TRABAJO DE FIN DE GRADO

LA LUDOPATÍA Y LAS CASAS DE APUESTAS

Autor: Víctor García – Rayo Pradas

Tutor: María de los Ángeles Alonso González

Grado en Periodismo

Facultad de Comunicación

UNIVERSIDAD DE SEVILLA 2018/2019

Índice

1. Justificación del trabajo… 2

2. Objetivos… 3

3. Marco teórico 4

4. Metodología 7

5. Fuentesconsultadas… 9

6. Bibliografía 11

7. Anexo…… 13

1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

Este año 2020 pasará a la historia por la pandemia del Coronavirus. Antes de que esta enfermedad afectara a todo el mundo, la profesora María de los Ángeles Alonso y yo decidimos hablar de otra pandemia que estaba mejor aceptada socialmente: la ludopatía, y cómo las casas de apuestas están fomentando que esta enfermedad se propague con mucha facilidad.

Mi interés por el periodismo deportivo ha provocado que me interese en la publicidad sobre las casas de apuestas, que cada vez tiene más presencia en los medios de comunicación. Algunas cosas que pueden crear adicción como el tabaco, las drogas o el alcohol tienen reguladas sus presencias en los medios, algo que no sucede al mismo nivel en las casas de apuestas a pesar de que también pueden ser muy perjudiciales para los consumidores.

Además, al trabajar en un medio de comunicación y tener compañeros de profesión en otras empresas periodísticas, he visto cómo la crisis del COVID19 ha parado los ingresos en las casas de apuestas, ya que casi todos los eventos deportivos han sido cancelados o pospuestos. Esto ha provocado que las casas de apuestas dejen de publicitarse en los medios, que muchos de estos medios perdieran una gran cantidad de sus ingresos y acabasen obligados a tener que hacer un ERTE.

La dependencia de los medios de información deportiva de las casas de apuestas es bastante significativa, y teniendo en cuenta que fomentan la ludopatía, me parece que no es ético que haya tanta cantidad de este tipo de publicidad.

Por lo tanto, el tema de este Trabajo de Fin de Grado me parece interesante porque trata sobre algo que está en la calle y que es un problema que está siendo silenciado por los medios de comunicación, que en gran parte son cómplices de la situación.

2. OBJETIVOS

Dentro de este trabajo nos hemos propuesto investigar sobre los métodos de captación de clientes por parte de las casas de apuestas. Teniendo en cuenta la incidencia que están teniendo en la sociedad, también queremos contactar con algunos periodistas para debatir sobre la importancia de la publicidad de las casas de apuestas en los medios de comunicación, sobre todo a nivel económico.

Otro de los principales objetivos de este trabajo es conocer el alcance de la ludopatía a nