables, caracterizados por rasgos de personalidad impulsiva y de déficit de atención (Blaszczynski y Nower, 2002; Nower y Blaszczynski, 2004).

En caso de no existir intervención preventiva o terapéutica, la evolución de juego comprende desde el juego en riesgo hasta el trastorno por juego, siguiendo el siguiente patrón:

JUGADOR/A EN RIESGO	JUGADOR/A CON PROBLEMAS	JUGADOR/A PATOLÓGICO/CA
Está frecuentemente preocupado/a por el juego de apuestas (revivir experiencias pasadas, planear la próxima sesión, pensar maneras de obtener el dinero para apostar).	Se incrementa la frecuencia de las conductas de riesgo y, no mayoritariamente, se incorporan:	Le afectan, mayoritariamente, todas las conductas antes citadas y, además, un 20% comete actos ilegales para conseguir dinero con el que jugar o pagar deudas ocasionadas por el juego.
Mediante el juego se evade de estados emocionales negativos.	Pérdida de relaciones personales importantes.	Superan a la media de la población en el consumo de drogas legales, siendo menos frecuentes en el de las ilegales
Pretende recuperar lo perdido de manera compulsiva.	Necesidad de jugar con cantidades crecientes de dinero.	
	Malestar cuando no puede apostar.	
	Mentiras y ocultaciones.	

Especialmente preocupante resulta el grado de fidelización entre adolescentes una vez iniciadas las primeras apuestas. Los estudios longitudinales muestran que la tasa de continuidad de juego tras un año supera el 70%, y alcanza el 87.7% para quienes jugaban con alta frecuencia el año anterior (Lloret, Cabrera-Perona, Castaños et al., 2017), y la proporción de jugadores/as que posteriormente desarrollan problemas con el juego es mayor entre aquellos/as que se inician siendo menores de edad.

En base a cuanto antecede, de no intervenir preventivamente, es previsible que se incremente el trastorno por juego en menores y jóvenes, y con ello la amenaza de exclusión social para su futuro.

Trastorno por juego.

Los manuales diagnósticos de la Asociación Psiquiátrica Americana – APA-, (DSM-5, 2013) y de la Organización Mundial de la Salud –OMS- (CIE-11 2018), reconocen, por vez primera, el trastorno por juego (adicción a los juegos de apuestas, ludopatía o juego patológico) como una entidad diagnóstica independiente, demostrado ya su potencial adictivo que comparte criterios con adicciones a sustancias. Los criterios diagnósticos que apuntan a un trastorno por juego o juego problemático son aquellos relacionados con malestar clínicamente significativo que persisten durante más de un mes. La gravedad del trastorno por juego vendría dada por el número de criterios que cumpliera la persona: Leve (4 ó 5), Moderada (6 ó 7) y Grave (8 ó 9).

CRITERIOS DIAGNÓSTICOS DEL JUEGO PATOLÓGICO EN DSM- 5 (APA, 2013)

El/la paciente muestra una conducta de juego persistente y desadaptativa, tal como se refleja en la presencia de 4 o más de los siguientes síntomas, durante más de un mes:

- 1 Preocupación por el juego.
- 2 Necesidad de jugar cantidades crecientes de dinero para conseguir el grado de excitación deseado.
- 3 fracasos repetidos en los esfuerzos para controlar el juego.
- 4 Inquietud o irritabilidad cuando se intenta interrumpir o detener el juego.
- 5 Utilización del juego como vía de escape de los problemas o de alivio del malestar emocional.
- 6 Intentos repetidos de recuperar el dinero perdido.
- 7 Mentiras a la familia y a los/las terapeutas sobre la implicación en el juego.
- 8 Puesta en peligro o pérdida de relaciones personales significativas, de trabajo o de oportunidades educativas debido al juego.
- 9 Apoyo económico reiterado por parte de la familia y de las amistades.

2. Factores de riesgo del inicio y mantenimiento del juego de apuestas

El inicio y mantenimiento del juego de apuestas ha sido relacionado con diferentes variables psico-sociales que actúan como predictores. Su presencia está asociada a una mayor probabilidad de que el/la adolescente se inicie en los juegos de apuestas o que incluso aumente la frecuencia e intensidad, pasando de los primeros contactos exploratorios a una conducta de abuso. Dichas características psico-sociales constituyen los objetivos de las intervenciones preventivas en tanto que se acepta su papel modulador de la conducta de abuso del juego. Diversos autores han agrupado los factores predictores del consumo de alcohol, tabaco y otras drogas entre adolescentes en torno a tres niveles que parten de las características personales hacia entornos sociales con los que se relaciona de menor a mayor proximidad (Espada, Méndez, Griffin y Botvin, 2003; Hawkins, Catalano y Miler, 1992; Muñoz-Rivas, Graña y Cruzado, 2000; Rhodes, et al., 2003):

- Nivel Individual o personal, en el que se incluyen rasgos de personalidad como la impulsividad y la búsqueda de sensaciones, la autoestima, la percepción del riesgo o la creencia de que se puede controlar el resultado de una apuesta, entre otras características personales.
- Nivel Microsocial, se refiere a la presencia de juego de apuestas en los entornos sociales en los que el/la menor mantiene relaciones personales: la familia, los/las amigos/as o la escuela.

- Nivel Macrosocial, consiste en las características socio-culturales que proporcionan un marco de referencia y moldean actitudes y conductas de juego de apuestas. En este sentido, se incorporan dos variables: accesibilidad y publicidad.

El programa ¿Qué te juegas? tiene como objetivo evitar o retrasar el inicio del juego de apuestas y/o reducir su frecuencia o intensidad a través de fortalecer la resistencia a cuatro factores de riesgo, que son susceptibles de ser trabajados en el aula. Estos factores son:

Percepción del riesgo es la creencia de que el juego de apuestas conlleva consecuencias negativas. Una alta percepción del riesgo está asociada a una menor intención de juego.

El temor de que el juego pueda llegar a estar fuera de control, y derive en consecuencias indeseables, y a la postre, la idea de que el juego pueda llegar a convertirse en una conducta adictiva, son argumentos que sostienen una actitud negativa (Li et al. 2010; Spurrier, Blaszczyński y Rhodes, 2015). Además, la percepción del riesgo se ve reforzada cuando emergen argumentos afectivos que refuerzan una actitud negativa hacia las apuestas, como por ejemplo el rechazo a los valores que son representados por el juego, no considerarlo excitante o no encontrar atractivo al mundo que rodea al juego.

Ilusión de control. El enfoque cognitivo ha identificado una serie de creencias erróneas mantenidas por los/las apostadore/as, que contribuye a que sobreestimen sus posibilidades de ganar. Así, es frecuente que se presenten una serie de distorsiones cognitivas, sesgos en el cálculo de probabilidades y creencias irracionales sobre la probabilidad de ganancia y la ilusión de control del juego (Choliz, 2006; Dussault et al., 2011; Echeburúa y Fernández-Montalvo, 1997; House, 2008; Jacobsen et al., 2007; Fortune y Goodie, 2012; Li et al., 2010; Potenza et al., 2011; Vitaro et al., 1997). Estos sesgos cognitivos no se consideran solamente un factor de riesgo, sino también un mantenedor de la conducta (Becoña, 1998; Rúaiz-Perez y Lopez-Pina, 2016). Estos sesgos y creencias incluyen la predicción de resultados, la llamada falacia del/a jugador/a o proceso auto-correctivo del azar, el optimismo irracional, o el sesgo confirmatorio, recordando ganancias pero olvidando las pérdidas, etc. (Ladoceur y Walker, 1996), que se suman a las bajas capacidades de cálculo probabilístico sobre sucesos aleatorios, que por lo general tenemos. Se ha visto que un aumento del conocimiento de cálculo de probabilidad se relacionaba con menor comportamiento de riesgo en apuestas (Floyd, Whelan y Meyers, 2006) y mayor resistencia a sesgos cognitivos (Williams y Connolly, 2006), siempre que la información sobre probabilidad se acompañe en los programas preventivos con otros componentes como el cambio de actitudes o la reducción de la percepción de control sobre el juego (Williams, West y Simpson, 2012).

La Presión de grupo, destaca entre los factores que operan a nivel microsocial. La presión de grupo es la influencia sobre una persona ejercida por individuos cercanos y de características similares para que adopte los comportamientos del grupo (Alonso, Salvador y Suelves, 2004). La influencia de los/las compañero/as se ejerce a través de dos vías principales. Una primera, que podemos denominar directa y específica, se da cuando el grupo cuenta con suficientes jugadores/as o si estos gozan de una posición de prestigio. Esta situación favorece el consumo a través de tres mecanismos: I. un proceso de modelado o de adquisición de conductas por imitación; II. la normalización y adopción de creencias y valores que favorecen el juego de apuestas; y III. el incremento de la accesibilidad. Una segunda vía indirecta y no específica, son los hábitos de ocio asociados al juego de apuestas. Al igual que la anterior propicia un marco social que normaliza la conducta de juego.

El tercer nivel es el macrosocial en el que se incluyen aspectos estructurales y culturales, tales como: el marco normativo, la cultura a favor del juego de apuestas y la accesibilidad. Todos ellos dependen en gran medida de los intereses de los potentes grupos de presión y de la voluntad y fortaleza de las administraciones públicas. El programa ¿Qué te juegas? se centra en entrenar un pensamiento crítico que actúe como mecanismo de resiliencia ante la enorme presión mediática que ejerce la publicidad de las casas de apuestas.

Los resultados de investigación apuntan a que la publicidad genera actitud positiva y percepción social favorable hacia el juego (Binde, 2009; Derevensky, Sklar, Gupta y Messerlian, 2010) y una visión normalizada de la conducta de juego de apuestas (King et al., 2010; Pitt et al., 2016). Esto constituye un riesgo notable para los/las menores que reciben el impacto de estos mensajes y disponen de un fácil acceso a las plataformas de juego online. Diversos estudios en otros países apuntan a que una mayor exposición a anuncios de juegos de apuestas se asocia a una alta frecuencia de juego semanal entre los/las adolescentes tanto en apuestas deportivas (Hing et al, 2014) como en póker, máquinas y casino (Clemens, Hanewinkel y Morgenstern, 2016). También se propone que la publicidad de juego se destina no tanto a atraer nuevos/as apostadores/as, sino a mantener a los/las ya jugadores/as (Binde, 2009; Derevensky, Sklar, Gupta y Messerlian, 2010). La investigación sugiere que los anuncios de apuestas provocan a largo plazo una actitud favorable hacia el juego, que puede estimular la intención de apostar (Lee et al., 2008; Lloret, Cabrera et al, 2018), si bien no se ha investigado en profundidad la percepción que los/las adolescentes pueden tener de esta publicidad.

Mientras se redacta esta segunda edición del Programa ¿Qué te juegas?, se aprueba el Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, que entra plenamente en vigor en agosto de 2021. Esta norma implanta medidas que restringen de manera concreta las actividades publicitarias de juego, entre las que cabe destacar: la reducción de los horarios de difusión (Art. 18-22), la restricción de las actividades de patrocinio (Art. 12), y del uso de estrategias de persuasión que se han mostrado eficaces, en especial con los/las menores y población vulnerable. Queda prohibido utilizar personajes de relevancia y notoriedad pública (Art. 15), transmitir una imagen del juego que otorgue una superioridad social o que implique una mejora en habilidades o reconocimiento social (Art. 9.2.h), los contenidos o diseños, dirigidos a atraer la atención o el interés particular de las personas menores de edad (Art. 11.2.b) entre otras técnicas y recursos que han sido ampliamente utilizados durante esta década. La aprobación del Real Decreto 958/2020 supone un importante avance en la prevención del abuso del juego de apuestas, y desde ¿QTJ? aplaudimos la decisión política. Podría pensarse que el impacto de la nueva regulación sobre las comunicaciones comerciales deja sin contenido la sesión dedicada a la publicidad, sin embargo, la capacidad de adaptación de la industria del juego nos hace prever que mantendrá la presión mediática a través de nuevos canales y formatos.

Resumen de los Factores de Riesgo para el juego de apuestas problemático en los/las adolescentes:

NIVEL	12 A 17 AÑOS	18 A 25 AÑOS
Personal/Individual		
Género masculino	● ●	● ●
Edad de inicio en el juego temprana	●	
Haber jugado previamente	●	●
Ganancias en las primeras apuestas	●	●
Baja percepción de riesgo	● ●	● ●
Altos niveles de estrés		● ●
Impulsividad	●	
Búsqueda de sensaciones	●	
Síntomas depresivos	●	
Emocionalidad negativa		● ●
Bajo autocontrol		●
Otras conductas de riesgo		●
Evitación de problemas		●
Familiar		
Conducta de juego de padre/madre	● ●	
Actitud favorable hacia el juego de padre/madre	● ●	
Mal clima familiar/baja cohesión familiar	●	●
Escasa supervisión parental	●	●
Problemas familiares	●	●
Problemas en la comunicación familiar	●	●
Escolar y relacional		
Bajo rendimiento académico	● ●	
Baja adaptación escolar	● ●	
Presión de amigos/as y compañeros/as para apostar	● ●	● ●
Contextual		
Accesibilidad al juego	● ●	● ●
Jugar a muchas modalidades de apuesta		●
Macrosocial		
Percibir el juego de apuestas como algo normalizado	●	● ●
Presión social (medios de comunicación/publicidad)	●	● ●

● : Factor de riesgo que predice la conducta de apuesta en estudios transversales (a corto plazo)
 ● : Factor de riesgo que predice la conducta de apuesta en estudios longitudinales (a largo plazo)

3. Fundamentación teórica

El programa se sustenta en tres modelos teóricos coherentes con los objetivos que persigue, que a su vez se integran en un único modelo comprensivo. A continuación, se describen brevemente cada uno de ellos.

3.a Teoría de la Acción Planeada

La Teoría de la Acción Planeada (TAP, Ajzen 1991) establece como principal predictor de la conducta de juego la intención, que a su vez es explicada por otros tres factores: las *actitudes hacia las apuestas*, la *norma subjetiva* y la *autoeficacia* o control percibido sobre la apuesta. En las actitudes hacia las apuestas se integran las creencias sobre la probabilidad de obtener un premio, con la valoración emocional atribuida a apostar. En el primer caso, la segunda sesión del programa ha sido diseñada para aportar conocimientos sobre las leyes de la probabilidad, reduciendo la ilusión de control de los resultados del juego basada en sesgos cognitivos. En cuanto a la valoración emocional del juego, los estudios han detectado que uno de los motivos para jugar es considerar que apostar es excitante y divertido. El programa trabaja estos componentes a través de actividades y dinámicas dirigidas a reforzar la autoeficacia para no apostar aun cuando el contexto social es propicio al juego, así como con los propios contenidos relacionados con probabilidad de ganancia e ilusión de control.

Otro elemento que plantea la TAP es la *norma subjetiva*, que podría explicarse como la presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento en cuestión. Finalmente, como tercer factor influyente, el control *comportamental percibido*, o la expectativa sobre la capacidad de control personal de la conducta. El programa trabaja estos componentes a través de actividades y dinámicas dirigidas a reforzar la *autoeficacia* para no apostar aun cuando el contexto social es propicio al juego, así como con los propios contenidos relacionados con probabilidad de ganancia e ilusión de control.

3.b Modelos cognitivos

El modelo cognitivo describe cómo las percepciones de las personas o los pensamientos espontáneos sobre las situaciones influyen en sus reacciones emocionales, conductuales, y a menudo fisiológicas. Ya las teorías clásicas cognitivas de la motivación, aluden a conceptos como los “*mapas cognitivos*” que están en la base de las expectativas sobre los resultados de la conducta (Tolman, 1932) o conceptos como “tensión o estado motivacional” y “distancia psicológica” (Lewin, 1936). Todos ellos son susceptibles de ser manipulados con mensajes persuasivos, y afectados por los sesgos cognitivos, por lo que se convierten en objetivo de la potente comunicación persuasiva de los operadores de juego.

El cálculo de probabilidades es un proceso que puede llegar a ser complejo. Ante ello, las personas recurren a atajos cognitivos, explicaciones simples en forma de *sesgos* y *heurísticos* que en ocasiones aumentan la percepción de control sobre el azar. Mucho/as jugadore/as sostienen creencias sobre el cálculo de las probabilidades de ganar en las apuestas y con la ilusión de controlar unos resultados que realmente dependen del azar. Estos procesos cognitivos derivan en sesgos cognitivos mantenedores de la conducta de juego. La omnipresente exposición mediática a la que nos someten los operadores de juego se basa en estrategias de persuasión y manipulación que recurren a los antedichos errores cognitivos. La impulsividad, que es un rasgo característico de la personalidad adolescente, hace que estos errores cognitivos o sesgos cognitivos sean si cabe más frecuentes.

Una gran proporción de los programas de prevención escolar del abuso del juego cuya eficacia ha sido evaluada (Keen, Blaszczynski y Anjoul, 2017) incluyen un componente cognitivo dirigido a corregir la ilusión de control del azar en el juego de apuestas, sobre la base de que el conocimiento de la probabilidad real de ganancia pueda moderar la conducta de juego. La segunda sesión del programa *¿QTJ?* tiene como objetivo principal corregir las distorsiones cognitivas más frecuentes que explican el error de cálculo de la probabilidad de éxito.

3.c Modelo del Aprendizaje Social (TAS)

A mediados del siglo pasado Miller y Dollard plantearon un modelo de explicación de adquisición de la conducta basado en la observación y concluyeron que, si las personas ven consecuencias deseables y positivas en la conducta observada, es más probable que la imiten y la tomen como modelo a seguir. Este modelo fue posteriormente desarrollado por Bandura en los años 60, llegando a ser uno de los modelos teóricos más ampliamente utilizado para explicar la influencia de la publicidad en la conducta. La tercera sesión del programa *¿QTJ?* se basa en los postulados de las TAS para diseñar dinámicas dirigidas a promover una posición crítica a la publicidad de juego.

3.d Modelo COM-B

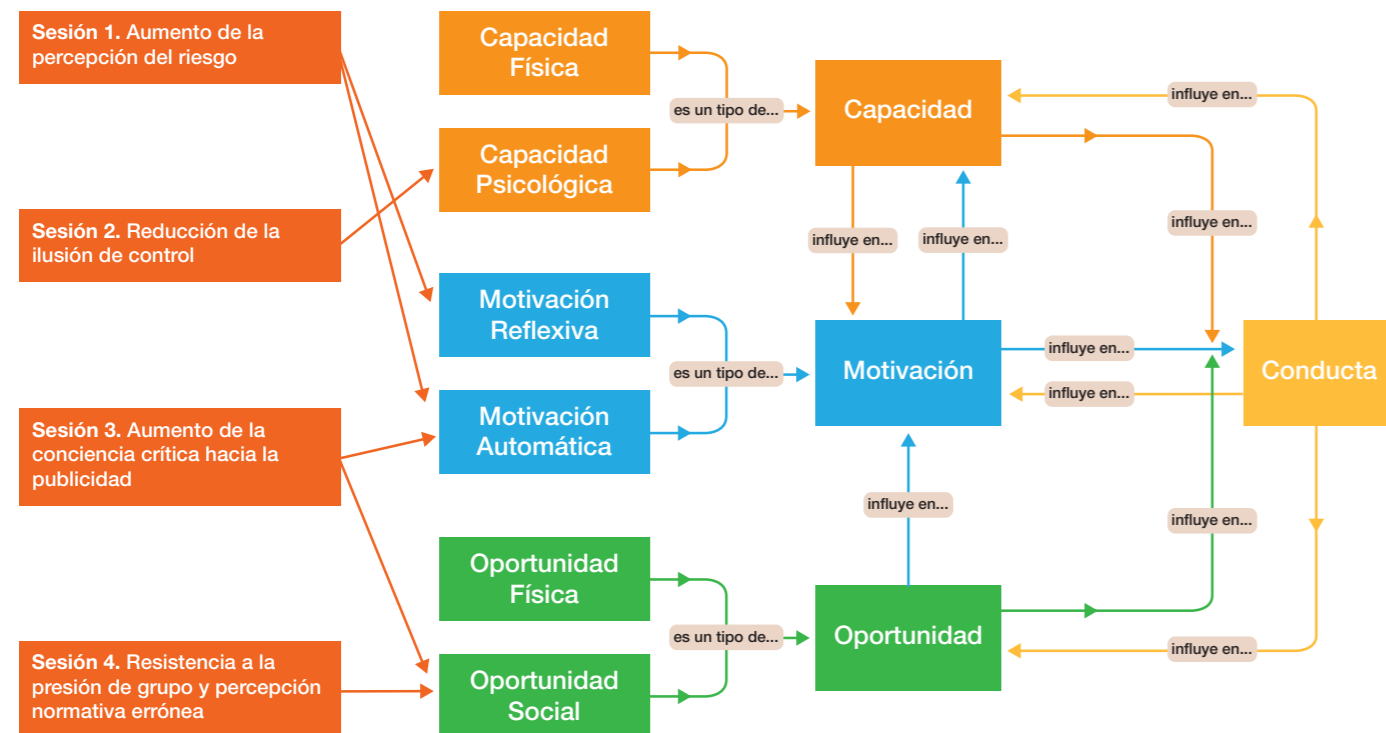
Los factores de riesgo adquieren un significado aún mayor cuando se integran en un modelo teórico. En este sentido, los modelos descritos anteriormente se incorporan en un único modelo integrador: el modelo COM-B (Michie et al., 2014; West y Brown, 2013) que postula un marco general para el cambio de comportamiento. El modelo predice la conducta combinando tres parámetros: I. CAPACIDAD o habilidad psicológica o física, por ejemplo, conocimientos y habilidades para apostar; disponer de dinero o de bonos; II. OPORTUNIDAD formada por factores físicos y sociales externos al individuo que predisponen al juego de apuestas, por ejemplo: la normalización de la conducta o la accesibilidad. Estos tres componentes interactúan para generar el comportamiento; III. MOTIVACIÓN en base a procesos cognitivos reflexivos y/o automáticos, como por ejemplo los argumentos de la publicidad basados en creencias-sesgos a favor del juego, las experiencias reforzantes, el aprendizaje observacional de modelos, la asociación del juego de apuestas a reforzadores primarios como el éxito, sexo, felicidad... La motivación también sirve de mediador entre la capacidad, la oportunidad y el comportamiento, de manera que, tanto la capacidad como la oportunidad influyen en la motivación, convirtiéndola en el mediador central del modelo. Por lo tanto, la capacidad y la oportunidad afectan al comportamiento a través de una vía indirecta y directa (Michie et al., 2014; West et al., 2019; West & Brown, 2013). West y Michie (2020) formulan un modelo en el que la capacidad y la oportunidad actúan sobre la relación entre motivación y conducta como “puertas lógicas” que, en un momento dado, deben estar las dos (capacidad y oportunidad) abiertas para que la motivación se exprese en la conducta. Por último, la conducta retroalimenta la capacidad, oportunidad y motivación. Esta retroalimentación puede crear ciclos tanto positivos como negativos, aumentando o disminuyendo, respectivamente, la probabilidad de que vuelva a darse la conducta (West y Michie, 2020). El modelo, por tanto, se estructura temporalmente en tres momentos. Un primer momento en el que se mide la capacidad, oportunidad y motivación; un segundo momento en el que se mide la ejecución de la conducta; y un tercero en el que se mide capacidad, oportunidad y motivación y se valora la posible retroalimentación del modelo.

3.e Modelo lógico

El modelo lógico del programa ¿QTJ? prevé la reducción de varios de los componentes del modelo COM-B. En la figura se puede observar como las actividades de cada sesión están dirigidas a reducir cada uno de los componentes del modelo COM-B:

1. Aumentar la *Percepción del Riesgo* afectaría a la *Motivación Automática* mediante mecanismos emocionales y a la *Motivación Reflexiva* mediante la comprensión y aceptación de argumentos.
2. Reducir la *Ilusión de control* hacia el éxito en el juego afectaría a la *Capacidad Psicológica* que influye en la *Motivación Reflexiva*.
3. Aumentar la *Conciencia Crítica* hacia la manipulación mediática afectaría a diversos argumentos utilizados en las comunicaciones comerciales dirigidos a la normalización (*Oportunidad Social*), y a la asociación con reforzadores y sesgos cognitivos (*Motivación Automática*).
4. Incremento de la resistencia ante *Presión de Grupo* y el ajuste de la *Percepción Normativa* reducirían la *Oportunidad Social*

Modelo lógico del programa ¿Qué te juegas?



4. Población destinataria

El programa ¿QTJ? es una intervención preventiva de ámbito universal dirigida a adolescentes de ambos sexos. Las dinámicas y actividades desarrolladas en las sesiones, los contenidos y la terminología utilizada permiten su aplicación en un rango de edades que va desde los 14 a los 17 años.

Corresponde hacer aquí una reflexión sobre la edad a la que se debe comenzar a prevenir el juego de apuestas. Considerando que los estudios sobre prevalencia del juego en adolescentes detectan un aumento del juego a partir de los 15 años (Lloret, Cabrera-Perona et al., 2018; García, 2015; Kong, et al., 2013) y que las primeras experiencias pueden significar una oportunidad para consolidar las actitudes favorables hacia el juego de apuestas, es deseable comenzar la prevención a los 14-15 años.

El objetivo es fomentar una actitud crítica y contraria a las apuestas, antes de que se den las primeras experiencias. Se espera que evitar o reducir creencias como son las expectativas de éxito, aumentar la percepción del riesgo y entrenar respuestas asertivas ante la presión social, retrasará la edad de inicio, y reducirá la frecuencia de apuestas en lo/as adolescentes que ya han debutado.

Perspectiva de género

Desde una perspectiva de género, los estudios epidemiológicos corroboran un evidente dimorfismo sexual de la conducta de juego de apuestas. Los chicos juegan más que las chicas, y esta diferencia se incrementa conforme aumenta la frecuencia e intensidad, llegando los chicos a multiplicar por cuatro a las chicas en el juego de riesgo y problemático. No obstante, en los últimos años se observa un gradual incremento del juego entre las chicas. Los operadores de juego diseñan nuevos mensajes persuasivos dirigidos a la población femenina, teniendo en cuenta sus motivaciones y expectativas de juego. Somos conscientes de que no resultaría ni apropiado ni práctico implementar un programa diferente según el sexo del grupo participante, por lo que esta segunda edición incorpora mejoras en el enfoque de género integrando un argumentario de género en las actividades. A través de los análisis de los datos cuantitativos, y los grupos de discusión (ver apartado evaluación) se han identificado los siguientes argumentos de mejora:

- Incorporar personajes femeninos.
- Dar mayor presencia a las motivaciones de las chicas.
- Incluir ejemplos de publicidad dirigida a mujeres.
- Promover el rol activo de las chicas en la identificación y prevención de casos.

Es importante destacar que los aspectos de género deben ser tenidos en cuenta en el proceso formativo de quienes aplican el programa.

5. Objetivos del programa

El objetivo general del programa es reducir la prevalencia de juego de apuestas en los/las menores. Para ello se plantea un triple nivel de alcance: evitar que comiencen a jugar, retrasar la edad de inicio y evitar que aquellos/as adolescentes que ya han comenzado a apostar aumenten su frecuencia e intensidad de juego. Teniendo en cuenta la fundamentación teórica expuesta, y asumiendo los preceptos de la TAP (Ajzen, 1991) por los que la intención es el mejor predictor de la conducta de juego, la reducción de la intención de juego es así mismo un objetivo general.

Más allá de la propia conducta a evitar o reducir, los objetivos intermedios de las intervenciones preventivas se definen por los factores predictores o factores de riesgo que pretenden reducir. De esta forma, la primera sesión tiene como objetivo *aumentar la percepción del riesgo y reducir las creencias motivacionales y actitudes a favor del juego*. La segunda sesión está enfocada a identificar sesgos cognitivos que alimentan la ilusión de control y nos llevan a tomar decisiones equivocadas. El objetivo de la tercera sesión es identificar las tácticas manipulativas de los mensajes publicitarios y fomentar una postura crítica ante ellos. En la cuarta sesión se entrena y refuerza la *autoeficacia* para resistir a la *presión de grupo y social*.

Hipótesis del programa

Teniendo en cuenta los objetivos del programa, se plantean siete hipótesis, que pueden ser comprobadas comparando las puntuaciones de los cuestionarios de evaluación (Anexo) antes y después de aplicar el programa. Las hipótesis enuncian que, tras las sesiones de prevención, los/las participantes:

Hipótesis 1. Tendrán una mayor percepción de los riesgos asociados al juego de apuestas (Sesión 1)

Hipótesis 2. Tendrán una menor percepción de control hacia el éxito en el juego. (Sesión 2)

Hipótesis 3. Reducirán su nivel de aceptación de los mensajes de publicidad. (Sesión 3)

Hipótesis 4. Aumentarán la capacidad de resistir a la presión de grupo (Sesión 4)

Hipótesis 5. Ajustarán la percepción normativa errónea (Sesión 4).

Hipótesis 6. Reducirán las motivaciones hacia el juego de apuestas. (Todo el programa)

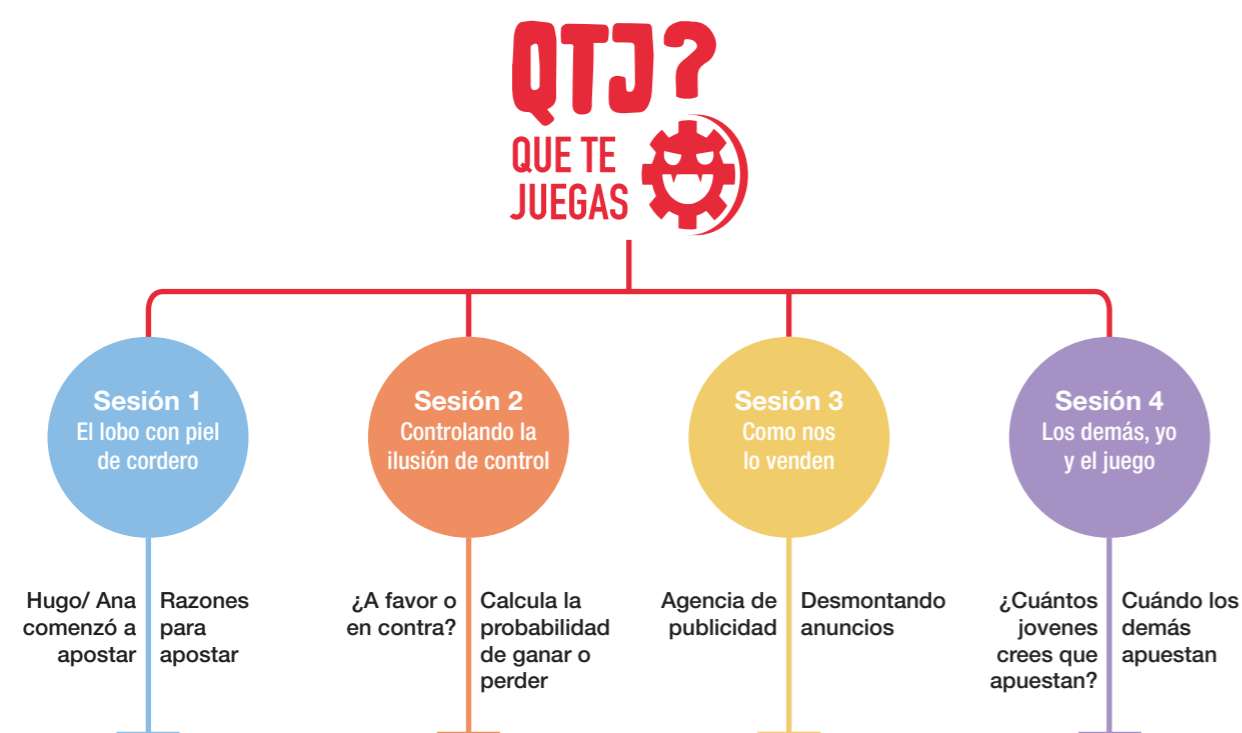
Hipótesis 7. Disminuirán la intención de juego. (Todo el programa)

Hipótesis 8. Reducirán la frecuencia de juego. (Todo el programa)

NECESIDADES	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN	RESULTADOS ESPERADOS
<p>Aumento del juego de apuestas a partir de los 15 años</p> <p>El inicio temprano predice el juego problemático en adultos/as jóvenes</p> <p>Primeras experiencias de juego fijan creencias irracionales y reducen la percepción de riesgo</p>	<p>Sesión 1</p> <p>Reducir las creencias motivacionales y actitudes a favor del juego</p>	<p>Identificar y reestructurar las creencias que motivan el inicio y permanencia en la conducta de juego</p> <p>Conocer las consecuencias del trastorno por juego</p> <p>Aumentar la percepción de riesgo sobre la conducta de apuesta</p>	<p>Aumento de la <i>percepción del Riesgo</i></p> <p>Reducción del grado de motivación hacia el juego de apuestas</p>
<p>Se ha identificado una serie de creencias erróneas mantenidas por los apostadores/as, que contribuye a que sobreestimen sus posibilidades de ganar.</p> <p>Primeras experiencias de juego fijan creencias irracionales (ilusión de control)</p>	<p>Sesión 2</p> <p>Identificar sesgos cognitivos que alimentan la ilusión de control</p>	<p>Transmitir conceptos básicos sobre probabilidad real</p> <p>Desarrollar pensamiento crítico sobre probabilidad de ganancia</p> <p>Promover la toma de decisiones basadas en el razonamiento y no en sesgos cognitivos</p> <p>Modificar las expectativas de éxito en la apuesta, basadas en la atribución de control: sistemas, supersticiones y/o habilidades</p>	<p>Reducir la <i>ilusión de control</i> hacia el éxito en el juego</p> <p>Confrontar y reestructurar sesgos cognitivos relacionados con el juego de apuestas</p>
<p>La presión de la publicidad de juego de apuestas alcanza a 7 de cada 10 menores</p> <p>La presión mediática predice la frecuencia e intensidad de juego</p> <p>Se ha incrementado la accesibilidad (APPS, webs, salones)</p>	<p>Sesión 3</p> <p>Fomentar una postura crítica ante la publicidad de juego</p>	<p>Conocer y debatir el impacto de la publicidad en la conducta de juego</p> <p>Identificar las estrategias y técnicas publicitarias</p> <p>Desarrollar el análisis crítico de los anuncios de juegos de apuestas.</p> <p>Favorecer una respuesta crítica y racional frente a la presión publicitaria de las apuestas</p>	<p>Aumentar la conciencia crítica hacia la manipulación mediática</p> <p>Reducir el nivel de <i>aceptación de los mensajes publicidad</i></p> <p>Aumentar la identificación de estrategias de influencia y manipulación en la publicidad de juego</p>
<p>Percepción normalizada de la conducta de juego</p> <ul style="list-style-type: none"> • La presión de grupo es un factor predictor en la adolescencia • La impulsividad se ha relacionado con el juego de apuestas en menores 	<p>Sesión 4</p> <p>Promover el pensamiento reflexivo y reforzar la autoeficacia ante la presión de grupo</p>	<p>Identificar los mecanismos o tácticas de influencia</p> <p>Practicar respuestas asertivas a la presión social</p> <p>Promover el pensamiento independiente</p> <p>Analizar percepción normativa de la conducta de juego</p>	<p>Incremento de la resistencia ante presión de grupo</p> <p>Ajuste de la percepción normativa errónea</p>

6. Metodología

El programa *¿QTJ?* se presenta en un formato breve de 4 sesiones, diseñadas para ser realizadas en 50 minutos, tiempo medio disponible para una clase o tutoría. El programa ha sido diseñado para ser aplicado de forma íntegra. La primera sesión “El lobo con piel de cordero” analiza las motivaciones para apostar y muestra las consecuencias negativas. La segunda “Controlando la ilusión de controlar” trabaja el concepto de sesgo cognitivo como estrategia para la manipulación. El argumento de la tercera sesión “Cómo nos lo venden” es el uso de técnicas de manipulación en la publicidad. La cuarta sesión “Los demás, yo y el juego” reafirma los logros de las anteriores sesiones desde el fortalecimiento de las habilidades sociales para afrontar la presión de grupo. Las cuatro sesiones pueden ser aplicadas con periodicidad semanal.



El programa *¿QTJ?* ofrece material de consulta y apoyo para tutorías o para desarrollar una sesión de recuerdo, que puede ser implementada trascurrido al menos un mes desde la cuarta sesión.

Teniendo en cuenta la importancia de evaluar la eficacia del programa, se recomienda programar dos sesiones de evaluación inicial (PRE) y final (POST). Sin que esto suponga una condición necesaria, conviene resaltar aquí la utilidad y pertinencia de la evaluación para poder comprobar que el programa se implementa con corrección y utilidad. Además, la evaluación puede contribuir a la detección precoz de posibles casos que comunicar a la dirección de los centros y/o Departamentos de Orientación. Un mayor detalle sobre la evaluación se puede consultar en el apartado evaluación de este manual.

6.a Metodología de las sesiones

El desarrollo es dinámico y participativo, con una metodología bidireccional. Las actividades proponen situaciones específicas y cercanas a la propia experiencia de lo/as adolescentes, cediéndoles el protagonismo con el fin de que sean los/las propios/as menores quienes alcancen las conclusiones y propongan pautas seguras.

El programa *¿QTJ?* no se limita a aportar información sobre los riesgos, consecuencias o efectos del juego de apuestas en adolescentes, sino que promueve un cambio en las actitudes e intención hacia el juego a través de procesos de influencia, ayudando al alumnado a identificar por ejemplo situaciones de riesgo, probabilidades reales de ganancia, o motivaciones de juego que pueden desembocar en problemáticas, y promoviendo de esta manera una toma de decisiones más racional.

Cada sesión del *¿QTJ?* incluye una justificación y dos actividades que el/la dinamizador/a puede elegir según las características del grupo o sus propias habilidades y motivación. De esta manera, la 2ª edición de *¿QTJ?* mantiene su estructura modular y flexible, aunque reduciendo de tres a dos el número de actividades por sesión.

La estructura tipo de cada sesión sería aproximadamente la siguiente:

- Presentación de la temática
- Preguntas de dinamización inicial
- Exposición de conceptos básicos
- Realización de actividades y dinámicas
- Preguntas de dinamización final
- Exposición final y reflexión conjunta
- Elaboración de conclusiones

Cada una de las actividades se presenta en una ficha donde se contextualiza la actividad en las necesidades y factores de riesgo relacionados, se enuncian los materiales necesarios y la duración estimada de la dinámica.

Estas fichas sirven también de guía secuenciada de cada acción a realizar durante la implementación. Asimismo, se dispone de ejemplos y material de trabajo para utilizar en la sesión. Durante la fase de diseño de las sesiones y en su posterior pilotaje, se ha cuidado la adecuación de contenidos y vocabulario al periodo evolutivo de los/las menores. También se ha tenido en cuenta la perspectiva de género.

Las técnicas utilizadas en las actividades, en coherencia con las teorías que las sustentan, poseen un carácter fundamentalmente cognitivo. Las actividades incluyen, entre otras: exposición, debate dirigido, role-playing, trabajo con fichas, dinámicas grupales y visualización y comentario de casos.

6.b Técnicas y dinámicas

Algunas de las técnicas participativas empleadas en el programa son las siguientes:

TÉCNICA	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO HACIA EL GRUPO	REFERENCIAS
Debate dirigido	Argumentación de puntos de vista contrapuestos por parte de dos grupos. Intercambio de ideas e argumentos conducido y moderado por la persona aplicadora, que interroga, resalta, estimula y/o puntualiza las mismas y fomenta la elaboración de conclusiones grupales	Contraponer ideas, bajo la dirección de un/a moderador/a, para evitar que los argumentos se desvíen de la pregunta inicial y sin extender las críticas a las personas	
Role-playing o juego de roles	Técnica que permite a las personas participantes representar, teatralizar o actuar interpretando roles o papeles previamente marcados por la persona aplicadora del programa, ante otros participantes Generalmente usada para desarrollar procesos de adaptación o adquisición de habilidades	Iniciar un debate y proporcionar feedback a los/as participantes, lo que les permite adecuar y/o mejorar sus competencias y habilidades	Moreno, 1942 Birkenbihl, 1989
Phillips 6-6	Favorece la participación en un grupo relativamente numeroso, mediante su división en grupos menores de aproximadamente 6 personas que durante 6 minutos discuten y trabajan un determinado tema. Posteriormente un/una portavoz de grupo, expone las conclusiones.	Permitir la aportación de todo/as los/las componentes de un gran grupo en un breve espacio de tiempo.	Phillips, 1948 Fabra, 1992
Balance decisonal o proceso de toma de decisiones	Método para representar los pros y contras de una posible decisión, estimando la importancia de cada uno y que facilita racionalmente la toma de la decisión	Permite la valoración reflexiva y grupal de los beneficios e inconvenientes de tomar una decisión Además, el grupo actúa como "modelo de salud", apuntando hacia la conducta saludable	Janis y Mann, 1977 Velicer, DiClemente, Prochaska y Brandenburg, 1985
Análisis de casos	Análisis de una situación o realidad concreta en pequeños grupos. El caso o situación debe ser real y cercano a las personas participantes, con la finalidad de que éstos puedan identificarse	Fomentar la participación, interacción con otros/otras participantes y optimización del tiempo. Se pretende la búsqueda de explicaciones y soluciones mediante la interacción y discusión entre los/las componentes del grupo.	

6.c Quien aplica el programa

El programa ¿QTJ? puede ser implementado por técnicos de prevención con conocimiento específico sobre adicciones comportamentales, preferentemente con formación y experiencia práctica en el ámbito de la psicología, y en el trabajo con menores. También puede ser aplicado por personas profesionales como profesorado, educadores sociales, etc. siempre que cuenten con formación previa en el manejo del programa.

La función principal del/la dinamizador/a es presentar la información, guiar en la realización de actividades, moderar las discusiones grupales y aclarar las posibles dudas relacionadas con los temas tratados. Además de ello, el papel del/la dinamizador/a del ¿QTJ? incluye entre otras funciones:

- Crear una atmósfera que promueva la participación activa del alumnado.
- Reforzar positivamente las intervenciones de los/las menores.
- Cumplir con la estructura y los tiempos determinados en las actividades.
- Manejar los tiempos y ritmos de la sesión.
- Flexibilizar y/o adaptar los contenidos de las dinámicas al nivel del grupo-clase.
- Facilitar las interacciones positivas y de apoyo entre el alumnado, promoviendo la asimilación de conceptos, habilidades y competencias
- Ser un referente de salud para los/as menores.

Por todo ello, la persona o personas encargadas de la implementación del programa ¿QTJ? deben reunir ciertas competencias, entre las que destacamos:

- Autenticidad. La eficacia de la prevención recae en gran parte en su capacidad motivadora. Para ello se requiere de la convicción del/la dinamizador/a.
- Formación previa, entendida como el dominio de conocimientos sobre la problemática y las características, efectos y consecuencias del juego de apuestas y el interés y aproximación continua hacia los contenidos a transmitir.
- Capacidad para promover la reflexión en el alumnado a través de técnicas como el debate socrático o mayéutica.
- Creatividad y flexibilidad, para la resolución de posibles situaciones en el aula, así como la capacidad para la adaptación de los contenidos, en función de las opiniones e intervenciones que se fueran produciendo en el grupo.
- Manejo de destrezas para el mantenimiento de la atención del alumnado, entre las que pueden figurar técnicas de comunicación verbal (Ej. cambios en la entonación, aportar feedback, reformular preguntas, etc.) y comunicación no verbal (asentimientos, postura y lenguaje corporal, contacto visual con el mayor número de alumnos/as, movimiento por el aula, manejo de silencios, etc.).
- Empatía y manejo de los ritmos del alumnado, para procurar la participación sostenida y reparada de los/las menores durante la sesión, así como evitar los tiempos muertos.

6.d Normas de aplicación

La implementación de las sesiones ¿QTJ? no requiere un funcionamiento muy diferente al de una clase tradicional, aunque de forma general, es una buena práctica recordar y/o establecer al inicio de las sesiones unas normas o principios básicos que deben regir en cada sesión.

- **RESPECTO.** Las intervenciones serán ordenadas. El respeto por el turno de palabra ha de ser fundamental. Debe fomentarse la escucha sin interrupción de todas las opiniones, aunque no se esté de acuerdo con ellas, esperando a que la intervención termine para poder replicar, siempre que el aplicador/a nos de la palabra.
- **LIBERTAD.** Todo el alumnado es libre de expresar sus opiniones sin censura ni crítica. Esta libre expresión alimenta y enriquece el debate, a la vez que lo hace más real y cercano para los y las adolescentes.
- **FOCALIZACIÓN Y CONCRECIÓN.** El tiempo para cada actividad es muy breve, por lo que las intervenciones por parte del alumnado intentarán ser concisas y relacionadas con la temática tratada en la sesión, para que todos/as tengan la oportunidad de participar.
- **CONFIDENCIALIDAD.** Las intervenciones, opiniones o experiencias del alumnado se considerarán confidenciales y tratadas también con respeto por parte del dinamizador/a.

6.e Recomendaciones para el/la dinamizador/a.

Una serie de recomendaciones, que amplían los puntos anteriores, pueden ser de ayuda para que las sesiones transcurran de forma fluida, el alumnado tenga una mejor experiencia dentro del programa y se solventen posibles inconvenientes.

MOTIVACIÓN. Aunque la participación sea obligatoria, para evitar resistencias y que se interiorice el mensaje preventivo es imprescindible que las personas participantes se impliquen voluntariamente en la actividad. Es una recomendación encarecida que el/la dinamizador/a se muestre cercana, motivadora, segura y concisa en sus intervenciones y procure que el alumnado se sienta interesado y cómodo, a través de la escucha activa y la calidez.

PREPARACIÓN. Cada sesión incluye un breve texto que explica y justifica porque es relevante para los objetivos del programa. En la bibliografía se recomiendan lecturas para cada sesión. Es de gran importancia que el/la dinamizador/a, prepare las actividades con la lectura de textos o visionado de videos de la lista “para saber más”.

AJUSTE. El programa ¿QTJ? en cada una de sus sesiones y actividades contiene las pautas para el/la dinamizador/a, los conceptos básicos a trabajar, y aquellos aspectos literales que deben ser transmitidos al alumnado, por lo que sería deseable ajustarse a estos contenidos durante la sesión sin ampliar innecesariamente los mismos. Ello no es obstáculo para que siempre que sea posible se incorporen a las sesiones las inquietudes o cuestiones sugeridas o propuestas por los/las alumnos/as. Este aspecto ayudará a una mayor atención y motivación para seguir la sesión y hará más significativo el aprendizaje. El tiempo determinado para cada actividad es orientativo y se basa en la experiencia del equipo del programa en las implementaciones realizadas en edades y grupos equivalentes. A pesar de la flexibilidad que el/la dinamizador/a puede tener, es recomendable cumplir los tiempos asignados a cada actividad, para poder continuar con otros módulos en sucesivas tutorías, y sobre todo abordar la conclusión y reflexión final de cada sesión.

EQUIDAD. Muchas de las actividades del ¿QTJ? requieren la formación de pequeños grupos. De esta manera se asegura que la participación e interacción entre alumnado sea mayor, enriqueciendo la calidad de sus aportaciones. En este caso la recomendación es que se atienda por igual a cada grupo. Para ello, el/la dinamizador/a debe repartir de forma equitativa los tiempos dedicados a supervisar y apoyar el trabajo realizado en cada uno de los grupos y participantes, al mismo tiempo que mantiene el orden en el resto del aula. evitar que determinados alumnos/as monopolicen las intervenciones. Esto puede realizarse “extinguendo” o haciendo caso omiso de argumentos repetitivos o provocativos, o redirigiendo el argumento al resto de la clase con fórmulas como por podrían ser: “¿Qué pensáis sobre ello el resto de la clase?” u ofrecer más atención a otros alumnos/as que no intervengan tanto.

FEEDBACK. El/la dinamizador/a debe asegurarse que los conocimientos y preguntas son realmente comprendidas por el alumnado, solicitando al mismo feedback o retroalimentación, por si es necesario transmitir con más detenimiento una instrucción, pauta o concepto básico, antes de continuar la sesión. Para ello empleará fórmulas como las siguientes: “¿Alguien tiene alguna duda sobre esto? ¿Me he explicado con claridad? o “¿Alguien podría ponerme algún ejemplo sobre lo que acabo de decir?”.

7. Recursos

7.a Recursos materiales

Las sesiones se desarrollan con el apoyo audiovisual de una presentación mediante vídeo proyector. Por lo general, el equipamiento disponible en las aulas de los centros educativos: ordenador, video proyector, sistema de audio y conexión a Internet, es suficiente para la realización de las sesiones.

Es conveniente que el aula disponga de un portátil para asegurar la compatibilidad del programa de presentación. El uso de un software diferente al utilizado en el diseño de la presentación produce distorsiones y desajustes en las diapositivas.

Características de la sala: Para facilitar el trabajo en equipos conviene que el mobiliario de la sala no esté fijo al suelo.

Algunas de las actividades incluyen fichas de trabajo que deberán ser impresas para repartirlas entre el alumnado.

7.b Formación

Consideramos que una buena parte de la eficacia del programa reside en el rigor de su aplicación. Aunque el manual atiende con detalle todas las cuestiones referentes al procedimiento de aplicación y las actividades están detalladamente protocolizadas, es necesario que su implementación venga precedida de un plan de formación básico dirigido al personal implementador. El Programa ¿QTJ? ha sido diseñado para facilitar su aplicación por el personal docente del centro, aunque es preferible que su implementación la realicen técnicos en prevención con experiencia en el ámbito escolar.

La experiencia y los resultados de evaluación indican que parte de la eficacia de un programa de prevención se debe en parte al/la dinamizador/a. Para reducir en lo posible esta variabilidad, se ofrecen talleres formativos dirigido a profesorado, personal educador y técnicos en prevención en el que se explican las bases teóricas y metodológicas, se entrena en la aplicación de las cuatro sesiones y se instruye para la correcta aplicación de los instrumentos de evaluación. Para consultar dudas y disponibilidad pueden ponerse en contacto con nosotros a través de la web www.quetejuegos.org, en donde podrán encontrar vídeos formativos y otros materiales.

8. Evaluación

La evaluación de un programa de prevención se define como la recogida, análisis e interpretación sistemática de la información relativa a su funcionamiento y a sus posibles efectos, con diversas finalidades entre las que destacan garantizar la calidad y eficacia de la intervención y abordar un plan de mejora continua de la intervención.

Además de medir el cambio producido por la intervención, la evaluación permite también tomar decisiones apoyadas en datos, detectar posibles inconvenientes u obstáculos en el programa, analizar la coherencia de los objetivos y actividades, y protocolizar la intervención de forma que pueda ser aplicada y evaluada por otros de forma autónoma. Por lo que la evaluación es parte fundamental de la implementación de un programa de prevención.

8.1 Evaluación de proceso

La evaluación de proceso es la recopilación sistemática de información para documentar y conocer cómo ha sido implementado el programa, y determinar si se está implementando como fue diseñado. La evaluación de proceso tiene en cuenta los recursos materiales y humanos, las actividades y su interacción. Durante estos cuatro años hemos desarrollado técnicas cualitativas y cuantitativas dirigidas a monitorizar la fidelidad de la aplicación del programa y a identificar aspectos de mejora. Entre las acciones desarrolladas destacan:

- Conversaciones con los equipos locales y/o autonómicos de prevención, así como con responsables del sector educativo
- Grupos de discusión con los/las técnicos/as que aplican el programa
- Cuestionarios de satisfacción para el alumnado (ver anexo)

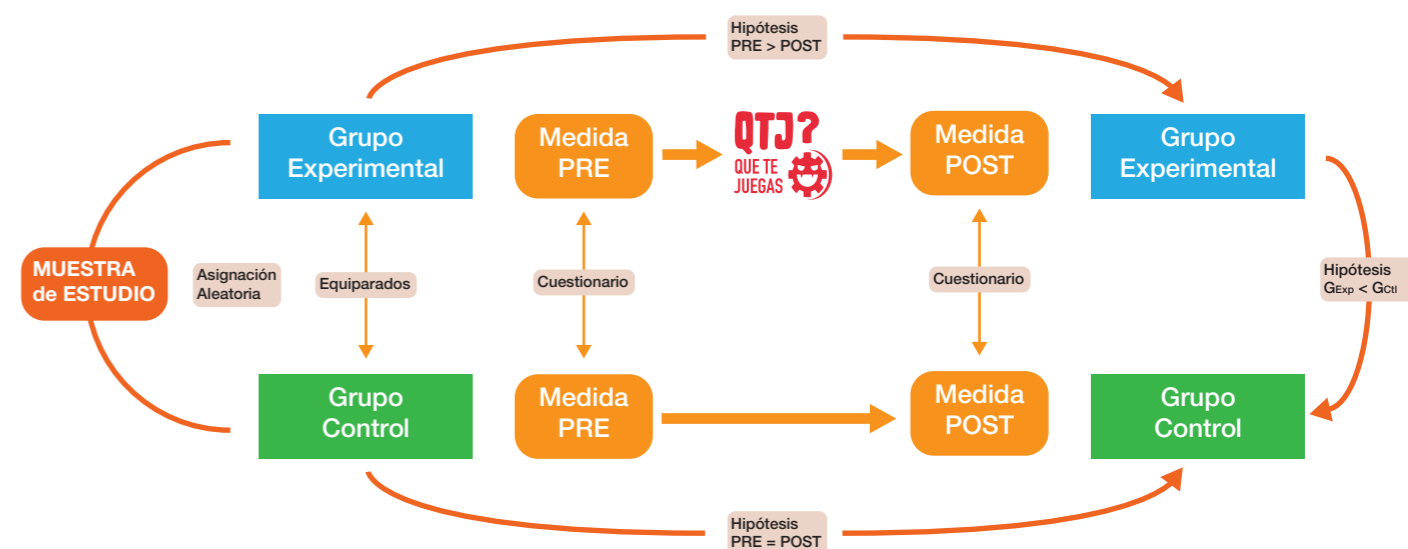
Las evaluaciones de proceso realizadas han permitido obtener información relevante procedente de diversos informantes clave, y en consecuencia proponer las siguientes mejoras:

- Refuerzo del enfoque de género.
- Ajuste de las dinámicas a los tiempos disponibles en la programación de los centros escolares.
- Reducción de las actividades que pasan de tres a dos por sesión.
- Mejora de la coherencia interna de cada sesión.

8.2 Evaluación de resultados

En el momento de la redacción del presente manual del programa *¿QTJ?* se dispone de dos evaluaciones. Una primera evaluación piloto fue realizada en los años 2017 y 2018 y se realizó sobre el programa estructurado en tres sesiones. La segunda evaluación se realizó en 2021 con la estructura actual de cuatro sesiones.

El procedimiento de evaluación fue similar en ambas ocasiones. Se utilizó un diseño cuasi-experimental pretest-postest con grupo control de comparación, en una muestra de los/las adolescentes escolarizados con edades entre los 14 y 17 años. Los centros educativos fueron seleccionados en función de la representatividad geográfica y social (enseñanza pública, nivel socioeconómico). Dentro de cada centro la asignación al grupo control (Gctl) o al grupo experimental (GExp) fue aleatoria. Los tamaños muestrales fueron de $n = 330$ adolescentes (91 Gctl y 239 GExp) para el primer estudio y de $n = 707$ estudiantes (187 Gctl y 520 GExp) para la segunda evaluación. En ambos casos la aplicación estuvo a cargo de un grupo de técnicos/as en prevención.



Una semana antes y después de implementar el programa se evaluaron las siguientes variables: Conducta de apuestas (frecuencia), Intención de apostar, Percepción del Riesgo, Sesgos cognitivos y Actitud hacia la publicidad de juego.

El grupo que recibió la intervención redujo significativamente la *frecuencia de juego*, mientras que el grupo control no registró cambios. En cuanto a la *Intención de apostar*, los resultados indican que se reduce en el grupo experimental. Por el contrario, el grupo control marca una tendencia no significativa al aumento de la Intención de apostar.

Participar en *¿QTJ?* se asoció a un aumento del Conocimiento sobre el cálculo probabilístico, y reducción de la *Ilusión de control* o la tendencia a creer que es posible influir sobre los acontecimientos que dependen del azar. Los/las adolescentes que participaron en el programa puntuaban significativamente más bajo en las escalas de *Ilusión de control* y de *desconocimiento* que los/las del grupo control.

Los efectos del programa sobre la *Actitud hacia la publicidad* de juego de apuestas son moderados en la dirección deseada. A nivel cognitivo, los/las adolescentes que recibieron el programa muestran *mayor disconformidad con los argumentos persuasivos* y *mayor conciencia crítica hacia la manipulación mediática*. A nivel afectivo, también se diferencian del grupo control en que declaran que la publicidad no les parece tan atractiva como antes de haber recibido el programa, aunque este efecto es más atenuado. No se hallaron cambios pre – post en el grupo control.

En conclusión, las evaluaciones confirman la eficacia del programa ¿QTJ?, si bien los tamaños del efecto fluctúan entre niveles pequeños y moderados. En líneas generales, los/las jóvenes que recibieron el programa de prevención redujeron la intención de juego y su ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia, al mismo tiempo que aumentaron la percepción de riesgo, su autoeficacia para no apostar en situaciones de presión social y su capacidad para analizar críticamente mensajes publicitarios de juego. Los análisis por sexo muestran que la eficacia del programa es la misma para chicas y chicos.

Los resultados del estudio 1 han sido publicados en la *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes* y pueden consultarse en la web del programa (www.quetejuegas.org) y de la revista (https://www.revistapcna.com/sites/default/files/1924-2_0.pdf). Los resultados de la segunda evaluación se presentaron en el *V Congreso Nacional de Psicología* y pueden consultarse en la web del programa.

8.3 Evaluación continua.

Es importante recordar que un programa de prevención es un instrumento que actúa sobre una conducta de riesgo, y que esta se desarrolla en un contexto cambiante. La conducta, en nuestro caso el juego de apuestas, responde a las modas, a la normativa, a la presión mediática y a otros muchos factores ambientales. A su vez, el propio programa es objeto de revisión en busca de una mejor eficacia. Para ello, se precisa un sistema de medida sensible a los objetivos del programa, capaz de informar con detalle que aspectos de la conducta y qué factores predictores cambian como consecuencia de la participación.

Otro aspecto interesante de la evaluación es que facilita la detección precoz de posibles casos que se encuentran en la zona de juego de riesgo o incluso problemático. Estos casos son susceptibles de ser informados a la dirección del Centro y/o al Departamentos de Orientación.

¿QTJ? pone a disposición de todos/as los/las jóvenes que apliquen el programa un sencillo instrumento de evaluación (Anexo) que se responde en tan solo 15 minutos. Se recomienda encarecidamente su uso.

QTJ? Tabla de objetivos, resultados esperados e instrumentos de evaluación para cada sesión.

SESIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN	RESULTADO ESPERADO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
1. Hugo/Ana comenzó a apostar	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar y reestructurar las creencias que motivan el inicio y permanencia en la conducta de juego • Conocer las consecuencias del trastorno por juego • Aumentar la percepción de riesgo sobre la conducta de apuesta • Describir las motivaciones para iniciarse y mantenerse en el juego. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la <i>percepción del riesgo</i>. 	<p>Subescala percepción de Riesgo. Cuestionario EDGAR (Early Detection Gambling At Risk – Adolescents)</p> <p>Cuestionario de Motivos de Apuesta (GMQ-F)</p>
2. Controlando la ilusión de control	<ul style="list-style-type: none"> • Transmitir conceptos básicos sobre probabilidad real. • Desarrollar pensamiento crítico sobre probabilidad de ganancia. • Promover la toma de decisiones basadas en el razonamiento y no en sesgos cognitivos. • Modificar las expectativas de éxito en la apuesta, basadas en la atribución de control: sistemas, supersticiones y/o habilidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir la <i>ilusión de control</i> hacia el éxito en el juego. • Confrontar y reestructurar sesgos cognitivos relacionados con el juego de apuestas 	<p>Escala de ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas</p>
3. Cómo nos lo venden	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y debatir el impacto de la publicidad en la conducta de juego • Identificar las estrategias y técnicas publicitarias. • Desarrollar el análisis crítico de los anuncios de juegos de apuestas. • Favorecer una respuesta crítica y racional frente a la presión publicitaria de las apuestas 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la <i>conciencia crítica</i> hacia la manipulación mediática. • Reducir el nivel de <i>aceptación de los mensajes publicidad</i> • Aumentar la identificación de estrategias de influencia y manipulación en la publicidad de juego 	<p>Escala de Actitud hacia la publicidad de juego</p>
4. Los demás, yo y el juego	<ul style="list-style-type: none"> • Entrenar el pensamiento reflexivo en la toma de decisiones • Identificar los mecanismos o tácticas de influencia • Practicar respuestas asertivas a la presión. • Promover el pensamiento independiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la <i>percepción del Riesgo</i>. • Incremento de la <i>autoeficacia</i> para no jugar. • Adquisición de respuestas asertivas ante la <i>presión de grupo</i> 	<p>Subescala percepción normativa. Cuestionario EDGAR-A (Early Detection of Gambling among At-Risk Adolescents)</p> <p>Subescala percepción de riesgo. Cuestionario EDGAR-A (Early Detection of Gambling among At-Risk Adolescents)</p> <p>Items sobre autoeficacia para resistir la presión grupal</p>

MEDIDA	INSTRUMENTO	AUTOR-AÑO	CARACTERÍSTICAS
Conducta. Frecuencia	Ad-hoc adaptado de la encuesta europea ESPAD	ESPAD Group, 2019	15 ítems miden el número de veces que apuesta en cada una de las ocho modalidades de juego en los últimos 30 días.
Conducta. Gasto	Ad-hoc adaptado de la encuesta europea ESPAD	ESPAD Group, 2019	8 ítems que miden la cantidad en euros jugada en los últimos 30 días en cada una de las ocho modalidades de juego.
Conducta. Juego excesivo	Consumption Screen for Problem Gambling	CSPG; Rockloff, 2012	3 ítems que miden la intensidad de juego en "Frecuencia en los últimos 12 meses", "Tiempo invertido en un día normal" y "Días con más de 2 horas de juegos en los últimos 12 meses"
Juego Problemático	Lie/Bet Questionnaire	Johnson et al., 1997	2 ítems para evaluar la proporción de jugadores con una conducta de juego problemática. '¿Ha mentido alguna vez a su familia y amigos sobre la cantidad de dinero que ha gastado en el juego?' '¿Ha sentido alguna vez la necesidad de apostar por más y más dinero?' Ambas preguntas tienen las categorías de respuesta "sí" = 1 y "no" = 0, por lo que la puntuación de la suma Mentir/Apostar oscila entre 0 y 2. Una puntuación de 2 puntos indica un problema de juego.
Intención de juego			3 preguntas sobre la intención de jugar en un futuro próximo. "¿Tienes intención de jugar a juegos de apuestas?", "¿Tienes planeado apostar on-line próximamente?" y "Si tuvieras la oportunidad, ¿Querrías entrar en un salón de juego?" Cada pregunta se responde en una escala que va del 0 (totalmente no) al 6 (totalmente sí). α de Cronbach = .729
Percepción del Riesgo	Subescala PR del Cuestionario EDGAR-A	Lloret, Cabrera-Perona, Núñez, 2021	8 ítems tipo Likert de cinco opciones (Nada de acuerdo = 1 - Muy de acuerdo = 5). α de Cronbach = 0.73
Percepción Normativa	Subescala PN del Cuestionario EDGAR-A	Lloret, Cabrera-Perona, Núñez, 2021	4 ítems miden la creencia acerca cuán frecuente es el juego de apuestas entre los jóvenes de edad parecida. α de Cronbach = 0.75
Sesgos cognitivos	Escala de ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas	Cabrera-Perona, Lloret 2021	10 ítems (Falso = 0 / Verdadero = 1) evalúan dos dimensiones teóricas sobre la probabilidad asociada a juegos de apuestas: 1. Conocimiento, grado de acuerdo con afirmaciones sobre leyes básicas de probabilidad (cinco ítems) y 2. Ilusión de control, tendencia a creer que podemos influir sobre ciertos acontecimientos que, en realidad, son incontrolables (cinco ítems). Mayor puntuación indica mayor presencia de ilusión de control y un mayor grado de desconocimiento de las leyes de probabilidad.
Presión mediática	Escala de Actitud hacia la publicidad de juego	Cabrera-Perona, Lloret 2021	13 ítems. Evalúa tres aspectos de la percepción de la publicidad sobre juego de apuestas: Recuerdo de anuncios, grado de acuerdo con los mensajes publicitarios y Evaluación afectiva.
Motivaciones para jugar	GMQ-F, Gambling Motives Questionnaire-Financial	Stewart, Zack, 2007; Dechant, 2013	16 ítems en cuatro subescalas de cuatro ítems cada una para evaluar: 1) Refuerzo interno positivo y búsqueda de emociones placenteras, 2) Afrontamiento y reducción de emociones negativas, 3) Motivaciones sociales o refuerzo social y 4) Motivaciones financieras. El formato de respuesta es tipo Likert (0 = nunca - 4 = siempre). Mayor puntuación en cada subescala indica mayor intensidad de la motivación. La consistencia interna para cada subescala es de 0.66 (social), 0.84 (placer), 0.80 (afrontamiento) y 0.87 (financiero), y 0.88 de la escala total.

9. Contenidos del programa

SESIÓN	ACTIVIDAD	FACTORES DE RIESGO/PROTECCIÓN	DURACIÓN APROXIMADA
1	1.1. Hugo/Ana comenzó a apostar	Percepción de riesgo	50'
	1.2 Razones para apostar	Motivaciones de juego Percepción de riesgo Norma subjetiva	50'
	1.3. ¿Cuántos jóvenes crees que juegan?	Percepción normativa Norma subjetiva	40'
2	2.1. ¿Cuánto sabes sobre probabilidad? Pensar bien o pensar mal	Desconocimiento de probabilidad Ilusión de control sobre probabilidad de ganancia	50'
	2.2. ¿A favor o en contra?	Desconocimiento de probabilidad Ilusión de control sobre probabilidad de ganancia Actitud hacia el juego de apuestas	50'
	2.3. Calcula la probabilidad de ganar... 0 de perder	Desconocimiento de probabilidad Ilusión de control sobre probabilidad de ganancia	45'
3	3.1. La agencia de publicidad	Actitud favorable hacia la publicidad de apuestas	50'
	3.2. Publicidad ética	Actitud favorable hacia la publicidad de apuestas	50'
	3.3. Desmontando anuncios de apuestas	Actitud favorable hacia la publicidad de apuestas	40'
4	4.1. Antes de apostar... la calculadora de decisiones	Impulsividad Valoración reflexiva de pérdidas y beneficios	45'
	4.2. Cuando los demás apuestan	Presión de grupo. Influencia del grupo de amigos para apostar	35'
	4.3. ¿Verdadero o falso?	Impulsividad Valoración reflexiva de pérdidas y beneficios	35'

Sesión 1

El lobo con piel de cordero

Justificación

Distintos modelos teóricos proponen que conocer los **motivos** principales por los que una persona apuesta podría ayudar a detectar precozmente problemas derivados del juego (Binde, 2013; Blaszczynski y Nower, 2002). Al igual que ocurre con otros factores de riesgo, el estudio de las motivaciones para apostar se ha inspirado en las investigaciones previas realizadas en el consumo de drogas, como el alcoholismo. Así, se han propuesto listados de motivaciones coincidentes con modelos de estudio de alcohol, que incluyen motivaciones sociales, de afrontamiento y de auto-mejora o generadoras de emociones placenteras (Dechant y Ellery, 2012), a los que otros trabajos añaden la motivación económica (Dechant, 2014). Dentro de esta línea de investigación, se propone que personas con mayor severidad de juego apostaban para satisfacer motivaciones de auto-mejora o de afrontamiento de situaciones estresantes (MacLaren, Fugelsang, Harrigan y Dixon, 2012; Parhami et al., 2012; Stewart y Zack, 2008). Por su parte, otros estudios sugieren que las motivaciones sociales no predicen una mayor frecuencia de juego posterior (Dechant, 2014) o la presencia de niveles problemáticos de juego (Stewart y Zack, 2008). Así, las motivaciones de juego podrían predecir, por ejemplo, que una persona apueste sola, y no en compañía de amigos/as (Quinian, Goldstein y Stewart, 2013). En adolescentes se ha visto que apostadores problemáticos mostraban también mayores puntuaciones en cada una de las motivaciones, siendo la más frecuente la de mejora del ánimo (Grande-Gosende et al., 2018).

La **Percepción del Riesgo** es la creencia de que el juego de apuestas conlleva consecuencias negativas. Tradicionalmente la percepción del riesgo del consumo de drogas se ha identificado con el conocimiento de las consecuencias negativas. Este planteamiento se sustenta en la abundante evidencia acerca de la relación de ambas variables, que predice que a menor percepción del riesgo por el uso de sustancias, más probable es el consumo (de la Villa Moral, Rodríguez y Sirvent, 2006; Johnston y cols., 1989; Lookatch, Dunne y Katz, 2012; Hibell et al. 2012; Observatorio Español sobre drogas, 2008, 2009). Así, se ha visto en juego de apuestas que una alta percepción del riesgo muestra un efecto significativamente negativo en la intención de juego (Li et al. 2010). Spurrier, Blaszczynski y Rhodes (2015) elaboran un modelo explicativo del abuso del juego de apuestas basado en la percepción del riesgo como factor central y sus interacciones con otros factores psico-sociales. El componente afectivo de la actitud a favor del juego incluye valoraciones de que el juego es excitante o de que el mundo que le rodea es atractivo. Por otra parte, el temor de que el juego pueda llegar a estar fuera de control, la sensación de riesgo, o el rechazo a los valores que son representados por el juego, son argumentos afectivos que sostienen una actitud negativa.

En nuestro país y en adolescentes se ha evidenciado que los menores con mayor frecuencia y/o severidad de juego presentaban una menor percepción de riesgo (Lloret, Cabrera-Perona et al., 2017; 2018).

Esta primera sesión incluye dos actividades de 50 minutos cada una. La primera *“Hugo/Ana comenzó a apostar”* consiste en un análisis de caso que se presenta en forma de relato. En la actividad se expone como un/a adolescente se inicia en el juego de apuestas y se mantiene hasta niveles problemáticos. Los participantes identifican las pérdidas personales y sociales de el/la protagonista y las hacen evidentes a través de una dinámica grupal con puesta en común a través de preguntas abiertas.

La segunda actividad se titula *“Razones para apostar”*. Con ella se pretende que el alumnado realice una reflexión sobre las motivaciones que llevan a apostar a los/las jóvenes y el riesgo que cada una de ellas conlleva. Al mismo tiempo que el propio alumnado realiza propuestas de ocio que pueden cubrir las necesidades de diversión, recreativas o de afrontamiento de problemas. En la actividad además, se utiliza como factor de protección, la **norma subjetiva**, que se define como la percepción de la persona acerca de lo que la mayoría de las personas importantes para dicha persona u otros pertenecientes a su grupo de referencia (en este caso los/las compañeros/as de clase), piensan sobre la realización de una conducta concreta, lo que actúa como factor de influencia para que el/la menor se adecúe a lo que la mayoría espera de él/ella

actividad
/ 1.1 /

Hugo/Ana comienzo a apostar

Factores de riesgo:
Percepción de riesgo (factor de riesgo principal)

Curso de aplicación:
1º ciclo secundaria

Bachiller

Duración aproximada:
50 minutos



Objetivos

- *Aumentar la percepción de riesgo sobre juego de apuestas*
- *Presentar y sensibilizar sobre posibles consecuencias del juego problemático en menores*
- *Describir motivaciones usuales de juego entre apostantes*
- *Reducir la intención de juego en menores*

Recursos necesarios:

Personales: Persona dinamizadora de la sesión

Materiales:

- Equipo multimedia (ordenador, video-proyector, sistema de sonido)
- Conexión a internet
- Grabación de la historia en pildoras de sonido
- Guión escrito de la historia (para dinamizador/a) (Ver anexo 1)
- Juego de tarjetas de características psicológicas (Ej. independencia, tiempo libre, etc), consecuencias de juego (Ej. Pérdidas económicas, problemas familiares, absentismo escolar), motivaciones de juego (Ej. divertirse, ganar dinero, etc) y creencias y sesgos (Ej. creer que la próxima vez será la buena, creer que nunca se engancharía) (Ver anexo 2)
- Cuestionario de auto-evaluación del riesgo (Ver anexo 3)

Aula: Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción **Tiempo 10'**

El/la dinamizador/a explica al alumnado que hoy hablarán sobre juego de apuestas. Para ello, lo harán a través de una historia, que escucharán a través de una grabación

El/la dinamizador/a solicita que el alumnado le ayude, interpretando el guión de la historia. En ese momento, el dinamizador/a explica que el protagonista de la historia (Hugo/Ana), posee:

- a) ciertas características psicológicas (Ej. la autoestima de Hugo, la alegría de Hugo/Ana, otro/a la independencia de Hugo/Ana, la seguridad, etc)
 - b) ciertas “cosas” que Hugo/Ana tiene (Ej. amistades y apoyo, tiempo para hacer otras cosas, rendimiento académico, querer ganar dinero, etc)
 - c) ciertas razones o motivos para apostar (Ej. querer ganar dinero, querer sentirse mejor, etc.)
 - d) ciertas creencias y pensamientos que puede tener Hugo/Ana (la creencia de que él controla las apuestas, otro/a será la creencia de que tiene un sistema para ganar, otro/a será la creencia de que seguir apostando hará que recupere sus pérdidas, etc)
- De esta manera, cada alumno/a representará a una de ellas, con una tarjeta que el/la dinamizador/a entregará.

Las características de Hugo/Ana y sus “cosas” serán tarjetas rectangulares de color blanco.

Las razones o motivos para apostar serán tarjetas redondas de color naranja.

Por último, las creencias y pensamientos que Hugo/Ana tiene serán tarjetas cuadradas de color amarillo.

El/la dinamizador/a explica todo esto mientras reparte las tarjetas entre el alumnado, todavía sentado.

2. Dinámica **Tiempo 5'**

Una vez repartidas las tarjetas (del anexo 2) a cada alumno/a, el/la dinamizador/a invita a todos/as los alumnos/as que salgan a la pizarra y se pongan junto a un/a alumno/a voluntario/a (que representará a Hugo/Ana), recordando el papel que cada alumno/a desempeñará.

“Ej. Tú serás la autoestima de Hugo/Ana, tú serás la alegría de Hugo/Ana, tú serás las amistades y apoyo de Hugo/Ana, tú serás el rendimiento académico de Hugo/Ana, tú serás la creencia de que seguir apostando hará que recupere sus pérdidas, etc.”

El/la dinamizador/a indicará a toda la clase que cuando se comience a escuchar la historia, si cualquiera de los alumnos/as que tienen una tarjeta y representan “algo de Hugo/Ana”, considera que el personaje PIERDE ALGO, en cualquier momento de la historia, se retirarán de la pizarra y se sentarán.

El dinamizador/a se asegura que todos/as han entendido la dinámica:

¿Habéis entendido como será la dinámica que vamos a seguir?

3. Historia **Tiempo 20'**

Se comienzan a escuchar los cortes de grabación de la historia. A medida que suena la historia, se proyectan imágenes que acompañan el relato.

El/la dinamizador/a detiene la historia cada vez que un/a alumno/a se sienta, preguntándole por qué razón se retira de la historia y a qué característica representa.

El/la dinamizador/a también puede detener la historia cada vez que aparezca en la historia algún hecho reseñable que no haya sido percibido por el alumnado

El/la dinamizador/a también detiene la historia al acabar cada corte de grabación, preguntando si alguien quiere sentarse o si todo está bien.

Además, el/la dinamizador/a enuncia frases explicativas y aclaratorias sobre la “característica/consecuencia” del personaje que se retira: Ej. “Según vemos, Hugo/Ana se siente preocupado porque las pérdidas son cada vez mayores.. ha perdido su tranquilidad”

Ejs. de comentarios:

Detenemos un momento la historia porque alguien se ha sentado, ¿por qué te sientas?

Ej. *Soy la alegría de Hugo/Ana, me siento porque conforme dedica más tiempo a apostar, menos alegre se le ve*

¿Estáis todos/as de acuerdo? Según vemos, Hugo/Ana se siente preocupado porque las pérdidas son cada vez mayores..

También detendrá periódicamente la historia el/la dinamizador/a para preguntar al grupo de alumnos/as que sostienen las tarjetas con creencias irracionales y motivaciones para apostar, (ya que ellos/as en buena lógica no se sentarán en ningún momento), para hacer ver al grupo que son los sostenedores de la historia.

Ej. *Detenemos un momento la historia. ¿Por qué Hugo/Ana sigue apostando, si estamos viendo que ya no le va bien? ¿Podría ser por las ideas y creencias sobre controlar las apuestas? (dirigiéndose a los/las alumnos/as que sostienen estas creencias y escuchándolos)*

4. Debate y conclusiones **Tiempo 15'**

Una vez finalizada la historia, el alumnado vuelve a sus sitio y se lanzan preguntas para la reflexión que e/la dinamizador/a irá gestionando durante la actividad o al final, según la dinámica establecida en la clase.

La pregunta de la que se desprenden las demás es:

¿Cuál es vuestra propia conclusión sobre la historia?

*¿Apostar puede llegar a tener consecuencias y riesgos?
Las consecuencias aparecen de forma gradual ¿Cuál sería entonces el momento de actuar para parar el juego problemático?
¿Qué piensa el personaje para seguir apostando?
¿Cómo le afecta perder?
¿Qué ha perdido o está perdiendo Hugo/Ana en su vida?
¿Qué siente? (pregunta dirigida al alumnado, pero también al alumno voluntario que hará de Hugo/Ana)
¿Cómo le afecta que sus amigos le animen a apostar?
Y si apuesta solo ¿Os parece un signo de alerta?
¿Qué otras señales de alarma habéis escuchado en la historia?
¿Antes de comenzar a apostar ¿creéis que había alguna característica personal de Hugo/Ana que provocara que su juego evolucionara de forma adictiva?
¿Creéis que se puede determinar con antelación a la primera apuesta quienes tendrán problemas o este resultado es posible en cualquier persona?
¿Es Hugo/Ana un caso excepcional?
¿Os anima a apostar?
En cuanto a las motivaciones para apostar...
¿Por qué sus compañeros/as no continúan en el juego como Hugo/Ana y no se ven trastornados como él?
¿Cuáles son las creencias o motivos distintos en Hugo/Ana para evolucionar de esta manera en el juego?*

Tras la contestación de las preguntas de reflexión, la persona dinamizadora reparte el anexo 3. Se trata de una tarea individual para realizar en casa. Con este cuestionario, el alumnado podrá evaluar su propio riesgo ante el juego de apuestas a través de una serie de factores de riesgo moderado y alto. Cuanta mayor puntuación obtenga el alumnado en el cuestionario, mayor será su riesgo potencial. Este anexo incluye también recomendaciones para el alumnado.

Finalmente, la persona dinamizador/a lee la conclusión de la sesión

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 comienza la fase de pérdidas

Las motivaciones 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) y pasan a ser de afrontamiento (evadirse, olvidarse de problemas) o sentirse mejor es una señal de alerta, tanto en nosotros mismos, como en nuestros amigos/as

El juego de apuestas pasa por distintas fases, conforme el apostador continúa apostando (fase de ganancia, 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.



GUIÓN PARA LA HISTORIA

Grabación de
sonido 01

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.

Grabación de
sonido 02

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.

Grabación de
sonido 03

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.

Grabación de
sonido 04

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.

Grabación de
sonido 05

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..

Grabación de
sonido 06

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.

Grabación de
sonido 07

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.



GUIÓN PARA LA HISTORIA

Grabación de
sonido 08

Hugo necesita dinero, y ha vendido la moto a través de wallapop. Ha conseguido cerca de 1000 euros, pero las apuestas que realiza hacen que le dure solo unos días, durante los cuales intenta recuperarse. Pasan unas semanas. Hugo ha dejado de jugar en el equipo, porque ha faltado a varios entrenamientos y el entrenador pide a sus compañeros que hablen con él antes de expulsarlo. Sus compañeros le han llamado varias veces, pero no han conseguido que acudiera. Antes de dejar de llamarle más, le dicen que está apostando demasiado y que quizás tenga un problema, que ya no apuesta para divertirse, que apuesta para olvidar sus problemas o dejar de sentirse mal un rato. Cuando los 1000 euros se terminan, Hugo le dice a otro par de amigos si pueden prestarle 200 euros, para reparar la moto. Ellos acceden.

Grabación de
sonido 09

Poco después su padre al ver que no avanza en los estudios (en vez de ir a clase está jugando), decide darle una oportunidad y le consigue trabajo ese verano como administrativo en la empresa en la que él trabaja. Unas semanas después, es el aniversario de Marta y Hugo. Han quedado a las 21.30 para celebrarlo, y van a ir a cenar a un restaurante. Pero esa noche hay partidos de champions. Comienzan los partidos y Hugo apuesta a distintas apuestas, como si habrá penalties en la primera parte y si habrá alguna sustitución antes del descanso. Hugo pierde la noción del tiempo y llega donde había quedado con Marta una hora después. Discuten y Marta le dice que no puede seguir así. Está muy enfadada y le dice que tienen que tomarse un tiempo, porque ya no confía en él. Hugo le pide perdón y le promete que cambiará. Y durante unos días no apuesta. Pero un par de semanas después, son los partidos de vuelta de la champions. Hugo, muy nervioso, le dice a Marta que necesita reparar el móvil y que si puede prestarle 40 euros. Marta accede, pensando que no pueden estar sin comunicarse, y para intentar tranquilizarlo, ya que lleva muchos días sin dormir bien y en parte ella se siente algo culpable, pero no sabe que esos 40 euros serán para apostar, porque aunque él le cuenta que juega muy de vez en cuando, ella se ha dado cuenta de algunas mentiras y ha encontrado en su chaqueta resguardos de apuestas. Esto lleva a que Marta lo deje definitivamente unos días después.

Grabación de
sonido 10

Hugo no está bien. Apuesta para evadirse de su situación y para sentirse mejor si consigue ganar. Un amigo dice que lo ha visto volviendo al bar donde hay un terminal de apuestas y que le ha dicho: "Quizá mi suerte cambie hoy", pero todos saben que ha perdido bastante dinero y que el otro día lo vieron golpeando la máquina y discutiendo con el dueño del bar. Ha pedido dinero a varios compañeros de instituto a los que sigue viendo a la puerta de los salones, pero nadie quiere prestarle dinero, porque saben que nunca lo devolverá y ya no confían en él.



TARJETAS PARA ALUMNADO. "COSAS QUE HUGO/ANA PIERDE" (CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONA Y CONSECUENCIAS DEL JUEGO)

INDEPENDENCIA	DINERO	AMISTADES Y APOYO	ALEGRÍA
BUENAS NOTAS	TIEMPO	AUTOESTIMA	CONTROL SOBRE LA SITUACIÓN
OTRAS ACTIVIDADES DE OCIO	SEGURIDAD EN SI MISMO	HONESTIDAD	TRANQUILIDAD
CONFIANZA DE OTRAS PERSONAS EN ÉL	SINCERIDAD	HORAS DE SUEÑO	ILUSIÓN



TARJETAS PARA ALUMNADO. “COSAS QUE HUGO/ANA PIERDE” (CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONA Y CONSECUENCIAS DEL JUEGO)

Motivaciones de juego



Creencias y sesgos

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 PERDIDAS	CREER QUE CONTROLA LAS APUESTAS	CREER QUE NUNCA SE ENGANCHARÁ



EVALUA TU PROPIO RIESGO ANTE EL JUEGO DE APUESTAS

FACTORES DE RIESGO MODERADO

Veo mucha publicidad sobre juego.
 Creo que apostar es una forma fácil de ganar dinero.
 Apostar es lo que más me divierte.
 Me admiran cuando gano.
 Soy suertudo/a.
 Mis amigos apuestan.
 Todo el mundo apuesta.
 Me gustan los videojuegos donde se apuesta.
 En casa no se habla de las apuestas.
 He dejado algunas actividades “sanas” por apostar

FACTORES DE RIESGO ALTO.

La publicidad del juego me motiva a apostar.
 Mis padres juegan.
 Pido dinero prestado para apostar.
 He ganado mucho dinero apostando.
 Apostar me resulta placentero.
 Frecuentemente juego solo/a.
 Tengo un sistema para ganar.
 Consumo alcohol o drogas mientras apuesto
 Tengo un don especial para ganar.

ADICCIÓN.

Necesito apostar cantidades de dinero cada vez mayores para conseguir el grado de excitación que deseo.
 Me siento nervioso/a o irritado/a cuando intento reducir o abandonar el juego.
 He hecho esfuerzos repetidos para controlar, reducir o abandonar el juego, siempre sin éxito.
 A menudo tengo la mente ocupada en las apuestas (p. ej., reviviendo continuamente con la imaginación experiencias de apuestas pasadas, condicionando o planificando mi próxima apuesta, pensando en formas de conseguir dinero para apostar).
 A menudo apuesto cuando siento desasosiego (p. ej, desamparo, culpabilidad, ansiedad, depresión).
 Después de perder dinero en las apuestas, suelo volver otro día para intentar ganar (“recuperar las pérdidas”).
 Miento para ocultar mi grado de implicación en el juego.
 He puesto en peligro o he perdido una relación importante, un empleo o una carrera académica o profesional a causa del juego.
 Cuento con los demás para me den dinero para aliviar mi situación financiera desesperada provocada por el juego.
 Paso mucho tiempo planificando mis jugadas.

Nunca Poco A veces A menudo Siempre



RECOMENDACIONES PARA CONTROLAR EL JUEGO

¡YO CONTROLLO!.. CUANDO

- No apuesto.
- Si alguna vez lo hago es en edad legal y muy de tarde en tarde.
- Evito apostar con eventos deportivos emocionantes.
- Decido lo que me voy a gastar antes de apostar, ¡ni un euro más!
- Gane o pierda me retiro a tiempo y no vuelvo a apostar hasta que pasen varios días.
- Acepto perder y no pido dinero prestado.
- Prefiero dedicar mi tiempo libre a hacer las cosas que me gustan antes que ir a apostar.
- No me dejo convencer para que apueste y me ofrezco a ayudar a quien lo pueda necesitar.
- Evito los bonos y regalos y soy crítico con la publicidad.
- Evito consumir alcohol u otras drogas.
- Nunca apuesto solo/a y nunca lo oculto.

actividad / 1.2 /

Razones para apostar

Factores de riesgo:

Motivaciones de juego

Percepción de riesgo

Factores de protección:

Norma subjetiva

Curso de aplicación:

1er y 2º ciclo secundaria

Duración aproximada:

50 minutos



Objetivos

- Presentar las motivaciones de juego más usuales, relacionándolas con la frecuencia y severidad de juego
- Aumentar la percepción de riesgo sobre juego de apuestas
- Valorar la percepción de riesgo de cada una de las motivaciones por parte de los/las menores
- Reducir la intención de juego en menores

Recursos necesarios:

Personales: Persona dinamizadora de la sesión

Materiales:

- Equipo multimedia (ordenador, video-proyector, sistema de sonido)
- Conexión a internet
- Panel continuo 3 x 1 metro
- Tres tarjetas tamaño cuartilla (A5) por alumno/a. Cada una de las tarjetas de un color:
 - a) Amarillo: algo preocupante,
 - b) Naranja: Bastante preocupante,
 - c) Roja: Peligrosa (ver anexo 1)
- 16 tarjetas A4 de motivaciones para pegar en panel (ver anexo 2)
- Diapositivas explicativas motivaciones juego (ver anexo 3)

Aula:

Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción **Tiempo 10'**

Como inicio de la sesión y planteamiento de la misma, el/la dinamizador/a realiza al alumnado una pregunta: ¿para qué apuesta la gente que apuesta? Animando al alumnado a que piense **varias opciones**, más allá de la típica de ganar dinero.

¿Para qué apuesta la gente que apuesta?

Una vez escuchadas y anotadas en la pizarra las posibles respuestas, el/la dinamizador/a explica distintas motivaciones que los/las jugadores/as suelen mencionar, presentándolas muy brevemente y agrupándolas en cuatro grandes motivaciones:

MOTIVACIONES SOCIALES O RECREATIVAS: buscando entretenimiento o diversión, generalmente acompañados.

MOTIVACIONES DE AFRONTAMIENTO DE PROBLEMAS: buscando enfrentar los problemas de la vida, o emociones desagradables, evadiéndose o sintiéndose más seguros

MOTIVACIONES DE AUTO-MEJORA: buscando emociones positivas y satisfacción a través del juego.

MOTIVACIONES ECONÓMICAS: buscando ganar o generar dinero fácil.

El/la dinamizador/a apunta que el juego de apuestas cubre motivaciones, que las personas apuestan para satisfacer necesidades y que las motivaciones expresan necesidades internas (mejorar estado de ánimo, evadirse de problemas, satisfacción y gratificación, etc.) o externas de la persona (sociales o de diversión).

Al mismo tiempo se presenta al alumnado la tipología típica de jugadores, poniéndola en relación con las motivaciones. Existen básicamente tres tipos de jugadores/as, que encajan también con el tiempo que se lleva jugando:

JUGADOR/A SOCIAL O RECREATIVO (fases iniciales de juego): Juega ocasionalmente o de forma recreativa, para entretenerse o divertirse.

Las ganancias o pérdidas no afectan su estado de ánimo y hay otras actividades en su vida que son más importantes y gratificantes. Juega normalmente acompañado, además puede dejar el juego en cualquier momento.

JUGADOR/A PROBLEMÁTICO (fases intermedias de juego): Juega con alta frecuencia, comienza a presentar problemas relacionados con el juego (descuidar el trabajo o los estudios, comenzar a mentir, juega más de lo que tenía previsto). Comienza a jugar solo/a.

JUGADOR/A PATOLÓGICO (fases avanzadas de juego): Necesita jugar constantemente para recuperar las pérdidas y depende emocionalmente del juego, que interfiere totalmente en su vida, afectando a sus relaciones familiares, trabajo y economía. Necesita aumentar la intensidad de sus apuestas. Apuesta solo/a.

En este punto, el/la dinamizador/a lanza tres preguntas de reflexión

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

Estas preguntas dan paso a las dinámicas de la sesión.

El/la dinamizador/a comenta que a continuación se hará una actividad dividida en dos partes. Para la primera parte, el/la dinamizador/a entrega a cada alumno/a tres tarjetas (Amarilla, naranja y roja).

2. Dinámica 1 Tiempo 20'

PARTE 1. EXPLORAR RAZONES DE JUEGO

En una primera parte, el/la dinamizador/a lee 16 motivaciones para jugar (usualmente referidas por apostadores/as). Para cada motivación, se pide al alumnado que levante una de las tarjetas que les han entregado (amarilla, naranja o roja), en función de la percepción de gravedad que le otorga a cada motivación.

Cada uno de los colores representa la gravedad que el alumnado dará a cada una de las motivaciones (amarillo: algo preocupante, naranja: bastante preocupante, rojo: peligrosa).

Cuando la percepción mayoritaria del alumnado coincida con la realidad (ver listado a continuación), la persona dinamizadora pedirá al alumnado que mire a su alrededor, para que la norma subjetiva actúe.

Posteriormente, en base al color que predomine en la respuesta grupal, se pedirá a un voluntario/a, que pegue la etiqueta adhesiva de la motivación reseñada en el panel de papel continuo, bajo la columna que el grupo haya decidido (algo preocupante, bastante preocupante o peligrosa).

A continuación se expone para información de la persona dinamizadora un listado de motivaciones y la percepción de gravedad inferida a través de las investigaciones realizadas. No existe una contestación del alumnado única y correcta, pero como norma o baremo, se entenderá que las motivaciones tendrán habitualmente esta percepción de gravedad:

MOTIVACIONES SOCIALES:

- Porque es lo que la mayoría de mis amigos/as hacen cuando se reúnen (amarillo-naranja)
- Para socializar (amarillo-naranja)
- Porque es algo que hago en ocasiones especiales (amarillo)
- Porque hace que una reunión social sea más entretenida (amarillo-naranja)

MOTIVACIONES DE AUTO-MEJORA:

- Porque me gusta cómo me hace sentir (naranja-rojo)
- Porque es excitante (naranja-rojo)
- Porque es divertido (amarillo-naranja)
- Porque me hace sentir bien (naranja-rojo)

MOTIVACIONES DE AFRONTAMIENTO:

- Porque me siento con más confianza o más seguro/a de mí mismo/a (naranja-rojo)
- Porque me ayuda cuando me siento nervioso/a o deprimido/a (rojo)
- Para olvidar mis preocupaciones (rojo)
- Para sentirme mejor cuando estoy de mal humor (rojo)

MOTIVACIONES ECONÓMICAS:

- Para ganar dinero (naranja)
- Porque disfruto pensando qué cosas podría hacer con lo que gane (amarillo-naranja)
- Porque si gano podría cambiar mi estilo de vida (naranja-rojo)
- Para generar dinero (naranja)

Terminada la lectura de las 16 motivaciones, la persona dinamizadora invita al alumnado a observar las tres columnas de gravedad, tal como han quedado, estableciendo un diálogo por si quisieran cambiar su percepción de gravedad sobre alguna motivación (Ej. Si han considerado poco preocupante utilizar las apuestas para generar dinero rápido o si han considerado algo o poco preocupante jugar para sentirse mejor cuando están de mal humor)

En el caso de que el alumnado haya percibido una motivación de afrontamiento, de mejora de ánimo o económica como nada/algo preocupante, social es importante que la persona dinamizadora anuncie que un motivo cambia de columna reseñando que “cualquier motivación para mejorar el ánimo o enfrentar los problemas debe ser una señal de alarma y considerada preocupante”

La persona dinamizadora, cerrando la explicación, recuerda la pregunta inicial de reflexión

*¿Creéis que hay motivaciones más peligrosas que otras?
¿Qué consecuencias podría tener cada grupo de motivaciones? (recordando los 4 grupos)*

Y sugiere cual es la gravedad de cada motivación, relacionándola con investigaciones (Grande-Gosende et al., 2018; MacLaren et al., 2012, Parhami et al., 2012; Stewart y Zack, 2008), de esta forma:

“Bien, hasta ahora hemos contestado lo grave o preocupante que creemos que nos parecen a nosotros cada motivación para jugar. Ahora vamos a ver lo que dicen las investigaciones... Observad esto, según las investigaciones que se han hecho, tanto en adultos como en adolescentes, las personas que presentan mayores problemas relacionados con el juego muestran alta puntuación en todas las motivaciones, pero sobre todo -y en este orden- en las de:

MOTIVACIONES DE AUTO-MEJORA O MEJORA DEL ÁNIMO (me gusta como me hace sentir, es excitante, me hace sentir bien)

MOTIVACIONES DE AFRONTAMIENTO DE PROBLEMAS (me da mas confianza, me ayuda cuando me siento mal o deprimido, me ayuda a olvidarme de mis preocupaciones)

MOTIVACIONES ECONÓMICAS (ganar dinero, obtener dinero rápido)

MOTIVACIONES SOCIALES O RECREATIVAS (las menos problemáticas)”

Aquí, el/la dinamizador/a muestra la diapositiva del anexo 3, que sirve de resumen a lo explicado y visto durante la dinámica

En este punto, expone al alumnado que exploren las motivaciones que ellos/as mismos/as o alguien cercano puede tener para jugar y que si ven que comienza a jugarse para satisfacer necesidades como evadirse o mejorar el ánimo, les sirva de señal de alarma para pedir ayuda.

Es importante que observéis las motivaciones que vosotros/as mismos/as o alguien cercano puede tener para jugar y que si veis que comienza a jugarse para satisfacer necesidades como evadirse o mejorar el ánimo, os sirva de señal de alarma para pedir ayuda

3. Dinámica 2 Tiempo 10'

PARTE 2. PROPONER FORMAS ALTERNATIVAS DE OCIO

En una segunda parte, se pide al alumnado que en grupos de 3-4 personas, y mediante la metodología Philips 6-6, propongan alternativas de ocio que SIRVAN PARA SATISFACER las 16 motivaciones (o los 4 grandes grupos de motivaciones) tratadas en la sesión y que no involucren conductas de riesgo o adictivas.

Durante 6 minutos, el grupo, elabora propuestas de ocio alternativo para cada motivación. El portavoz de cada grupo, enunciará las propuestas que su grupo haya reseñado.

¿Pensáis que se puede conseguir divertirse, socializar, enfrentar los problemas u obtener emociones positivas sin necesidad de apostar?

¿Podéis hacer otras cosas que no sean apostar para divertirnos, socializar, buscar emociones positivas...?

Durante 6 minutos y en grupos, pensad propuestas de ocio que sirvan para obtener estas motivaciones

La persona portavoz de cada grupo, enunciará las propuestas que su grupo haya reseñado.

La persona dinamizadora recoge las más interesantes o alcanzables y las repite al gran grupo

Ej. Para la motivación de socializar proponemos asistir a clubs de lectura, o hacerse voluntario en una asociación, para la motivación "es excitante" proponemos actividades como rafting, parapente, o visitar circuitos de automovilismo o karting, etc...

4. Conclusiones **Tiempo 10'**

Finalmente se cierra la sesión, lanzando las siguientes preguntas de reflexión:

¿Qué consecuencias negativas podría tener cada opción que habéis propuesto?

¿Pensáis que solo pueden conseguirse estos beneficios (disfrutar, divertirse, estar con amigos, hacer cosas excitantes, ganar dinero) apostando?

Si nuestro interés es divertirnos o estar con amigos, ¿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.

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 comienza la fase de pérdidas



TARJETAS PARA EL ALUMNADO

Peligrosa



**Bastante
preocupante**



**Algo
preocupante**



LISTADO DE MOTIVACIONES PARA APOSTAR



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

PARA SOCIALIZAR

PORQUE ES ALGO QUE HAGO EN OCASIONES ESPECIALES

PORQUE HACE QUE UNA REUNIÓN SOCIAL SEA MÁS ENTRETENIDA

PORQUE ME GUSTA CÓMO ME HACE SENTIR

PORQUE ES EXCITANTE

PORQUE ES DIVERTIDO

PORQUE ME HACE SENTIR BIEN

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

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

PARA OLVIDAR MIS PREOCUPACIONES

PARA SENTIRME MEJOR CUANDO ESTOY DE MAL HUMOR

PARA GANAR DINERO

PORQUE DISFRUTO PENSANDO QUÉ COSAS PODRÍA HACER CON LO QUE GANE

PORQUE SI GANO PODRÍA CAMBIAR MI ESTILO DE VIDA

PARA GENERAR DINERO

DIAPOSITIVA 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

Sesión 2

Controlando la ilusión de control

Justificación

Desde su enfoque cognitivo, la psicología ha identificado una serie de creencias erróneas mantenidas por las personas apostadoras, que contribuyen a que sobreestimen sus posibilidades de ganar en el juego. Así, es frecuente que se presenten una serie de distorsiones cognitivas, sesgos en el cálculo de probabilidades y creencias irracionales sobre la probabilidad de ganancia y la ilusión de control del juego (Choliz, 2006; Echeburúa y Fernández-Montalvo, 1997; Jacobsen et al., 2007; Fortune y Goodie, 2012). Estos sesgos cognitivos no se consideran solamente un factor de riesgo sino también un mantenedor de la conducta (Becoña, 1998; Rúa-Pérez y López-Pina, 2016). Estos sesgos y creencias incluyen la predicción de resultados, la llamada falacia del jugador o proceso auto-correctivo del azar, el optimismo irracional, o el sesgo confirmatorio, recordando las ganancias significativas pero olvidando las pérdidas habituales, etc (Ladoceur y Walker, 1996), que se suman a las bajas capacidades de cálculo probabilístico sobre sucesos aleatorios, que por lo general tenemos. A ello se une que los juegos de apuestas fomenten directa o indirectamente estas creencias distorsionadas. Se ha visto que un aumento del conocimiento de cálculo de probabilidad se relacionaba con menor comportamiento de riesgo en apuestas (Floyd, Whelan y Meyers, 2006) y mayor resistencia a sesgos cognitivos (Williams y Connolly, 2006), siempre que la información sobre probabilidad se acompañe en los programas preventivos con otros componentes como el cambio de actitudes o la reducción de la percepción de control sobre el juego (Williams, West y Simpson, 2012). En nuestro país, y sobre adolescentes, una mayor ilusión de control sobre la probabilidad de ganar se relaciona con mayor frecuencia de juego. Esta ilusión es más visible en el grupo de muy alta frecuencia de juego (Lloret, Cabrera-Perona et al., 2017; 2018).

En la primera actividad “Calcula la probabilidad” se espera que el alumnado, compruebe, a través de sencillas fórmulas matemáticas, la imposibilidad de acumular ganancias cuando se sigue apostando de forma continua. El/la dinamizador/a presenta los argumentos utilizados por las casas de apuestas, y frente a ellos la objetividad de las fórmulas evidencia sus falacias. La actividad muestra como a través del lenguaje se puede “manipular” la expectativa de ganancia sobre la apuesta, haciendo creer que la probabilidad es mayor de la real. Secundariamente, la actividad espera que el mayor conocimiento de conceptos básicos de probabilidad combata posibles sesgos y creencias irracionales presentes en el alumnado.

La segunda actividad “A favor o en contra” revisa los sesgos cognitivos relacionados con la probabilidad de ganancia, sin necesidad de explicar términos de probabilidad, si no a través de la discusión y del debate entre el propio alumnado. La actividad pretende que los/las menores que muestren creencias irracionales sobre ilusión de control de apuestas o que desconozcan las leyes de probabilidad, sientan el peso de la presión grupal (la mayoría de alumnado de clase) que tienda a llevarlos a la conformidad y -a través de la argumentación- hacia la interiorización y cambio de opinión, al comprobar que apostar no es una conducta tan “normal” como ellos/as creían. Para que esta presión sea más visible es necesario que el alumnado se ponga de pie frente a frente y que tengan que decidirse entre “estar de acuerdo” o “no estarlo”, sin término medio, para fomentar el debate a través de la polarización de opiniones. Así, aquellos/as que presenten sesgos relacionados con el juego de apuestas (EJ. el 17% de la población adolescente que opina que apostar a la larga les favorece frente a la casa de apuestas, tendrán enfrente al 83% restante, el 30% que piensa que hay sistemas para ganar, tendrá enfrente al 70%, y el 36% que piensa que cree en la falacia del jugador (que un resultado que lleva tiempo sin suceder, suceda) tendrá frente a sí al 64% restante, que argumentará sobre lo irracional de estas creencias (Lloret y Cabrera-Perona, 2018).

actividad
/ 2.1 /

Calcula la probabilidad de ganar... o de perder

Factores de riesgo:

Desconocimiento de probabilidad

Ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia

Curso de aplicación:

2º ciclo secundaria

Bachiller

Duración aproximada:

45 minutos



Objetivos

- *Transmitir conceptos básicos sobre probabilidad*
- *Disminuir las expectativas de éxito e ilusión de control sobre ganancia en apuestas a través de la presentación del efecto marco (Kahneman y Tversky, 1979) y el conocimiento de las formulas de probabilidad combinada y del valor esperado*

Recursos necesarios:

Personales: Persona dinamizadora de la sesión

Materiales:

- Equipo multimedia (ordenador, video-proyector, sistema de sonido)
- Conexión a internet
- Hojas de elección de preferencias de apuesta (ver anexo 1)
- Hojas de fórmulas básicas de probabilidad y valor esperado de ganancia (ver anexo 2)

Aula:

Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción **Tiempo 15'**

El/la dinamizador/a comienza anunciando que:

“Hoy, dentro de las actividades preventivas de juego problemático de apuestas, se hablará de probabilidad, con el objetivo de que si en algún momento decidís apostar, podáis hacerlo con conocimiento de causa para no dejaros llevar por impulsos o ‘pensamientos irracionales’. Para ello vamos a explicar o recordar cuatro conceptos básicos y sencillos sobre la probabilidad”.

En ese momento, comienza a explicar conceptos básicos sobre probabilidad: la ley fundamental de probabilidad, la probabilidad combinada, el efecto marco y el valor esperado.

1. La **ley fundamental de probabilidad** se define como el cociente entre el número de veces que un hecho sucede y el número de veces que sucede ese o cualquier otro hecho. Dicho de otra manera, sería la frecuencia esperada de un evento. Referido a apuestas, sería el cociente entre el número de casos favorables y el número de casos probables en la apuesta. Su fórmula es la siguiente:

$$P(A) = \text{número de casos favorables} / \text{número de casos posibles}$$

Ejemplos: en el caso de una moneda con dos caras: $\frac{1}{2}$, de un dado: $\frac{1}{6}$, etc.

2. La formula de **probabilidad combinada** define la probabilidad de que sucedan varios eventos y no sólo uno de ellos. Es decir, la probabilidad de que ocurran n eventos es la probabilidad del evento, multiplicada por la probabilidad asignada a cada otro de los eventos.

Por ejemplo: P(A) y P(B) es $P(A) \times P(B)$

Por ejemplo: P(A) y P(B) y P(C) es $P(A) \times P(B) \times P(C)$

Ejemplos:

En el caso de tirar dos monedas al aire y que en las dos salga cara, la probabilidad sería $0,5 \times 0,5 = 0,25$

En el caso de tirar cuatro monedas al aire y que en las cuatro salga cara, la probabilidad sería $0,5 \times 0,5 \times 0,5 \times 0,5 = 0,0625$

Cómo sabemos, si queremos ganar en las apuestas, tendremos que ganar no sólo una, sino bastantes veces. Pero ahora hemos aprendido, que cuantas más veces apostamos, la probabilidad de ganar disminuye

3. Por otra parte, el **efecto marco** (en inglés *framing effect*) 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. Es decir, del marco. Dicho con otras palabras: la forma de presentar la apuesta tendrá más impacto en la persona jugadora si se presenta en forma de ganancia que de pérdidas

Por ejemplo, si yo os dijera:

- a) Este coche A antes valía 30.000 euros, y comprándolo ahora te ahorras 8.000 euros
- b) El coche B tiene un precio de 22.000 euros, que tienes que pagar al contado

¿Compraríais el coche A o el coche B?

4. Por último, el **valor esperado de una apuesta** es una fórmula que nos sirve para saber cuánto podemos esperar ganar (de media) por apuesta. Es la cantidad que un/a apostante puede esperar ganar o perder si realiza una apuesta con la misma cuota muchas veces.

La fórmula sencilla es:

(Probabilidad de ganar x cantidad premio) – (probabilidad de perder x cantidad apostada)

Si el resultado de la fórmula es **mayor que 0**, eso indica que es un juego que a la larga te favorece, puesto que las ganancias, compensadas las pérdidas te serán favorables.

Si el resultado de la fórmula es **menor que 0**, eso indica que es un juego que a la larga favorece a la casa de apuestas, puesto que las pérdidas que tienes, aunque lo compenses con ganancias de vez en cuando serán mayores

Para cada definición, la persona dinamizadora se asegura que el alumnado comprende cada ejemplo.

2. Dinámica Tiempo 10'

Se acaba esta primera parte diciendo al alumnado:

“Veremos a continuación unos ejemplos en los ejercicios, donde se observará todo esto claramente”

En ese momento se realiza la primera actividad de la sesión (ver anexo 1)

Trata sobre el **efecto marco**, y la hipótesis que se maneja es que el alumnado elegirá apostar preferentemente en las frases cuyos juegos prometan ganancias frente a aquellas en las que se muestre de manera clara la probabilidad de perder, aún siendo la misma modalidad de juego y exactamente la misma jugada.

Un ejemplo de una pareja de apuestas presentada:

- Ruleta, apostar a número fijo: Ganar se paga a 37 euros por cada euro apostado
- Ruleta, apostar a número fijo: La probabilidad de perder es del 97% (36 / 37)

Así, la persona dinamizadora propone al alumnado que, durante 10 minutos, y en grupos de dos-tres componentes, ordene su preferencia para apostar dada una lista de juegos y sus probabilidades de ganar / perder.

Para ello, el alumnado pondrá un número del 1 al 10 según el orden de preferencia que de a cada juego. Además, tiene que escribir una justificación a por qué prefiere un juego a otro.

Posteriormente, se comentan en grupo los resultados.

La persona dinamizadora consensua con la clase el orden que el gran grupo ha decidido y escribe en la pizarra las respuestas más relevantes o reseñables por presentar sesgos, creencias irracionales o posibles sistemas para ganar para cada modalidad de apuestas

Una vez apuntados los resultados, y haciendo hincapié en las posibles discrepancias de orden que el alumnado haya establecido entre una misma pareja de jugadas, el/la dinamizador/a hace ver al alumnado que **se trata de la misma apuesta presentada de formas distintas** (Ej. haber puesto como primera elección para apostar ganar en la ruleta 37 euros y haber puesto al mismo tiempo como elección 8 su inversa, es decir, tener un 97% de probabilidades de perder en la ruleta).

3. Reflexión **Tiempo 10'**

Una vez hecho este señalamiento, el/la dinamizador/a hace preguntas de reflexión y recuerda lo explicado al inicio de la sesión.

¿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 de ocurrir 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?

Se finaliza esta dinámica con la siguiente frase: “dependiendo de cómo nos presenten una apuesta, estaremos más a favor de apostar (Ej. con las posibles ganancias) o no apostar (Ej. con la probabilidad real de pérdida). Por eso, es aconsejable estar atentos/as y calcular o informarnos siempre de la probabilidad de esa apuesta y no dejarnos llevar por la promesa de ganancia y por el lenguaje que utilizan las casas de apuestas y casinos”

En la segunda actividad, se reparten las hojas de fórmula de valor esperado de ganancia (anexo 2), recordando la explicación inicial de la sesión.

El alumnado, durante 15 minutos, y en los mismos grupos de dos-tres componentes, tiene que calcular distintos valores esperados para ruleta o apuestas deportivas y contestar un breve cuestionario, decidiendo si apostarían o no (ver anexo 2). Para ello, las fichas de valor esperado incluye la fórmula matemática para hacerlo.

4. Conclusiones **Tiempo 10'**

Al finalizar la actividad, y observando los resultados de las fórmulas matemáticas, el alumnado será consciente de que todas las modalidades de apuestas tienen un valor esperado negativo, es decir, que favorecen matemáticamente a la casa de apuestas a la larga, haciendo inviable ganar de forma mantenida en las apuestas.

Adicionalmente, en este momento, la persona dinamizadora esperará preguntas o comentarios del alumnado. Preguntas típicas o comentarios habituales al conocer el valor esperado de ganancia que demuestran desafío o resistencia ante la evidencia pueden ser las siguientes:

- ¿Y si yo divido la apuesta y apuesto cantidades más pequeñas en distintas apuestas?
- ¿Y si apuesto menos veces, pero con mayores cantidades de dinero?
- ¿Y si apuesto a resultados muy improbables que lleven tiempo sin pasar?
- Da igual que pierda, porque compensaré cuando gane
- Etc.

Todas estas preguntas o comentarios se contestan dirigiendo de nuevo la explicación hacia:

a) la ley fundamental de probabilidad: 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)

b) la probabilidad combinada: cuantas más veces apueste, menor es la probabilidad de ganar. $P(A)$ y $P(B)$ y $P(C)$ y ... $P(n)$ es igual a $P(A) \times P(B) \times P(C) \times \dots \times P(n)$

c) el valor esperado de ganancia: incluso incluyendo en la fórmula las veces y cantidades que ganaré, a la larga siempre favorecerá a la casa de apuestas

Finalmente, el/la dinamizador/a da la conclusión final, pudiéndose apoyar en las siguientes 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 a apostar?

¿Os resulta útil conocer la fórmula del valor esperado?

¿Había alguna cosa que pudierais 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 por qué no tiene habilidades?

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

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? 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

ANEXO 1 CALCULA LA PROBABILIDAD



HOJA DE ELECCIÓN DE PREFERENCIA DE APUESTA

TIPO DE APUESTA	¿EN QUÉ ORDEN DE PREFERENCIA LO PONÉIS PARA APOSTAR?	JUSTIFICAD VUESTRA RESPUESTA
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%		
Máquina tragaperras en salones y/o bares Probabilidad de ganar la especial es 0,02%		
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		
Ruleta online Apostar a un número Probabilidad de perder es del 97%		
Apuesta deportiva de futbol 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 FÓRMULAS BÁSICAS DE PROBABILIDAD Y VALOR ESPERADO DE GANANCIA

¿A CUÁNTO SE PAGA?
¿CUÁNTO VOY A GANAR EN CADA APUESTA?

Si quieres conocer cuanto ganarás en cada apuesta, sólo tienes que utilizar esta sencilla fórmula. Es la fórmula del VALOR ESPERADO o ESPERANZA MATEMÁTICA. El valor esperado de una apuesta nos muestra cuánto podemos esperar ganar (de media) por apuesta. Es la cantidad que un/a apostante puede esperar ganar o perder si realiza una apuesta con la misma cuota muchas veces.

SI EL RESULTADO DE LA FÓRMULA ES MAYOR QUE 0, ESO ÍNDICA QUE ES UN JUEGO QUE A LA LARGA TE FAVORECE, PUESTO QUE LAS GANANCIAS, COMPENSADAS LAS PÉRDIDAS TE SERÁN FAVORABLES.

SI EL RESULTADO DE LA FÓRMULA ES MENOR QUE 0, ESO INDICA QUE ES UN JUEGO QUE A LA LARGA FAVORECE A LA CASA DE APUESTAS, PUESTO QUE LAS PERDIDAS QUE TIENES, AÚNQUE LO COMPENSES CON GANANCIAS DE VEZ EN CUANDO SERÁN MAYORES

LA FORMULA

(Probabilidad de ganar x cantidad premio) – (probabilidad de perder x cantidad apostada)

UN EJEMPLO

Si en un lanzamiento de una moneda, apostases 1 € a que sale cara en y recibieras 5 Euros (Tu euro + 4 euros de ganancia cada vez que acertases), el VALOR ESPERADO sería de 1,5 € **en cada tirada**

$$(0,5 \times 4) - (0,5 \times 1) = 1,5$$

CALCULA AHORA PARA CADA UNA DE ESTAS APUESTAS, **EL VALOR ESPERADO, ES DECIR, LO QUE GANARÁS EN CADA UNA DE LAS APUESTAS QUE HAGAS,**

SIGUIENDO LA FÓRMULA QUE TE HEMOS PROPUESTO

(Probabilidad de ganar x cantidad premio) – (probabilidad de perder x cantidad apostada)

HOJA DE FÓRMULAS BÁSICAS DE PROBABILIDAD Y VALOR ESPERADO DE GANANCIA


 Apuestas 5 € a ROJO en la ruleta. Si ganas, recibirás 10€(Tus 5 + 5 de ganancia)

$$(0,48 \times 5) - (0,52 \times 5) = \text{_____} \text{ € de valor esperado en cada apuesta}$$

Conociendo el valor esperado de ganancia e

¿El valor esperado es favorable para ti? SI NO
¿Apostarías una vez? SI NO
¿Apostarías varias veces? SI NO


Si marcas no, ¿por qué razón sería?

 Apuestas 5 € a un número concreto (El 29) en la ruleta. Si ganas, recibirás 175€ (Tus 5 + 170 de ganancia)

$$(1/37=0,027 \times 170) - (36/37=0,97 \times 5) = \text{_____} \text{ € de valor esperado en cada apuesta}$$

¿El valor esperado es favorable para ti? SI NO
¿Apostarías una vez? SI NO
¿Apostarías varias veces? SI NO

Si marcas no, ¿por qué razón sería?

 Si apostases 10 € a que el EQUIPO LOCAL (cuota: 2,8) gana en un partido al EQUIPO VISITANTE donde el empate tiene cuota: 3,6 y la victoria del VISITANTE cuota: 2,4) y recibieras 28 Euros (Tus 10 + 18 de ganancia)

$$(1/2,8=0,357 \times 18) - (1/3,6=0,277 + 1/2,4=0,416) \times 10 = \text{_____} \text{ € de valor esperado en cada apuesta}$$

El valor esperado es favorable para ti? SI NO
¿Apostarías una vez? SI NO
¿Apostarías varias veces? SI NO

Si marcas no, ¿por qué razón sería? _____

HOJA DE FÓRMULAS BÁSICAS DE PROBABILIDAD Y VALOR ESPERADO DE GANANCIA

Por último, te presentamos la probabilidad combinada que te indica tus probabilidades de ganar si apuestas varias veces

FORMULA DE PROBABILIDAD COMBINADA	PROBABILIDAD DE GANAR
$P(A) = P(A)$ $P(A) = 1/2$	Si apuestas una vez... 50%
$P(A \text{ y } B) = P(A) \times P(B)$ $P(A \text{ y } B) = (1/2) \times (1/2)$	Si apuestas dos veces... 25%
$P(A \text{ y } B \text{ y } C \text{ y } D) = P(A) \times P(B) \times P(C) \times P(D)$ $P(A \text{ y } B \text{ y } C \text{ y } D) = (1/2) \times (1/2) \times (1/2) \times (1/2)$	Si apuestas cuatro veces... 6.25%
$P(A \text{ y } B \text{ y } C \text{ y } D \text{ y } E \text{ y } F \text{ y } G \text{ y } H) = P(A) \times P(B) \times P(C) \times P(D) \times P(E) \times P(F) \times P(G) \times P(H)$ $P(A \text{ y } B \text{ y } C \text{ y } D \text{ y } E \text{ y } F \text{ y } G \text{ y } H) = (1/2) \times (1/2) \times (1/2) \times (1/2) \times (1/2) \times (1/2) \times (1/2) \times (1/2)$	Si apuestas ocho veces... 0.39%
ETC...	Si apuestas n veces... ETC...

Conociendo las formulas de probabilidad combinada, que son las que te dicen cual es tu probabilidad de ganar muchas veces, ¿apostarías muchas veces?

SI NO

Si marcas no, ¿por qué razón sería? _____

actividad / 2.2 /

¿A favor o en contra?

Factores de riesgo:
Desconocimiento de probabilidad
Ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia
Actitud hacia el juego de apuestas

Factores de protección:
Norma subjetiva

Curso de aplicación:
2º ciclo secundaria

Bachiller

Duración aproximada:
50 minutos



Objetivos

- Transmitir conceptos básicos sobre probabilidad
- Presentar y debatir los principales sesgos cognitivos relacionados con el juego de apuestas como señales de alerta en el entorno de el/la menor, para que pueda actuar como agente preventivo entre sus amigos/as que jueguen

Recursos necesarios:

Personales: Persona dinamizadora de la sesión

Materiales:

- Equipo multimedia (ordenador, video-proyector, sistema de sonido)
- Conexión a internet
- Dos cartulinas grandes (“Estoy de acuerdo”, “No estoy de acuerdo”) (ver anexo 1)

Aula:

Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción Tiempo 15'

El/a dinamizador/a anuncia que hoy el grupo opinará sobre una serie de frases respecto al juego de apuestas.

Aclarará que se pueden tener opiniones al respecto independientemente de si apuestan o no.

“Hoy vamos a opinar sobre una serie de frases respecto al juego de apuestas. Es igual que apostéis o no para tener una opinión sobre el juego y la probabilidad de ganar”

2. Dinámica Tiempo 15'

En ambos extremos del aula, se ponen dos cartulinas (estoy de acuerdo, NO estoy de acuerdo). Todo el grupo se posiciona en el centro de la clase, que se ha despejado al efecto.

“Para eso, he traído dos cartulinas, como podéis ver. En ese extremo ‘Estoy de acuerdo’, en ese otro extremo ‘NO estoy de acuerdo’ “

Una vez dispuesto todo el grupo en el centro de clase, el/la dinamizador/a va leyendo ítems relacionados con la probabilidad de ganancia o creencias irracionales, que al mismo tiempo que se proyectan en gran pantalla. Ejemplos:

- *“Perder por poco es estar a punto de ganar”*
- *“La probabilidad 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”*
- *“Si sigo apostando, recuperaré las pérdidas”*

Aquellos chicos y chicas que no están de acuerdo con la frase expuesta se mueven hacia la cartulina “NO estoy de acuerdo”. Si hay alguien que no lo tiene claro podrá quedarse en el centro de la clase. Los que están de acuerdo con la frase, se desplazan hacia la cartulina “Estoy de acuerdo”

el/la dinamizador/a llama la atención sobre el número de alumnado en cada una de las posiciones diciendo frases como:

“Parece que la mayoría de la clase está de acuerdo/no de acuerdo con la frase”

3. Debate **Tiempo 20'**

Una vez que los/las alumnos/as se han posicionado en cada extremo, el/la dinamizador/a establecerá y dirigirá un debate dónde tendrán la posibilidad de convencerse unos/as a otros/as.

Es oportuno que para cada ítem se dediquen 3-4 minutos a argumentos y contraargumentos del alumnado.

Una vez efectuado cada mini-debate, el/la dinamizador/a debe resumir las ideas y canalizar los argumentos a favor o en contra y evitar las confrontaciones.

Para cada una de las frases, el/la dinamizador/a pide una reflexión final.

Al finalizar el debate y la visión correcta de cada frase, todo el grupo se posiciona de nuevo en el centro de la clase.

Así sucesivamente para cada frase propuesta

Una vez leídos todos los ítems y debatidos por parte del alumnado, la persona dinamizadora aportará la visión correcta de cada uno de los sesgos y leyes de probabilidad, para evitar errores o malinterpretaciones por parte del alumnado, haciendo hincapié sobre las posibles desventajas y consecuencias de pensar así y afirmando que se ha encontrado en gran porcentaje de jugadores este tipo de creencias y desconocimientos de probabilidad.

4. Conclusiones **Tiempo 10'**

Así, terminará diciendo que:

- “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”
- “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”
- “En las apuestas, al igual que en cualquier otra conducta de riesgo, PENSAR que se controla es el primer signo de alerta”
- “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: $0,50 \times 0,50 \times 0,50 = 0,125$ ”
- “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)”

- “¿Existen sistemas para ganar en las apuestas? 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”
- “Da igual que pierda, porque de vez en cuando ganaré: De vez en cuando se puede ganar, pero si se pretende ganar muchas veces, recordad que para ganar varias 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, 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: $0,50 \times 0,50 \times 0,50 = 0,125$ ”
- “Si sigo apostando, recuperaré las pérdidas”. Además de lo que hemos visto en la frase anterior (es decir, que cuantas más veces apueste, disminuye mi probabilidad de ganar), tenemos que conocer un nuevo concepto. Se llama el **valor esperado de una apuesta**. ¿Para las personas que apuestan? ¿Y desventajas? El valor esperado es una fórmula que nos sirve para saber cuánto podemos esperar ganar (de media) por apuesta. Es la cantidad que un apostante puede esperar ganar o perder si realiza una apuesta con la misma cuota muchas veces.
- La fórmula sencilla es: (Probabilidad de ganar x cantidad premio) – (probabilidad de perder x cantidad apostada)
 - Si el resultado de la fórmula es **mayor que 0**, eso indica que es un juego que a la larga te favorece, puesto que las ganancias, compensadas las pérdidas te serán favorables.
 - Si el resultado de la fórmula es **menor que 0**, eso indica que es un juego que a la larga favorece a la casa de apuestas, puesto que las pérdidas que tienes, aunque lo compenses con ganancias de vez en cuando serán mayores
 - Pero todos los juegos de apuestas tienen un resultado de fórmula menor que 0. Esto significa que a la larga, apostar, siempre favorecerá a la casa de apuestas, incluso sabiendo que de vez en cuando ganaremos.
 - En este punto, la persona dinamizadora puede poner algunos ejemplos en la pizarra o proyectarlos en pantalla.

Finalizada la dinámica y enunciada la visión correcta de cada ítem, la persona dinamizadora lanza unas preguntas finales de reflexión:

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

¿Se pueden controlar las apuestas?

¿Qué una jugada suceda varias veces le da más probabilidad de seguir sucediendo?

¿Cuándo 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 tiene ventajas para las personas que apuestan? ¿Y desventajas?

Por último, el/la dinamizador/a lee la reflexión final.

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.

ESTOY DE ACUERDO

NO ESTOY DE ACUERDO

Sesión 3

Como nos lo venden

Justificación

En la última década la industria del juego ha experimentado un gran crecimiento impulsado por la irrupción del juego online y las apuestas deportivas. Un mercado atractivo para los operadores de esta industria, que compiten aumentando la accesibilidad al juego y su presencia en los medios de comunicación, redes sociales y lugares públicos. Tanto es así, que ha sido habitual la visualización de anuncios durante las retransmisiones deportivas, y el uso de figuras del deporte o celebridades como prescriptores de las casas de apuestas. Otras estrategias de marketing son mejorar el posicionamiento en buscadores y redes sociales, enviar notificaciones u ofrecer bonos de bienvenida, por ejemplo.

Con el fin de proteger a menores y reducir la prevalencia del juego problemático y su adicción, España ha sido uno de los primeros países europeos en aprobar una estricta regulación de la publicidad del juego de apuestas (Real Decreto 958/2020 de 3 de noviembre, de Comunicaciones comerciales de las actividades de juego). La restricción a las comunicaciones comerciales ha suscitado una gran polémica y amplios debates, en los que los detractores de la regulación generalmente objetan que no existen estudios científicos que justifiquen una regulación tan estricta. Por otra parte, los colectivos de afectados piden la eliminación completa de la publicidad.

Aunque la investigación sobre el impacto de la publicidad en la conducta de juego es relativamente reciente, el caudal de conocimiento acumulado en la última década es suficientemente esclarecedor. Los estudios muestran que una mayor exposición a la publicidad está relacionada con una mayor frecuencia de juego, tanto en personas adultas como en jóvenes. En el caso de los adolescentes, los estudios longitudinales sugieren que una mayor exposición a la publicidad predice la conducta de juego, y los estudios transversales informan de que el 70% de los menores reconocen ver mucha publicidad de apuestas, y que uno de cada tres admite sentirse influenciado/a por la publicidad del juego.

Los anuncios de apuestas fomentan una actitud favorable hacia el juego, que puede estimular la intención de apostar (Lee et al., 2008; Lloret, Cabrera et al., 2017). Los resultados de distintas investigaciones sugieren que la publicidad transmite una visión normalizada de la conducta de juego de apuestas, además de generar una actitud positiva hacia el juego y una percepción social favorable (King et al., 2010; Pitt et al., 2016). Diversos estudios en otros países apuntan a que una mayor exposición a anuncios de juegos de apuestas se asocia a una alta frecuencia de juego semanal entre adolescentes tanto en apuestas deportivas (Hing et al., 2014) como en póker, máquinas y casino (Clemens, Hanewinkel y Morgenstern, 2016). También se propone que la publicidad de juego se destina no tanto a atraer nuevos/as apostadores/as, sino a mantener a los ya jugadores/as (Binde, 2009; Derevensky, Sklar, Gupta y Messerlian, 2010). En población adulta, otras investigaciones cualitativas informan que un tercio de jugadores referenciaban haber sido influidos por la publicidad de apuestas (Derevensky et al., 2007). Los resultados de investigación muestran que son los hombres quienes refieren un mayor impacto de la publicidad de juego (Felsher et al., 2004). Sin embargo, otros estudios relacionan el impacto con la modalidad de juego, de forma que los chicos recuerdan más la publicidad de apuestas deportivas mientras que las chicas otras modalidades como ruleta o bingo (Amey, 2001). En nuestro país, las investigaciones realizadas en población juvenil asocian una mayor exposición a anuncios de juegos de apuestas a una alta frecuencia de juego semanal entre adolescentes (Lloret, Cabrera et al. 2016, 2017).

En esta sesión se presentan dos actividades que persiguen los mismos objetivos y que pretenden fomentar una reflexión ética sobre las tácticas de manipulación que utiliza la industria de los juegos de apuestas. En la primera “La agencia de publicidad” se invita al alumnado, en pequeños grupos, a elaborar sus propios anuncios de juego de apuestas, en el que podrán hacer servir todas las estrategias de persuasión habitualmente utilizadas por la publicidad, sin cortapisas y con el único objetivo de vender su producto: promocionar su casa de apuestas/casino. Finalmente se realiza una reflexión conjunta sobre cómo se han sentido siendo publicistas sin escrúpulos, y si en algún momento se han preocupado por las posibles consecuencias que la audiencia de este tipo de anuncio pudiera tener.

La segunda actividad “*Desmontando anuncios*” comienza cuestionando si la publicidad de apuestas es eficaz. A continuación, se presentan las estrategias publicitarias más comunes en este tipo de anuncios. En un tercer momento, se visualizan varios anuncios de juegos de apuestas y, en grupos, se identifican las estrategias de comunicación se han utilizado. Para concluir, se ponen en común y se debaten las ideas que cada grupo aporta.

actividad
/ 3.1 /

La agencia de publicidad

Factores de riesgo:

Actitud favorable hacia la publicidad de juego de apuestas

Factores de protección:

Sentido crítico hacia la publicidad de juego de apuestas

Curso de aplicación:

1er y 2º ciclo secundaria

Bachiller

Duración aproximada:

50 minutos



Objetivos

- Identificar estrategias y técnicas publicitarias
- Aumentar la conciencia sobre las estrategias de influencia de la publicidad.
- Fomentar el sentido crítico sobre la publicidad de juego de apuestas

Recursos necesarios:

Personales: Persona dinamizadora de la sesión

Materiales:

- Diapositivas explicativas publicidad de apuestas (ver anexo 1)
- Hojas de diseño de anuncio publicitario (ver anexo 2)
- Hoja de técnicas de manipulación e influencia de publicidad (ver anexo 3)

Aula:

Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción Tiempo 10'

Como inicio de la sesión y planteamiento de la misma, el dinamizador/a realiza al alumnado dos preguntas:

- a) si (juegue o no juegue) recuerdan haber visto anuncios de apuestas
- b) si es así, ¿a través de qué canales o medios?

¿Juguéis o no a apuestas, recordáis haber visto anuncios o publicidad de apuestas?

¿A través de qué canales o medios?

La persona dinamizadora expone que efectivamente, la publicidad de juegos de apuestas es masiva y a través de muchos medios.

- Anuncios en Internet, en TV, en radio o prensa
- En APPS, en Pop-Ups y banners
- A través de Spam
- Anuncios en redes sociales
- Patrocinio de equipos, eventos
- Publicidad en la calle (salones y carteles)
- Artículos por encargo y Publireportajes

La persona dinamizadora escucha las respuestas posibles y prosigue explicando brevemente el impacto de la publicidad sobre la frecuencia de juego y los beneficios obtenidos por la misma en juego de apuestas, mostrando en proyector las cuatro diapositivas del **Anexo 1** y dando el siguiente mensaje:

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/as.

2. Las estrategias **Tiempo 10'**

Posteriormente, el/la dinamizador/a enumera y explica muy brevemente distintas estrategias de influencia y manipulación utilizadas por la publicidad, haciendo referencia al alumnado a que recuerde toda la publicidad que ve diariamente (general y de juego)

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 nuevos/as clientes.

3. Trabajo en grupo **Tiempo 15'**

Una vez realizada la explicación, el alumnado forma grupos de 4-5 personas. Cada grupo nombra una persona portavoz que será encargada de recoger las respuestas del grupo en la hoja de análisis.

Se propone al alumnado que, por grupos, se diseñe un anuncio de juego de apuestas, **de tema libre y donde deberán utilizar al menos dos o tres de las técnicas anteriores explicadas**. Para que la recuerden, se le da a cada grupo una hoja con un listado de estas técnicas (**Anexo 2**)

Se entrega a cada grupo el **Anexo 2** y el **Anexo 3**. Durante 20 minutos, cada grupo diseña su anuncio, siguiendo los apartados del Anexo 3.

Finalmente, la persona portavoz de cada grupo, explicará al resto de la clase su anuncio.

Es importante que el resto de clase no valore o critique los anuncios de otros grupos.

4. Debate y conclusión **Tiempo 10'**

La persona dinamizadora recogerá la idea general de cada anuncio. Como resumen de la presentación de cada grupo, el dinamizador afirma que usando las técnicas de influencia antes enumeradas, el anuncio tendrá más impacto.

Utilizando las técnicas que hemos visto al inicio de sesión, ¿el anuncio tendría más impacto en los/as espectadores y en vosotros/as mismos/as?

Terminadas las exposiciones, se recuerda al alumnado que los anuncios de juego de apuestas presentan una realidad sesgada, donde sólo se cuentan los beneficios, muchas veces exagerados, pero no las pérdidas o consecuencias. Además, se recuerda que la publicidad de juego, sólo pretende que se apueste más y no busca la diversión de los/las consumidores/as o su bienestar.

Por último, se realizan preguntas finales de reflexión para el gran grupo:

¿Qué pretendíais con el anuncio que habéis diseñado?

¿Lo que habéis contado es real? ¿Sucedé en la vida real?

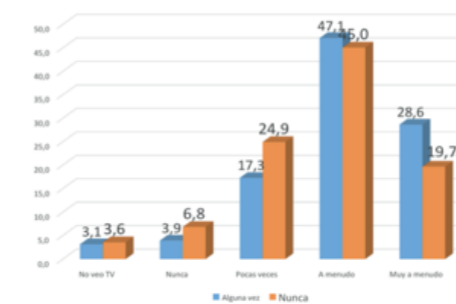
¿Os ha importado en algún momento el consumidor?

¿Creéis que las casas de apuestas quieren un beneficio para vosotros/as o para ellas mismas?

DIPOSITIVAS EXPLICATIVAS PUBLICIDAD DE JUEGO DE APUESTAS

1.1. Investigaciones sobre publicidad y frecuencia de juego en adolescentes

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

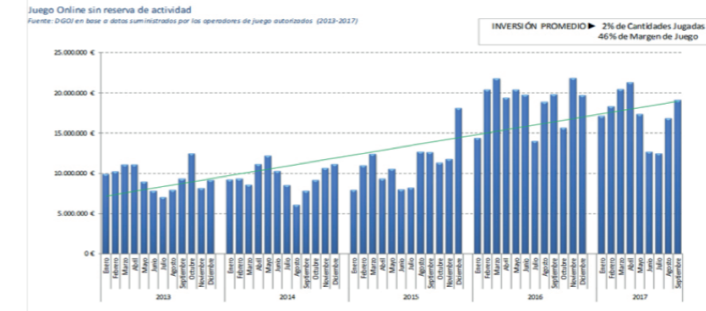


Los que informan haber jugado alguna vez (azules), recuerdan más publicidad de apuestas deportivas en TV que los que nunca juegan (naranjas)

Fuente: Estudio longitudinal 2016-2018 "El juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante" (Lloret, Cabrera-Perona et al, 2016)

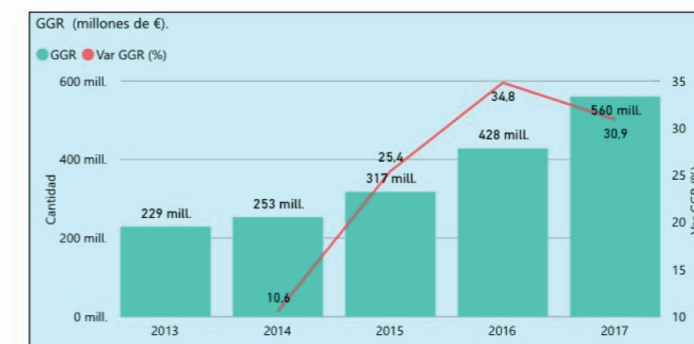
1.2. Inversión en publicidad en los años 2013-2017

Inversión en ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD DE LOS JUEGOS



Fuente: Dirección Ordenación de Juego. Informe de juego online estatal 2017

1.3. Incremento de la facturación del juego de apuestas 2013-2017



Fuente: Dirección Ordenación de Juego. Informe de juego online estatal 2017

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 ética no incluye estas técnicas, pero hemos comprobado como un anuncio de apuestas que no recurra a técnicas de manipulación e influencia no es tan atractivo o impactante para el público.

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

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.

DISEÑA TU PROPIO ANUNCIO SOBRE JUEGO DE APUESTAS

¿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

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> HUMOR | <input type="checkbox"/> SEXO / EROTISMO |
| <input type="checkbox"/> TODO EL MUNDO LO HACE | <input type="checkbox"/> CONTAR SÓLO LAS VENTAJAS |
| <input type="checkbox"/> ÉXITO SOCIAL | <input type="checkbox"/> EMOCIÓN |
| <input type="checkbox"/> ESCAPAR DE LOS PROBLEMAS | <input type="checkbox"/> PERSONAJE FAMOSO |
| <input type="checkbox"/> PROVOCACIÓN-RIESGO. SER DIFERENTE | <input type="checkbox"/> OFRECER ALGO (REGALOS, PROMOCIONES, ETC) |

Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego.

Artículo 12. Actividades de patrocinio.

No se utilizará la imagen de marca, nombre comercial o mensajes promocionales del patrocinador en eventos, bienes o servicios diseñados para personas menores de edad o destinadas principalmente a ellas.

No podrán realizarse actividades de patrocinio que consistan en la utilización del nombre, marca o denominación comercial de un operador para identificar a una instalación deportiva o a cualquier centro de entretenimiento. Tampoco podrán sustituir o añadir al nombre de un equipo o competición deportiva o de cualquier otra entidad ajena al sector de los juegos de azar.

No será admisible el patrocinio en camisetas o equipaciones deportivas.

Artículo 13. Actividades de promoción

Las comunicaciones comerciales de las actividades de promoción solo podrán dirigirse a clientes existentes. Se prohíben las promociones de captación de clientes nuevos.

Las comunicaciones comerciales de las actividades de promoción:

- a) No podrán trasladar la percepción falsa o equívoca de gratuidad o de falta de onerosidad de la promoción.*
- b) No incluirán testimonios de personas beneficiarias.*
- c) No podrán basarse en la habilidad del jugador.*
- d) Deberán incluir, en caso de resultar aplicables, información clara y transparente*

Artículo 15. Aparición de personas o personajes de relevancia o notoriedad pública en comunicaciones comerciales.

Se prohíbe la aparición en las comunicaciones comerciales de personas o personajes de relevancia o notoriedad pública, sean aquellos reales o de ficción

Artículo 18. Comunicaciones comerciales en servicios de comunicación audiovisual.

Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego en servicios de comunicación audiovisual únicamente podrán emitirse entre la 01:00 y las 05:00 horas.

Artículo 24. Comunicaciones comerciales a través de correo electrónico u otros medios equivalentes.

El envío de comunicaciones comerciales de los operadores de juego a través de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente sólo podrá realizarse con el consentimiento de la persona interesada.

actividad / 3.2 /

Desmontando anuncios de apuestas

Factores de riesgo:

Actitud favorable hacia la publicidad de juego de apuestas

Factores de protección:

Sentido crítico hacia la publicidad de juego de apuestas

Curso de aplicación:

2º ciclo secundaria

Bachiller

Duración aproximada:

40 minutos



Objetivos

- Identificar estrategias y técnicas publicitarias.
- Conocer las estrategias de influencia de la publicidad.
- Promover una visión crítica sobre la publicidad de juego de apuestas

Recursos necesarios:

Personales: Persona dinamizadora de la sesión

Materiales:

- Equipo multimedia (ordenador, video-proyector, sistema de sonido)
- Conexión a internet
- Diapositivas explicativas publicidad de apuestas (ver anexo 1)
- Hojas de diseño de anuncio publicitario (ver anexo 2)
- Hoja de técnicas de manipulación e influencia de publicidad (ver anexo 3)

Aula: Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción Tiempo 10'

Saludo inicial y breve explicación de la sesión.
Se presentan los objetivos y se explica la estructura de la sesión

Como inicio de la sesión y planteamiento de la misma, el/la dinamizador/a proyecta o escribe en la pizarra las siguientes palabras y pregunta:

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

- | | |
|----------------|------------------------|
| - Información | - Argumentos o Razones |
| - Manipulación | - Verdad |
| - Engaño | - Explicar |

Esta dinámica se puede realizar con un software de encuestas (Kahoot, Mentimeter, Educlick, etc.), para ello los/as adolescentes deberían utilizar su teléfono móvil.

Entonces la persona dinamizadora vuelve a preguntar al alumnado si cree que existe relación entre ver publicidad de apuestas y apostar.

¿Crees que la publicidad de apuestas es efectiva?

Si las respuestas mayoritarias a la primera pregunta es “Manipulación” o “Engaño” y a la segunda es “Sí”, se puede deducir que

“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 la investigaciones.

2. Las estrategias **Tiempo 10'**

Posteriormente, la persona dinamizadora enumera y explica muy brevemente distintas estrategias de influencia y manipulación utilizadas por la publicidad, haciendo referencia al alumnado a que recuerde toda la publicidad que ve diariamente (general y de juego)

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 nuevos/as clientes.

3. Trabajo grupal **Tiempo 15'**

Una vez realizada la explicación, apoyándose en las diapositivas del anexo 1, el alumnado forma grupos de 4-5 personas

Se entrega una hoja de análisis (Anexo 2) a cada grupo.

Cada grupo nombra una persona portavoz que será encargada de recoger las respuestas del grupo en la hoja de análisis.

Se proyecta el primer anuncio (ver anexo 3) y se dejan 5 minutos para que el grupo discuta y anote en la hoja de análisis las estrategias utilizadas y el mensaje principal que transmite el anuncio.

A continuación, por turno, cada portavoz/a dice en voz alta una de las estrategias o idea principal del anuncio que han anotado y explica porqué.

En caso de controversia entre grupos, se debate.

Se repite con un segundo anuncio y si diera tiempo con un tercero (ver anexo 3, los anuncios a proyectar pueden ser elegidos por la persona dinamizadora en función de la actualidad o del interés de la estrategia que quiera subrayar en ese grupo).

Terminadas las exposiciones, se pide que cada grupo escriba en la hoja de análisis una idea general sobre la publicidad del juego de apuestas.

4. Exposición, debate y conclusiones **Tiempo 10'**

Los grupos comparten en voz alta su idea. Mientras que la persona dinamizadora recoge las conclusiones aportadas por los grupos y resume aquellas que afirman que la publicidad de apuestas pretende manipular.

Lo que da pie a que el moderador concluya la sesión con la reflexión final.

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 compren el producto o servicio. En este caso que apuesten.

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

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 al cliente con seriedad e informando de posibles riesgos del juego de apuestas

PARA SABER MÁS

Edward Bernays. El hombre que cambió el mundo. https://www.youtube.com/watch?v=k_4B-12CFVI

Real Decreto 958/2020 de 3 de noviembre, de Comunicaciones comerciales de las actividades de juego. Accesible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2020/11/04/pdfs/BOE-A-2020-13495.pdf>

Vídeo de análisis de anuncios (María Dolores García García – Trabajo de Fin de Grado de la Universidad de Sevilla Curso 2019-2020). <https://www.youtube.com/watch?v=HeYsths2Log>

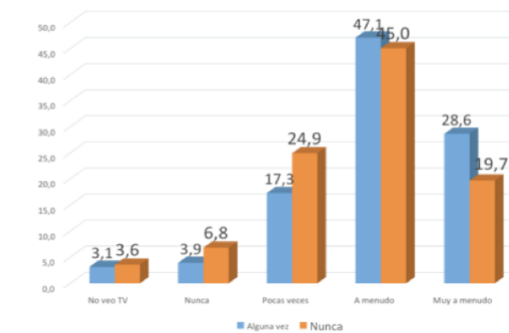
Campañas de sensibilización

Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. Campaña Obvio <https://www.youtube.com/watch?v=W437I99Giyy>

DIPOSITIVAS EXPLICATIVAS PUBLICIDAD DE JUEGO DE APUESTAS

1.1. Investigaciones sobre publicidad y frecuencia de juego en adolescentes

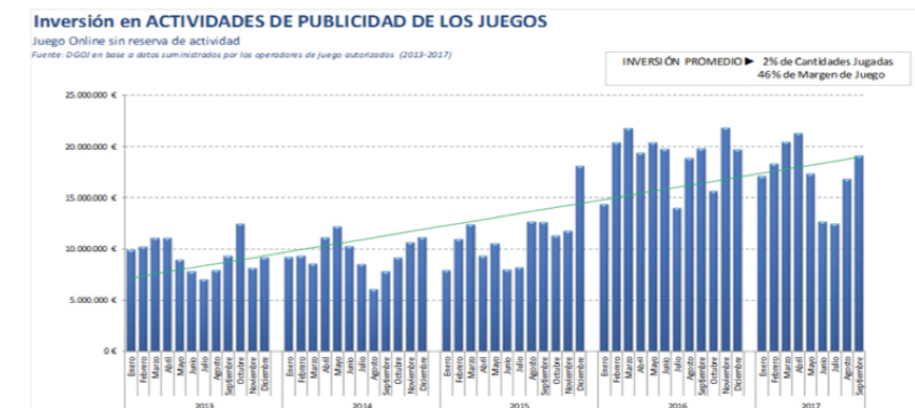
¿Cuántas veces has visto u oído anuncios de apuestas deportivas en televisión?



Los que informan haber jugado alguna vez (azules), recuerdan más publicidad de apuestas deportivas en TV que los que nunca juegan (naranjas)

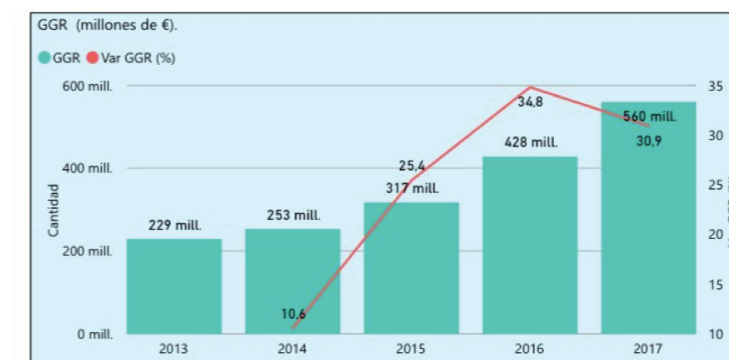
Fuente: Estudio longitudinal 2016-2018 "El juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante" (Lloret, Cabrera-Perona et al, 2016)

1.2. Inversión en publicidad en los años 2013-2017



Fuente: Dirección Ordenación de Juego. Informe de juego online estatal 2017

1.3. Incremento de la facturación del juego de apuestas 2013-2017



Fuente: Dirección Ordenación de Juego. Informe de juego online estatal 2017

ANÁLISIS DEL MENSAJE DE ANUNCIO

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 SESION DE HOY

LISTADO DE POSIBLES ANUNCIOS A VISIONAR

Anuncios donde sólo se cuenta una parte / y ofrece promociones y regalos

<https://www.youtube.com/watch?v=eAyP7miKyc8>

<https://www.youtube.com/watch?v=XH10wgxeCjY>

Anuncios con celebridad

Pokerstars. Cristiano Ronaldo / Mireia Lalaguna. <https://www.youtube.com/watch?v=KP8Zey3kX6g>

Pokerstars Neymar / Sara Sampaio <https://www.youtube.com/watch?v=WiCoVnQx6bg&t=525s>

BET365. José Coronado

<https://www.youtube.com/watch?v=WtudXKKf0dc&list=PLquugrri09lvB2oaOKi1VAxClGvs5rWRW&index=3>

Pokerstars. Ronaldo Nazario

<https://www.youtube.com/watch?v=1r2zKlafLQ&list=PLquugrri09lvB2oaOKi1VAxClGvs5rWRW&index=6>

Pokerstars. Ussain Bolt

<https://www.youtube.com/watch?v=PXg7-ansd1E&list=PLquugrri09lvB2oaOKi1VAxClGvs5rWRW&index=7>

Pokerstars. Rafa Nadal

<https://www.youtube.com/watch?v=KQrThXpdBE0&list=PLquugrri09lvB2oaOKi1VAxClGvs5rWRW&index=9>

Pokerstars. Rafa Nadal

<https://www.youtube.com/watch?v=0rbPw5gG8pQ&list=PLquugrri09lvB2oaOKi1VAxClGvs5rWRW&index=13>

Anuncios con pasión/emoción

<https://www.youtube.com/watch?v=LW3CnbCwhCw>

Anuncios con humor

<https://www.youtube.com/watch?v=KA8CYcoF25I>

Anuncio de validación social (o todos lo hacen)

https://www.youtube.com/watch?v=2uGv_eCjGPA

William Hill. Estes donde estás

<https://www.youtube.com/watch?v=WtudXKKf0dc&list=PLquugrri09lvB2oaOKi1VAxClGvs5rWRW&index=3>

Sesión 4

Los demás, yo y el juego

Justificación

La *presión de grupo* es la influencia que sobre una persona ejercen individuos cercanos y de características similares para que adopte los comportamientos del grupo.

Cuando el juego de apuestas está normalizado en el grupo de referencia, este adquiere una utilidad social. El hablar de apuestas y comentar experiencias propias o ajenas ofrece un marco social que favorece la interacción grupal y promueve la cohesión. La adherencia del grupo de iguales a la cultura de apostar fomenta la construcción de un escenario favorable, donde la conducta de apuestas se normaliza y se refuerza socialmente. Por consiguiente, la *presión de grupo* consiste en la influencia social ejercida por los iguales que anima directa o indirectamente a la experimentación o el mantenimiento del juego de apuestas. La influencia de los iguales incluye factores indirectos, tales como la percepción de la conducta de los iguales, “La mayoría de mis amigos apuestan”, y las normas implícitas y hábitos que tiene el grupo sobre el juego de apuestas, “Es lo que solemos hacer los domingos por la tarde”. Por otra parte, se incluye la presión directa de los iguales (persuasión), y la importancia de la socialización y la conformidad en los grupos.

La *presión de grupo* presenta cierta similitud con la *percepción normativa*, si bien existen claras diferencias entre ambos que conviene explicar aquí. En ambas influye la percepción de la prevalencia de juego de apuestas (influencia indirecta), de tal suerte que un mayor juego percibido se asocia con una mayor probabilidad de apuestas. Sin embargo, la *presión de grupo* se refiere a las personas cercanas o grupos de referencia. Estas personas o grupos son jóvenes que el adolescente reconoce como amigos, compañeros o iguales. Por su parte, la *percepción normativa* se caracteriza por su dimensión macrosocial, es decir la creencia que tiene el adolescente acerca de la prevalencia de apuestas entre la población de su misma edad o incluso entre la población general.

En esta actividad se explican las funciones de la comunicación, y en particular la comunicación persuasiva. Analizaremos las principales estrategias de persuasión que se dan entre adolescentes y como reaccionar ante ellas. Por parejas se identifican ejemplos de persuasión y se da respuesta a cada uno de ellos a través de la práctica asertiva.

actividad / 4.1 /

¿Cuántos jóvenes crees que juegan?

Factores de riesgo:
Percepción normativa

Curso de aplicación:
A partir de 1er ciclo secundaria

Duración aproximada:
45 minutos



Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción Tiempo 10'

Esta dinámica no precisa que la persona dinamizadora explique conceptos básicos sobre juego de apuestas de forma previa. Como inicio de la actividad, simplemente anunciará que ese día vamos a intentar conocer cuantas personas jóvenes apuestan en nuestro país.

Vamos a intentar conocer cuantas personas jóvenes apuestan en nuestro país

De forma previa, el/la dinamizador/a explica brevemente los conceptos de percepción normativa y validación social, desde la introducción teórica de esta actividad.

Percepción Normativa como sesgo de influencia social a través del principio de *Validación Social* o tendencia a actuar como creemos que hace la mayoría.

Atención Selectiva y como nuestra percepción del mundo varía según nuestra atención.

2. Dinámica 1 Tiempo 15'

El/la dinamizador/a realiza una primera ronda de preguntas sobre porcentajes de prevalencia de juego de apuestas en menores.

Se pregunta en voz alta a toda la clase

En tú opinión, ¿Qué proporción de jóvenes de tú edad crees que juegan a apuestas?

Se aclara que a los efectos de esta actividad entendemos “juegos de apuestas” las apuestas deportivas y los juegos de casino incluidas las máquinas tragaperras ya sea en salones, bares u online.

Mientras, el/la dinamizador/a ha escrito en la pizarra el siguiente cuadro de respuestas:

0 – 10%
10 – 20 %
20 – 30 %
30 – 40 %
40 – 50 %
Más del 50%

Se pide que el alumnado levante la mano de forma ordenada para contabilizar las respuestas de lo/as alumno/as y anote las respuestas en la pizarra.

Objetivos

- *Modificar las creencias normativas (misperception) sobre juego de apuestas*
- *Reconocer que los jugadores no son mayoría*
- *Aportar información veraz acerca de la prevalencia de juego entre adolescentes*
- *Transmitir porcentajes reales sobre actitudes hacia el juego de apuestas en menores*
- *Reducir la intención de juego de apuestas en los menores*

Recursos necesarios:

Personales: Dinamizador/a de la sesión

Materiales:

- Equipo multimedia (ordenador, video-proyector, sistema de sonido)
- Conexión a internet
- Diapositivas gráficas sobre porcentaje de menores que apuestan (ver anexo 1)
- Diapositivas gráficas sobre actitudes de los menores hacia el juego (ver anexo 2)

Aula:

Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Tamaño del grupo. Para facilitar la intervención de todos los participantes el grupo no debería sobrepasar los 20 componentes.

Duración aprox.: 40m

Así, el/la dinamizador/a preguntará (sólo una pregunta-frase a la vez) al alumnado que porcentaje de jóvenes creen que juegan habitualmente a:

- Apuestas deportivas en salones y bares
- Apuestas deportivas online
- Juegos de casino online
- Ruleta
- Póker online

¿Qué porcentaje de jóvenes entre 13 y 17 años ha realizado apuestas deportivas en salones y bares?

¿Qué porcentaje de jóvenes entre 13 y 17 años ha realizado apuestas deportivas de forma online? ¿Qué porcentaje de jóvenes entre 13 y 17 años ha jugado a juegos de casino online?

¿Qué porcentaje de jóvenes entre 13 y 17 años ha jugado a ruleta?

¿Qué porcentaje de jóvenes entre 13 y 17 años ha jugado poker online?

El alumnado consensua una respuesta para cada pregunta, en un máximo de 1 minuto, que se anota en la pizarra

A continuación se pide que levanten la mano los que han jugado a juegos de apuestas en la última semana.

Se recuerda que entendemos por juegos de apuestas las apuestas deportivas y los juegos de casino incluidas las máquinas tragaperras ya sea en salones, bares u online.

El/la dinamizador/a cuenta el número de manos levantadas y calcula el porcentaje, escribiéndolo en una nueva columna en la pizarra.

En ese momento, el/la dinamizador/a compara el porcentaje de manos levantadas a la pregunta de haber jugado en la última semana con el resultado de la encuesta de Percepción Normativa, realizada minutos antes.

Para ello puede fijarse en la categoría que más votos recibió en el grupo-clase o agrupar las dos o tres categorías más votadas en el grupo-clase y estimar la media También puede utilizar los resultados de las encuestas sobre prevalencia de juego en adolescentes ESTUDES que se encuentra en el anexo de esta actividad.

3. Dinámica 2 Tiempo 15'

Respondidas las preguntas, para cada respuesta se muestran los porcentajes encontrados en estudios realizados en nuestro país. Se apoyan estos datos de forma gráfica (ver anexo 1). Posiblemente los porcentajes respondidos por el alumnado se situarán por encima de los datos objetivos, ya que las respuestas del alumnado estarán influidas por las creencias normativas erróneas sobre una mayor prevalencia de juego entre su entorno y por la presencia de noticias en los medios de comunicación.

Una vez comparados los datos, el/la dinamizador/a establece un debate, invitando a reflexionar sobre las diferencias entre la Percepción Normativa y la realidad.

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

El/la dinamizador/a ha de tener en cuenta que con esta actividad, se pretende modificar las creencias normativas y que el menor (jugador) sea consciente de que los porcentajes en cuanto a prevalencia que ellos creen son siempre menores y que la apuesta NO es una conducta tan normal como ellos creen.

El/la dinamizador/a realiza una segunda ronda de preguntas sobre porcentajes de actitudes de los jóvenes hacia el juego

Así, preguntará (sólo una pregunta frase a la vez) al alumnado que porcentaje de jóvenes consideran que en nuestro país:

- Cree que todo el mundo está a favor del juego de apuestas
- Cree que el juego es más divertido cuando se apuesta
- Cree que el juego de apuestas es inofensivo
- Cree que el juego de apuestas es perjudicial
- Cree normal que jóvenes de su edad apuesten en bares y salones de juego

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que todo el mundo está a favor del juego de apuestas?

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que el juego es más divertido cuando se apuesta?

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que el juego de apuestas es inofensivo?

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que el juego de apuestas a favor del juego de apuestas?

15'

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que el juego es más divertido cuando se apuesta?

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que el juego de apuestas es inofensivo?

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que el juego de apuestas es perjudicial?

¿Cuál es el porcentaje de jóvenes españoles entre 13 y 17 años que cree que es normal que jóvenes de su edad apuesten en bares y salones de juego?

El alumnado consensua una respuesta, en un máximo de 1 minuto, que se anota en la pizarra

Para cada respuesta se muestran los porcentajes encontrados en estudios realizados en nuestro país. Se apoyan estos datos de forma gráfica (ver anexo 2). Posiblemente los porcentajes respondidos por el alumnado en cuanto a actitudes favorables hacia el juego serán mayores de lo que los datos objetivos informan. A la inversa con los porcentajes en cuanto a actitudes desfavorables hacia el juego, ya que las respuestas del alumnado estarán influidas por las creencias normativas erróneas sobre una mayor prevalencia de juego en su entorno y por la presencia de noticias en los medios de comunicación. El/la dinamizador/a ha de tener en cuenta que con esta actividad, se pretende modificar las creencias normativas y que el menor (jugador) sea consciente de que los porcentajes en cuanto a prevalencia que ellos creen son siempre menores y que la apuesta NO es una conducta tan normal como ellos creen. Por eso sus preguntas de reflexión siguientes irán en esta línea.

Finalmente, el/la dinamizador/a lanza unas preguntas finales de reflexión sobre qué es lo normal y qué no lo es (puede hacer paralelismos con el fenómeno del botellón, u otras conductas de riesgo).

Tras haber visto los datos, ¿os sorprende la diferencia entre lo que pensabais 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?

4. Conclusiones **Tiempo 5'**

Cuando las preguntas de reflexión son respondidas y como explicación final, conviene que el/la dinamizador/a resuma y destaque que considerar el juego de apuestas como una conducta normal es uno de los factores que influye en que los menores apuesten más. Si el/la dinamizador/a, debe subrayar que el porcentaje de menores que apuesta es bajo, y debe desmitificar cualquier creencia normativa (mis-perception), apoyándose en los datos objetivos que presentará

En ese momento, el/la dinamizador/a remata la sesión con la conclusión de que lo normal a esa edad adolescente NO es apostar, pasando a leer la conclusión final.

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 creáis.

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 crean 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.

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 creáis.

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 crean 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 consumen alcohol u otras drogas o recurren al juego de apuestas para divertirse. Son un porcentaje minoritario. La mayoría de personas no apuestan ni tienen intención de hacerlo

actividad
/ 4.2 /

Cuando los/las demás apuestan

Factores de riesgo:

Presión de grupo.

Influencia del grupo de amigo/as para apostar

Factores de protección:

Pensamiento independiente.

Asertividad.

Respeto

Curso de aplicación:

2º ciclo secundaria

Bachiller

Duración aproximada:

35 minutos



Objetivos

Tomar conciencia de que las presiones de amigos/as y compañeros/as pueden influir en nuestras decisiones

Identificar los mecanismos o tácticas de influencia

Practicar respuestas asertivas a la presión.

Promover el pensamiento independiente

Recursos necesarios:

Personales: Dinamizador/a de la sesión

Materiales:

- Equipo multimedia (ordenador, video-proyector)
- Hoja de estrategias persuasivas (ver anexo)

Aula:

Posibilidad de formar grupos. Sillas no ancladas al suelo.

Tamaño del grupo:

Para facilitar la intervención de todos los participantes el grupo no debería sobrepasar los 20 componentes.

Desarrollo de la sesión

Secuencia de pasos Comentarios y acciones del/la dinamizador/a

1. Introducción **Tiempo 10'**

Saludo inicial.

Presentación los objetivos de la actividad. Comentar la dinámica con el fin de motivar a los participantes.

Explicar las funciones de la comunicación y remarcar que la persuasión es una de ellas. Para abreviar, se pueden explicar las siguientes funciones:

- 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. Generalmente esta función se da en relaciones jerárquicas, como por ejemplo, un/a jefe/a o líder/esa, profesorado, familiares mayores, expertos/as en un área determinada, oficiales de policía, jueces y juezas, figuras gubernamentales, entre otros/as.

Cuando otra persona quiere que hagamos algo suele utilizar tácticas persuasivas. Algunas veces las utiliza de forma consciente para conseguir su interés. Otras veces lo hace sin darse cuenta.

2. Dinámica individual **Tiempo 10'**

A continuación se realiza el ejercicio 1

La persona dinamizadora pide al grupo que identifique estrategias o tácticas de influencia entre las personas de su edad (¿cómo se convencen y presionan unos/as a otros/as los grupos de amigos/as y conocidos/as?)

La persona dinamizadora anota en la pizarra las estrategias. En el Anexo1 se incluye un listado que puede ayudar a completar las respuestas de los/as participantes.

Una vez acabado el primer ejercicio, se trabajará en pareja. A cada pareja se le entrega el Anexo 1 para que en el siguiente ejercicio todos/as trabajen con el mismo documento.

3. Dinámica 2. Por parejas **Tiempo 10'**

Por parejas, la persona dinamizadora pide que redacten dos frases de ejemplo de cada una de las estrategias.

Se deja unos minutos al alumnado para que cada pareja redacte las frases y a continuación, cada pareja de forma voluntaria o a demanda del dinamizador/a lee en voz alta una o dos frases.

En ese momento, la persona dinamizadora pregunta al grupo-clase:

¿Cómo podemos actuar cuando sentimos que nos quieren persuadir?

Y propone el siguiente método:

1. Escuchar lo que nos proponen.

¿Qué pretende la persona que trata de persuadirte?

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

¿Qué te dice?

¿Qué validez tienen sus argumentos?

El tono. Dedicar un segundo a atender a tus emociones. ¿Te sientes bien con la forma en que te habla?

Las consecuencias. ¿Qué consecuencias tendrá para ti lo que te propone? ¿Qué podría pasar si accedes a lo que te propone?

2. Definir mi posición.

Ante una propuesta o invitación podemos adoptar una de las siguientes tres 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 sentía 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?

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”.

4. Dinámica 3. Por parejas **Tiempo 10'**

Una vez explicado este método, se pasa al ejercicio 3, en el que cada pareja completa respuestas asertivas ante las tácticas persuasivas.

La persona dinamizadora pone un ejemplo de respuesta ante las tácticas persuasivas, y pide que por parejas completen la columna 3 (Ejemplos de persuasión) y la 4 (Respuesta) del Anexo 1.

La persona dinamizadora organiza un breve juego para la puesta en común de las fichas de trabajo.

Así, selecciona al azar un/a chico/a y le pide que diga en voz alta una frase de la primera casilla de la columna 3, es decir un ejemplo de uso de la ridiculización como estrategia persuasiva.

Todos/as atentos/as porque uno/a de vosotros/as dirá en voz alta una frase de comunicación persuasiva, y a continuación quien yo elija tendrá que darle respuesta

El alumno/a elegido/a (el/la persuasor/a) lee en voz alta la frase para intentar convencer al otro.

La persona dinamizadora señala entonces al azar a otro/a alumno/a y le pide la réplica con la respuesta que han escrito con anterioridad.

A continuación, pide dos o tres respuestas más. Antes de pasar a la siguiente estrategia.

5. Reflexión y conclusiones **Tiempo 10'**

Finalmente, de nuevo por parejas, se escribe una reflexión.

La persona dinamizadora sugiere algunas ideas para ello.

Escribid una reflexión sobre la actividad de hoy, por ejemplo:

- Podéis pensar como os sentís cuando te intentan convencer de algo que tú no quieres hacer.

- O intentad contestar a estas preguntas:

*¿Porque la gente quiere convencer a los demás?
¿Lo hacen por su propio interés, o por el interés del otro?.*

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.		

Conclusiones

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

Respetar y hazte respetar. Quien te critica porque no estás de acuerdo con su opinión, no respeta tu opinión. ¿Es esto propio de un/a amigo/a, o más bien de alguien que quiere controlarte?

Responsabilidad. Una vez hayas tomado una decisión y actúes en consecuencia no vale decir que lo hiciste porque te lo dijeron otros/as.

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

LA PERSUASIÓN *versión para la persona dinamizadora*

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.	Bah, déjalo es un/a miedica. No tiene ni idea de apuestas... Apostar es para valientes... y tú eres un cobarde	No tengo que demostrarte nada.
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.	¿Es que no te atreves o qué? Eres el único que todavía no lo ha hecho.. Solo ganan lo/as que se atrevenn.	Es que no me gusta regalar mi dinero. No veo donde está la valentía en el juego de apuestas.
Adular.	Halagar o agasajar para que la persona se sienta más capaz de hacer lo que se le pide.	Venga tío/tía. Con la suerte que tienes, seguro que te toca. Si tú apostarás serías todavía más vacilón/a	La suerte es saber que si te metes en esas cosas acabas desplumado/a..
Amenazar.	Advertir de que se procurará que hallan consecuencias negativas en caso de que no acceda a la solicitud..	Nosotros/as vamos a apostar, sino quieres venir puedes quedarte solo/a Después no vengas pidiendo que te paguemos las consumiciones...	Tengo cosas más interesantes que hacer. Espero que no seas tú el/la que no acabe pidiendo dinero.
Prometer recompensas.	Advertir de que se procurará que hallan consecuencias positivas en caso de que acceda a la solicitud.	Venga vamos a medias y con lo que nos toque nos pegamos un fiestón. Venga vente a apostar y mañana hacemos lo que tu digas.	No quiero que tú hagas lo que yo diga, lo que quiero es que cada uno haga lo que le apetezca.
Insistir.	Repetir la solicitud.	Venga hombre , ámate. Lo hacemos todos, pruébalo	¿Qué parte de N O , no te has enterado? ¿Te lo digo en chino (Méiyu la) para que te enteres?
Engañar.	Decir medias verdades o mentiras sobre la conducta solicitada y sus consecuencias.	Se gana casi siempre, pruébalo Si ganas, te pagan 10 veces lo que apuestes..	¿Tú te crees todo lo que te cuentan? Nadie regala nada.

Cuestionario



A continuación, encontrarás una serie de preguntas, léelas con atención y contéstalas con sinceridad. El cuestionario es TOTALMENTE ANÓNIMO. No escribas tu nombre, tan solo indicarás una clave. No se trata de un test. No hay respuestas correctas o erróneas. Si no encuentras una respuesta que encaje exactamente con tu opinión marca la más próxima. Muchas gracias por tu participación.

Comienza indicando tu CLAVE ANÓNIMA, que se compone de 4 LETRAS Y 2 NÚMEROS.

Primera letra del nombre de MI PADRE _____ Primera letra del nombre de MI MADRE _____ ,

Las 2 primeras letras de MI NOMBRE: _____ El día de MI CUMPLEAÑOS _____.

1.- Sexo: Hombre. Mujer.

3.- ¿En qué curso estás actualmente?:
 3º ESO 4º ESO 1º BAC 2º BAC FPB / CFGM

2.- Edad: _____ (Años cumplidos)

	Totalmente NO						Totalmente SI					
¿Tienes intención de jugar a juegos de apuestas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Tienes planeado apostar on-line próximamente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si tuvieras la oportunidad ¿Querrías entrar en un salón de juego?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS ¿CUÁNTOS DÍAS HAS JUGADO A APUESTAS?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Más de 10 veces (escribe cuántas)
¿Apuestas deportivas on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Apuestas deportivas en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Máquinas tragaperras en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Póker on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Póker con amigos en persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Juegos de casino on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Ruletas en salones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS ¿CUÁNTOS EUROS CALCULAS QUE HAS GASTADO EN ...	0	1-3	4-6	7-15	16-30	31-50	51-70	+70
¿Apuestas deportivas on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Apuestas deportivas en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Máquinas tragaperras en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Póker on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Póker con amigos en persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Juegos de casino on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Ruletas en salones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES ¿Con qué frecuencia has apostado en los últimos 12 meses?	Nunca	1 vez al mes	2-4 al mes	2-3 veces por semana	4-5 veces por semana	6 o más por semana
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuánto tiempo has dedicado a apostar en un día normal en el que apostaste en los últimos 12 meses?	< 30 minutos	30 minutos 1 hora	1 -2 Horas	2 - 3 horas	Más de 3 horas
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Con qué frecuencia has estado más de 2 horas seguidas apostando en los últimos 12 meses?	Nunca	Menos de una vez al mes	Mensualmente	Semanalmente	Diariamente
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	SI	NO
¿Has mentido alguna vez a tu familia o amigos sobre la cantidad de dinero que has gastado en el juego?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Has sentido alguna vez la necesidad de apostar más dinero del que tenías planeado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En relación a la publicidad sobre juego de apuestas en general, indica tu grado de acuerdo con las siguientes frases	Muy en desacuerdo	En Desacuerdo	No sé	De acuerdo	Muy de acuerdo
1. Los anuncios de apuestas me parecen divertidos o interesantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Me gusta ver u oír este tipo de anuncios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Me molestan los anuncios de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Cuando veo estos anuncios me apetece jugar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Me parece bien la publicidad de juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Estos anuncios convencen a los jóvenes para que apuesten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. La publicidad sobre juego utiliza técnicas de manipulación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. En general, creo que estos anuncios son engañosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Los anuncios de juego de apuestas dicen la verdad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Prefiero ignorar este tipo de anuncios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Recuerdo los anuncios de apuestas que he visto u oído	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Recuerdo las marcas o casas de apuestas que se anuncian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. La frecuencia con que veo u oigo publicidad de apuestas es excesiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁS DE ACUERDO CON ESTAS FRASES?	Muy en desacuerdo	En Desacuerdo	No sé	De acuerdo	Muy de acuerdo
1. Sabría a dónde dirigirme si quisiera apostar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Sería fácil jugar a juegos de apuestas aunque sea menor de edad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Conozco webs dónde podría jugar a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Podría jugar a juegos de apuestas desde casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. La mayoría de la gente está a favor de los juegos de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Se acepta que los jóvenes de mi edad jueguen a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. El juego es más divertido cuando se apuesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. La legislación actual penaliza el juego de apuestas en menores de 18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Los menores de edad NO pueden entrar en un salón de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. La ley debería ser más dura con los menores que apuestan dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. El juego de apuestas es perjudicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Considero que el juego de apuesta es inofensivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Creo que el juego de apuestas es peligroso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. La mayoría de los jóvenes que apuestan acaban endeudados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Algunos jóvenes acaban perdiendo el control sobre sus apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. La mayoría de los jóvenes de mi edad ha jugado alguna vez a juegos de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. El juego de apuestas es muy frecuente entre la gente de mi edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. La mayoría de los jóvenes de mi edad NUNCA ha apostado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Es normal ver jugar en salones de juego o bares a gente de mi edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Mis padres me previenen sobre los riesgos de jugar con apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Mis padres se enfadarían si se enterasen que juego a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Mis padres aceptan que yo haga apuestas deportivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Si mi padre me pillase apostando, se enfadaría bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Si mi madre me pillase apostando, se enfadaría bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Mis padres consideran que el juego de apuestas es perjudicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Mis padres prefieren mantenerse alejados del juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CUANDO HAS JUGADO A JUEGOS DE APUESTAS, LO HAS HECHO.....	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1. Porque es lo que la mayoría de mis amigos hacen cuando se reúnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Para socializar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Porque es algo que hago en ocasiones especiales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Porque hace que una reunión social sea más entretenida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Porque me gusta cómo me hace sentir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Porque es excitante.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Porque es divertido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Porque me hace sentir bien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Porque me siento con más confianza o más seguro de mí mismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Porque me ayuda cuando me siento nervioso o deprimido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Para olvidar mis preocupaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Para sentirme mejor cuando estoy de mal humor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Para ganar dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Porque disfruto pensando qué cosas podría hacer con lo que gane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Porque si gano podría cambiar mi estilo de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Para generar dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

RESPECTO A LOS JUEGOS DE APUESTAS, CREO QUE...	Nunca	Pocas veces	Algunas veces	A menudo	Siempre
1. Cuando apuesto en APPS, webs o casas de apuestas, hay cosas que YO puedo hacer para incrementar la probabilidad de ganar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. En los juegos de apuestas las probabilidades de que un resultado ocurra son las que son, y no se puede hacer nada para cambiarlas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Las APPS, webs o casas de apuestas manipulan las probabilidades del juego a su favor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. A la larga, apostar un mayor número de veces siempre favorece a la APP, web o casa de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Existen unas leyes de probabilidad, que generalmente los apostadores desconocen u olvidan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Algunas cosas extrañas que crees que nunca ocurrirán en tu vida son más probables que ganar en algunos juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Existen maneras o trucos para ganar en el juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ganar depende más de la buena suerte que de las leyes de probabilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. En el juego, es más probable que un resultado que lleva tiempo sin suceder ocurra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. En el juego, es más probable que un resultado que lleva tiempo ocurriendo, siga sucediendo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por último, te damos un espacio para que puedas escribir cualquier observación o sugerencia sobre las sesiones en las que has participado

HAS TERMINADO. MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN.



A continuación, encontrarás una serie de preguntas, léelas con atención y contéstalas con sinceridad. El cuestionario es TOTALMENTE ANÓNIMO. No escribas tu nombre, tan solo indicarás una clave. No se trata de un test. No hay respuestas correctas o erróneas. Si no encuentras una respuesta que encaje exactamente con tu opinión marca la más próxima. Muchas gracias por tu participación.

Comienza indicando tu CLAVE ANÓNIMA, que se compone de 4 LETRAS Y 2 NÚMEROS.

Primera letra del nombre de MI PADRE _____ Primera letra del nombre de MI MADRE _____ ,

Las 2 primeras letras de MI NOMBRE: _____ El día de MI CUMPLEAÑOS _____ .

1.- Sexo: Hombre. Mujer.

3.- ¿En qué curso estás actualmente?:

3º ESO 4º ESO 1º BAC 2º BAC FPB / CFGM

2.- Edad: _____ (Años cumplidos)

	Totalmente NO					Totalmente SI				
¿Tienes intención de jugar a juegos de apuestas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Tienes planeado apostar on-line próximamente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si tuvieras la oportunidad ¿Querrías entrar en un salón de juego?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Más de 10 veces (escribe cuántas)
¿CUÁNTOS DÍAS HAS JUGADO A APUESTAS?												
Apuestas deportivas on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apuestas deportivas en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Máquinas tragaperras en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Póker on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Póker con amigos en persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Juegos de casino on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruletas en salones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS	0	1-3	4-6	7-15	16-30	31-50	51-70	+70
¿CUÁNTOS EUROS CALCULAS QUE HAS GASTADO EN ...								
Apuestas deportivas on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apuestas deportivas en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Máquinas tragaperras en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Póker on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Póker con amigos en persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Juegos de casino on-line	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruletas en salones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES	1 vez al mes		2-4 al mes		2-3 veces por semana		4-5 veces por semana		6 o más por semana	
¿Con qué frecuencia has apostado en los últimos 12 meses?	Nunca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuánto tiempo has dedicado a apostar en un día normal en el que apostaste en los últimos 12 meses?	< 30 minutos	30 minutos 1 hora	1 -2 Horas	2 - 3 horas	Más de 3 horas
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Con qué frecuencia has estado más de 2 horas seguidas apostando en los últimos 12 meses?	Nunca	Menos de una vez al mes	Mensualmente	Semanalmente	Diariamente
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	SI	NO
¿Has mentido alguna vez a tu familia o amigos sobre la cantidad de dinero que has gastado en el juego?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Has sentido alguna vez la necesidad de apostar más dinero del que tenías planeado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En relación a la publicidad sobre juego de apuestas en general, indica tu grado de acuerdo con las siguientes frases	Muy en desacuerdo	En Desacuerdo	No sé	De acuerdo	Muy de acuerdo
1. Los anuncios de apuestas me parecen divertidos o interesantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Me gusta ver u oír este tipo de anuncios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Me molestan los anuncios de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Cuando veo estos anuncios me apetece jugar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Me parece bien la publicidad de juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Estos anuncios convencen a los jóvenes para que apuesten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. La publicidad sobre juego utiliza técnicas de manipulación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. En general, creo que estos anuncios son engañosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Los anuncios de juego de apuestas dicen la verdad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Prefiero ignorar este tipo de anuncios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Recuerdo los anuncios de apuestas que he visto u oído	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Recuerdo las marcas o casas de apuestas que se anuncian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. La frecuencia con que veo u oigo publicidad de apuestas es excesiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁS DE ACUERDO CON ESTAS FRASES?	Muy en desacuerdo	En Desacuerdo	No sé	De acuerdo	Muy de acuerdo
1. Sabría a dónde dirigirme si quisiera apostar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Sería fácil jugar a juegos de apuestas aunque sea menor de edad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Conozco webs dónde podría jugar a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Podría jugar a juegos de apuestas desde casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. La mayoría de la gente está a favor de los juegos de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Se acepta que los jóvenes de mi edad jueguen a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. El juego es más divertido cuando se apuesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. La legislación actual penaliza el juego de apuestas en menores de 18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Los menores de edad NO pueden entrar en un salón de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. La ley debería ser más dura con los menores que apuestan dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. El juego de apuestas es perjudicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Considero que el juego de apuesta es inofensivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Creo que el juego de apuestas es peligroso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. La mayoría de los jóvenes que apuestan acaban endeudados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Algunos jóvenes acaban perdiendo el control sobre sus apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. La mayoría de los jóvenes de mi edad ha jugado alguna vez a juegos de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. El juego de apuestas es muy frecuente entre la gente de mi edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. La mayoría de los jóvenes de mi edad NUNCA ha apostado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Es normal ver jugar en salones de juego o bares a gente de mi edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Mis padres me previenen sobre los riesgos de jugar con apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Mis padres se enfadarían si se enterasen que juego a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Mis padres aceptan que yo haga apuestas deportivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Si mi padre me pillase apostando, se enfadaría bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Si mi madre me pillase apostando, se enfadaría bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Mis padres consideran que el juego de apuestas es perjudicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Mis padres prefieren mantenerse alejados del juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CUANDO HAS JUGADO A JUEGOS DE APUESTAS, LO HAS HECHO.....	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1. Porque es lo que la mayoría de mis amigos hacen cuando se reúnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Para socializar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Porque es algo que hago en ocasiones especiales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Porque hace que una reunión social sea más entretenida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Porque me gusta cómo me hace sentir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Porque es excitante.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Porque es divertido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Porque me hace sentir bien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Porque me siento con más confianza o más seguro de mí mismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Porque me ayuda cuando me siento nervioso o deprimido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Para olvidar mis preocupaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Para sentirme mejor cuando estoy de mal humor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Para ganar dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Porque disfruto pensando qué cosas podría hacer con lo que gane	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Porque si gano podría cambiar mi estilo de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Para generar dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

RESPECTO A LOS JUEGOS DE APUESTAS, CREO QUE...	Nunca	Pocas veces	Algunas veces	A menudo	Siempre
1. Cuando apuesto en APPS, webs o casas de apuestas, hay cosas que YO puedo hacer para incrementar la probabilidad de ganar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. En los juegos de apuestas las probabilidades de que un resultado ocurra son las que son, y no se puede hacer nada para cambiarlas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Las APPS, webs o casas de apuestas manipulan las probabilidades del juego a su favor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. A la larga, apostar un mayor número de veces siempre favorece a la APP, web o casa de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Existen unas leyes de probabilidad, que generalmente los apostadores desconocen u olvidan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Algunas cosas extrañas que crees que nunca ocurrirán en tu vida son más probables que ganar en algunos juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Existen maneras o trucos para ganar en el juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ganar depende más de la buena suerte que de las leyes de probabilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. En el juego, es más probable que un resultado que lleva tiempo sin suceder ocurra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. En el juego, es más probable que un resultado que lleva tiempo ocurriendo, siga sucediendo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO

A continuación, encontraras algunas preguntas sobre el programa de prevención en el que has participado durante las últimas semanas. Por favor, contesta de forma sincera a todas ellas, porque tu opinión nos permitirá mejorar el programa

	<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>En Desacuerdo</i>	<i>No sé</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>
1. Es necesario realizar programas de prevención como éste.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Con intervenciones como esta se consigue que los jóvenes juguemos menos a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Me ha ayudado a desarrollar una visión más crítica sobre el juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Las personas que han aplicado el programa han sido claras en sus explicaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Las personas que han aplicado el programa han mantenido mi interés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Las personas que han aplicado el programa han respondido las dudas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Los contenidos del programa me parecen actuales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Los ejemplos y ejercicios me han ayudado a comprender los riesgos del juego de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Se han tratado todos los temas que me interesan en relación al juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. El programa ha sido dinámico y divertido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. El programa ha sido participativo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. En general, ha sido interesante participar en este programa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Estoy satisfecho con la actividad realizada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. La actividad ha sido una pérdida de tiempo para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Me hubiera gustado que durara más tiempo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Volvería a participar en un programa similar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por último, te damos un espacio para que puedas escribir cualquier observación o sugerencia sobre las sesiones en las que has participado

HAS TERMINADO. MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amey, B. (2001). *People's participation in and attitudes to gaming, 1985-2000: Final results of the 2000 Survey*. Wellington, New Zealand: Department of Internal Affairs
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Alonso Sanz, C., Salvador Llivina, T., Suelves Joanich, J.M., Jiménez García-Pascual, R. y Martínez Higuera, I. (2004). *Prevención de la A a la Z*. Centro de Estudios sobre Promoción de la Salud. Madrid
- APA (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5ª Ed.) (DSM-V)*. Washington, DC: American Psychiatric Association
- Becoña, E. (1997). Pathological gambling in Spanish children and adolescents: An emerging problem. *Psychological Reports*, 81, 275-287.
- Becoña, E., y Gestal, C. (1996). El juego patológico en niños del 2º ciclo de EGB. *Psicothema*, 8, 13-23.
- Becoña, E., Míguez, M.C., y Vázquez, F.L. (2001). *El juego problema en los niños de Galicia*. Madrid: Sociedad Española de Psicopatología Clínica, Legal y Forense
- Berkowitz, A. D. (2004). *The social norms approach: Theory, research, and annotated bibliography*.
- Binde, P. (2009). Exploring the impact of gambling advertising: An interview study of problem gamblers. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 7, 541-554. <http://dx.doi.org/10.1007/s11469-008-9186-9>
- Binde, P. (2014). *Gambling advertising: A critical research review*. London: The Responsible Gambling Trust.
- Blaszczynski, A. y Nower, L. (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. *Addiction* 97(5), 487-499
- Blinn-Pike, L., Worthy, S. L., y Jonkman, J. N. (2010). Adolescent Gambling: A Review of an Emerging Field of Research. *Journal of Adolescent Health*, 47, 223-236. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.05.003
- Carbonell, E J. y Montiel, I (2013). *El juego de azar online en los nativos digitales*. Valencia: Tirant Humanidades
- Calado, F., Alexandre, J. y Griffiths, M.D. (2017). Prevalence of Adolescent Problem Gambling: A Systematic Review of Recent Research. *Springer*. 22(2), 397-424.
- Canale, N., Griffiths, M. D., Vieno, A., Siciliano, V., y Molinaro, S. (2016). Impact of internet gambling on problem gambling among adolescents in Italy: Findings from a large-scale nationally representative survey. *Computers in Human Behavior*, 57, 99-106. doi:10.1016/j.chb.2015.12.020
- Caselles, P., Cabrera-Perona, V., Lloret Irlles, D. (2018). Prevalencia del juego de apuestas en adolescentes. Un análisis de los factores asociados. *Health & Addictions*, 18(2), 165-173.
- Chalmers, H., & Willoughby, T. (2006). Do predictors of gambling involvement differ across male and female adolescents? *Journal of Gambling Studies*, 22, 373-392. doi:10.1007/s10899-006-9024-6
- Chóliz, M. (2006). *Adicción al Juego de Azar*. Universidad de Valencia.
- Chóliz, M. (2016). The challenge of online gambling: The effect of legalization on the increase in online gambling addiction. *Journal of Gambling Studies*, 32, 749-756.
- Cialdini, R. (1984). *Influence. The Psychology of Persuasion*. New York, NY: William Morrow e Company.
- Clarke, D. (2006). Impulsivity as a mediator in the relationship between depression and problem gambling. *Personality and Individual Differences*, 40 (1), 5-15.
- Clemens, F., Hanewinkel, R. y Morgenstern, M. (2016). Exposure to Gambling Advertisements and Gambling Behavior in Young People. *Journal of Gambling Studies*, 33, 1-13. DOI 10.1007/s10899-016-9606-x
- de la Villa Moral Jiménez, M., Rodríguez Díaz, F.J. y Sirvent Ruiz, C. (2006) Factores relacionados con las actitudes juveniles hacia el consumo de alcohol y otras sustancias psicoactivas. *Psicothema*, 18 (1), 52-58
- Dechant, K. (2014). Show Me the Money: Incorporating Financial Motives into the Gambling Motives Questionnaire. *Journal of Gambling Studies*, 30, 949-965.
- Dechant, K., y Ellery, M. (2011). The effect of including a monetary motive item on the gambling motives questionnaire in a sample of moderate gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 27, 331-344.
- Derevensky, J. (2012). *Teen gambling: Understanding a growing epidemic*. New York: Rowman & Littlefield Publishing.
- Derevensky, J.L., Gainsbury, S.M. (2016). Social casino gaming and adolescents: Should we be concerned and is regulation in sight? *International Journal of Law and Psychiatry*, 44, 1-6. DOI: 10.1016/j.ijlp.2015.08.025.
- Derevensky, J. L., Sklar, A., Gupta, R., Messerlian, C., Laroche, M., y Mansour, S. (2007). *The effects of gambling advertisements on child and adolescent gambling attitudes and behaviors*. Montreal, Canada: International Centre for Youth Gambling Problems and High-Risk Behaviors.
- Dirección General de ordenación del Juego (2015), Estudio sobre la prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España. Ministerio de Hacienda y Función Pública. España.
- Dirección General de ordenación del Juego (2016). *Memoria anual 2016*. Ministerio de Hacienda y Función Pública. España.
- Dirección General de ordenación del Juego (2017). *Memoria anual 2018*. Ministerio de Hacienda y Función Pública. España.
- Dixon, R.W., Youssef, G.J., Hasking, P., Yucel, M., Jackson, A.C., y Dowling, N. A. (2016). The relationship between gambling attitudes, involvement, and problems in adolescence: examining the moderating role of coping strategies and parenting styles. *Addictive Behaviors*, 58, 42-46. doi: 10.1016/j.addbeh.2016.02.011
- Domínguez, A. (2009). Epidemiología y factores implicados en el juego patológico. *Apuntes de Psicología*, 27(1), 3-20.
- Donati, M. A., Primi, C., y Chiesi, F. (2014). Prevention of problematic gambling behavior among adolescents: Testing the efficacy of an integrative intervention. *Journal of Gambling Studies*, 30(4), 803-818. doi:10.1007/s10899-013-9398-1.
- Dowling, N.A., Merkouris, S.S., Greenwood, C.J., Oldenhof, E., Toumbourou, J.W., Youssef, G.J. (2017). Early risk and protective factors for problem gambling: a systematic review and meta-analysis of longitudinal studies. *Clinical Psychology Review*, 51, 109-124. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cpr.2016.10.008>
- Dowling, N. A., Lorains, F. K., y Jackson, A. C. (2015). Are the profiles of past-year internet gamblers generalizable to regular Internet gamblers?. *Computers in human behavior*, 43, 118-128
- Drakeford, B.P. y Hudson, M. (2015). Mobile Gambling: Implications of Accessibility. *Journal of Research Studies in Business & Management*, 1(1), 3-28.

- Dussault, F., Brendgen, M., Vitaro, F., Wanner, B. & Tremblay, R. E. (2011). Longitudinal links between impulsivity, gambling problems and depressive symptoms: a transactional model from adolescence to early adulthood. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 52, 130–138
- Echeburúa, E. y Fernández-Montalvo, J. (1997). *Manual práctico de juego patológico*. Madrid: Pirámide.
- Engel, R., Bechtold, J., Kim, Y. & Mulvaney, E. (2013). Beating the Odds: Preparing Graduates to Address Gambling-Related Problems. *Journal of Social Work Education*, 48 (2), 321-335.
- ESPAD Group (2016). ESPAD Report 2015: Results from the European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. doi: 10.2810/289970
- Floyd, K., Whelan, J.P., y Meyers, A.W. (2006). Use of warning messages to modify gambling beliefs and behavior in a laboratory investigation. *Psychology of Addictive Behaviors*, 20(1), 69-74.
- Fortune, E. y Goodie, A. (2012). Cognitive distortions as a component and treatment focus of pathological gambling: A review. *Psychology of Addictive Behaviors*, 26(2), 298-310. doi: 10.3758/BF03206327
- Gainsbury, S.M (2015). Online gambling addiction: The relationship between internet gambling and disordered gambling. *Current Addiction Reports*, 2(2), 185–193. DOI: 10.1007/s40429-015-0057-8.
- Gainsbury, S.M., Russell, A., Hing, N., Wood, R., Lubman, D. & Blaszczynski, A. (2015). How the Internet is Changing Gambling: Findings from an Australian Prevalence Survey. *Journal of Gambling Studies*, 31 (1), 1-15.
- Gainsbury, S., Russell, A., Hing, N., Wood, R., y Blaszczynski, A. (2013). The impact of Internet gambling on gambling problems: A comparison of moderate-risk and problem Internet and non-Internet gamblers. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27(4), 1092–1101. García, 2015
- González-Roz, A., Fernández-Hermida, J. R., Weidberg, S., Martínez-Loredo, V., & Secades-Villa, R. (2016). Prevalence of Problem gambling among adolescents: a comparison across modes of access, gambling activities, and levels of severity. *Journal of Gambling Studies*, 33 (2), 371–382 DOI: 10.1007/s10899-016-9652-4
- Gonzalvo, I., Estévez, A. & Herrero, D. (2014). Situación actual del juego con dinero en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 39 (3), 57-68
- Griffiths, M. (2003). Internet gambling: Issues, concerns, and recommendations. *CyberPsychology & behavior*, 6(6), 557-568.
- Gupta, R., y Derevensky, J. L. (1998). Adolescent Gambling Behavior: A Prevalence Study and Examination of the Correlates Associated with Problem Gambling. *Journal of Gambling Studies*, 14, 319-345. doi: 10.1023/A:1023068925328
- Haines, M. y Spear, S.F. (1996) Changing the Perception of the Norm: A Strategy to Decrease Binge Drinking among College Students. *Journal of American College Health*, 45 (3)
- Hibell B., Guttormsson U., Ahlström S., Balakireva O., Bjarnason T., Kokkevi A. & Kraus L. (2012) *The 2011 ESPAD Report*. The Swedish Council for Information on Alcohol and other Drugs (CAN). Stockholm.
- Hing, N., Cherney, L., Blaszczynski, A., Gainsbury, S.M. y Lubman, D.I. (2014) Do advertising and promotions for online gambling increase gambling consumption? An exploratory study. *International Gambling Studies*, 14 (3) 394-409, DOI:10.1080/14459795.2014.903989
- Jacobs, D. F. (2000). Juvenile gambling in North America: An analysis of long term trends and future prospects. *Journal of Gambling Studies*, 16(2–3), 119–152.
- Jacobsen, L., Knudsen, A., Krogh, A., Pallesen, S., y Molde, H. (2007). An overview of cognitive mechanisms in pathological gambling. *Nordic Psychology*, 59(4), 347-361. doi: 10.1027/1901-2276.59.4.347
- Johnson, MB. (2012) Experimental test of social norms theory in a real-world drinking environment. *Journal Studies Alcohol Drugs*, 73(5):851-9.
- Keen B., Blaszczynski, A., & Anjoul, F. (2017). Systematic review of empirically evaluated school-based gambling education programs. *Journal of Gambling Studies*, 33. 301-325. doi: 10.1007/s10899-016-9641-7
- Khazaal, Y., Chatton, A., Achab, S. Monney, G., Thorens, G., Dufour, M., Zullino, D., Rothen, S. (2016). Internet gamblers differ on social variables: a latent class analysis. *Journal of Gambling Studies*. DOI: 10.1007/s10899-016-9664-0
- King D, Delfabbro P, Griffiths M. (2010) The convergence of gambling and digital media: Implications for gambling in young people *Journal Gambling Studies*, 26(2):175–87.
- Kong, G., Tsai, J., Pilver, C.E., Sim, H., Hoff, R.A., Cavallo, D., et al. (2013). Differences in gambling problem severity and gambling and health/functioning characteristics among Asian-American and Caucasian high-school students. *Psychiatry Res.* 210(3), 1-16.
- Ladouceur, R., y Walker, M. (1996). A cognitive perspective on gambling. In: Salkovskis, P.M. (ed.), *Trends in cognitive-behavioural therapies* (pp. 89-120). New York: John Wiley & Sons.
- Lang et al, 2004
- Lee, H. S., Lee Lemanski, J. L., y Jun, J. W. (2008). Role of gambling media exposure in influencing trajectories among college students. *Journal of Gambling Studies*, 24,25–37
- Lee, G. P., Stuart, E. A., Jalongo, N. S., & Martins, S. S. (2014). Parental monitoring trajectories and gambling among a longitudinal cohort of urban youth. *Addiction*, 109, 977–985. DOI:10.1111/add.12399
- Lewin, K. (1936). *Principles of topological psychology* (F. Heider & G. M. Heider, Trans.). McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1037/10019-000>
- Lewis, M.A., Litt, D.M., Blayney, J.A., Lostutter, T.W., Granato, H., Kilmer, J.R. y Lee, C.M. (2011) They drink how much and where? Normative perceptions by drinking contexts and their association to college students' alcohol consumption. *Journal of Studies in Alcohol and Drugs*, 72 (5), 844-53.
- Li, S., Zhou, K., Sun, Y., Rao, L. L., Zheng, R., y Liang, Z. Y. (2010). Anticipated regret, risk perception, or both: Which is most likely responsible for our intention to gamble? *Journal of Gambling Studies*, 26(1), 105-116.
- Lookatch S.J., Dunne, E.M. y Katz, E.C. (2012) Predictors of Nonmedical Use of Prescription Stimulants. *Journal of Psychoactive Drugs*, 44, 86-91. DOI:10.1080/02791072.2012.662083
- Lund, I. (2009). Gambling Behaviour and the Prevalence of Gambling Problems in Adult EGM Gamblers when EGMs are Banned. A Natural Experiment. *Journal of Gambling Studies*, 25(2), 215-225.
- Lloret, D., Cabrera, V. (2019). Prevención del juego de apuestas en adolescentes: Ensayo piloto de la eficacia de un programa escolar. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 6(3), 1-7. DOI: 10.21134/rpcna.2019.06.2.1
- Lloret, D., Cabrera, V., Castaños, A. et al. (2016). estudio Juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante. Diputación de Alicante. Recuperado de <http://www.pnsd.msssi.gob.es/profesionales/publicaciones/catalogo/bibliotecaDigital/publicaciones/BDMenoresyDrogas.htm>
- Lloret, D., Cabrera, V., Castaños, A., Segura, J.V., Antón, M.A. y Caselles, P. (2018). *El juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante II. Estudio longitudinal de los hábitos de juegos de apuestas y los predictores psicosociales*. Informe técnico. Diputación de Alicante.
- Lloret, D., Cabrera, V. & Núñez, R. (2018). Diseño y validación de la escala EDGAR-A (Early Detection of Gambling Abuse Risk - Adolescents). *IV International Congress of Clinical and Health Psychology on Children and Adolescents*. Palma, España.
- MacLaren, V. V., Fugelsang, J. A., Harrigan, K. A., y Dixon, M. J. (2012). Effects of impulsivity, reinforcement sensitivity, and cognitive style on pathological gambling symptoms among frequent slot machine players. *Personality and Individual Differences*, 52(3), 390-394.
- McBride, J. & Derevensky, J. (2009). Internet Gambling Behavior in a Sample of Online Gamblers. *International Journal of Mental Health & Addiction*, 7 (1), 149-167. 19. DOI: 10.1007/s11469-008-9169-x.
- McCormack, A., G.W. Shorter & M.D. Griffith. 2013. Characteristics and predictors of problem gambling on the internet. *International Journal of Mental Health and Addiction* 11(6), 634-657.
- Miller, N. E., & Dollard, J. (1962). *Social learning and imitation: By Neal E. Miller and John Dollard*. New Haven: Yale Univ. Press.

- Molinaro, S., Canale, N., Vieno, A., Lenzi, M., Siciliano, V., Gori, M. & Santinello, M. (2014). Country and individual-level determinants of probable problematic gambling in adolescence: a multi-level cross-national comparison. *Addiction*, *109*, 2089–2097 DOI:10.1111/add.12719
- Nower y Blaszczynski, (2004). The pathways model as harm minimization for youth gambles in educational settings. *Child and Adolescent Social Work Journal*, *21*(1)
- OMS (2018). *Clasificación Internacional de Enfermedades. Undécima revisión.*
- Ólason, D.T., Kristjansdóttir, E., Einarsdóttir, H., Haraldsson, H., Bjarnason, G. & Derevensky, J. (2011). Internet Gambling and problem gambling among 13 to 18 year old adolescents in Iceland. *Journal Mental Health Addiction*, *9*, (3), 257-263. doi: 10.1007/s11469-010-9280-7.
- Oliva, A. (2004). La adolescencia como riesgo y oportunidad. *Infancia y aprendizaje*, *27* (1), 115-122.
- Orford, J. (2005). "Complicity on the river bank: The search for truth about problem gambling: Reply to the commentaries". *Addiction*, *100* (9), 1235-1239. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2005.01219.x>
- Page, R.M., Ihasz, F., Hantiu, I., Simonek, J., Klarova, R. (2008) Social normative perceptions of alcohol use and episodic heavy drinking among Central and Eastern European adolescents. *Substance Use and Misuse*, *43* (3-4), 361-373
- Parhami, I., Davtian, M., Hanna, K., Calix, I., y Fong, T. W. (2012). The implementation of a telephone-delivered intervention for Asian American disordered gamblers: A pilot study. *Asian American Journal of Psychology*, *3*(3), 145-159. doi: 10.1037/a0029799
- Pitt H, Thomas SL, Bestman A, Stoneham M, Daube M. (2016). "It's just everywhere!" Children and parents discuss the marketing of sports wagering in Australia. *Aust N Z J Public Health*, *40*(5), 480–486.
- Potenza, M.N., Wareham, J.D., Steinberg, M.A., Rugle, L., Vavallo, D.A., Krishnan-Sarin, S. & Desai, R.A. (2011). Correlates of at-risk/problem internet gambling in adolescents. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*. *50* (2), 150-159.
- Quinlan, C.K, Goldstein, A.L., y Stewart, S.H. (2014) An investigation of the link between gambling motives and social context of gambling in young adults, *International Gambling Studies*, *14*, 1, 115-131, DOI: [10.1080/14459795.2013.855252](https://doi.org/10.1080/14459795.2013.855252)
- Ricijas, N. Hundric, D.D. & Huic, A. (2016). Predictors of adverse gambling related consequences among adolescent boys. *Children and Youth Services Review*, *67*, 168-176. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2016.06.008>
- Ruiz-Pérez, J. I. y López-Pina, J. A. (2016). Evaluación psicométrica de una escala de distorsiones cognitivas sobre los juegos de azar en una muestra nacional de estudiantes colombianos. *Revista Colombiana de Psicología*, *25*(2), xx-xx. doi: 10.15446/rcp.v25n2.45375
- Rush, B., Veldhuizen, S. y Adlaf, E. (2007). Mapping the prevalence of problem gambling and its association with treatment accessibility and proximity to gambling venues. *Journal of Gambling Issues, Health and Addictions*, Vol. 18, No.2, 20, 193-213. DOI: <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2007.20.6>
- Shaffer, H. J., Hall, M. N., y Vander Bilt, J. (1997). *Estimating the prevalence of disordered gambling behavior in the United States and Canada: a meta-analysis*. MA: Harvard Medical School: Division on Addictions.
- Shaffer, H.J., LaBrie, R.A. & LaPlante, D. (2004). Laying the Foundation for Quantifying Regional Exposure to Social Phenomena: Considering the Case of Legalized Gambling as a Public Health Toxin. *Psychology of Addictive Behaviors*, *18* (1), 40–48 DOI: 10.1037/0893-164X.18.1.40
- Shaffer, H. J., y Shaffer, P. M. (2014). Psychiatric Epidemiology, Nosology and Treatment: Considering Internet Gambling. *Psychiatric Annals*, *44*(8), 371
- Shead, N.W., Derevensky, J.L. y Gupta, R. (2010). Risk and protective factors associated with youth problem gambling. *International journal of adolescent medicine and health*, *22*(1) 39.
- Spurrier, M., y Blaszczynski, A. (2014). Risk perception in gambling: A systematic review. *Journal of Gambling Studies*, *30*(2), 253-276.
- Spurrier M., Blaszczynski. A. & Rhodes. P. (2015) Gambler Risk Perception: A Mental Model and Grounded Theory Analysis. *Journal of Gambling Studies*. *31*:887–906. DOI 10.1007/s10899-013-9439-9
- Stewart, S. H., & Zack, M. (2008). Development and psychometric evaluation of a three-dimensional gambling motives questionnaire. *Addiction* *103*, 1110–1117. DOI: 10.1111/j.1360-0443.2008.02235.x
- Storer, J., Abbott, M. y Stubbs, J. (2009). Access or adaptation? A meta-analysis of survey of problem gambling prevalence in Australia and New Zealand with respect to concentration of electronic gaming machines. *International Gambling Studies*, *9* (3), 225-244.
- Tolman, E. C. (1932). Purposive behavior in animals and men. Century/Random House UK.
- Vachon, J., Vitaro, F., Wanner, B., & Tremblay, R. E. (2004). Adolescent gambling: Relationship with parent gambling and parenting practices. *Psychology of Addictive Behaviors*, *18*, 398–401. DOI:10.1037/0893-164X.18.4.398
- Vitaro, F., Arseneault, L., y Tremblay, R. E. (1997). Dispositional predictors of problem gambling in male adolescents. *American Journal of Psychiatry*, *154*, 1769-1770. doi: 10.1176/ajp.154.12.1769
- Wanner, B., Vitaro, F., Ladouceur, R., Brendgen, M., & Tremblay, R. E. (2006). Joint trajectories of gambling, alcohol and marijuana use in adolescence: A person and variable-centered developmental approach. *Addictive Behaviors*, *31*, 566–580. DOI:10.1016/j.addbeh.2005.05.037
- Welte, J.W., Barnes, G.M., Tidwell, M-C.O., & Hoffman, J.H. (2009). Legal gambling availability and problem gambling among adolescents and young adults. *International Gambling Studies*, *9* (2), 89-99.
- Williams, R.J., y Connolly, D. (2006). Does learning about the mathematics of gambling change gambling behavior? *Psychology of Addictive Behaviors*, *2*(1), 62–68.

QTJ?
QUÉ TE
JUEGAS 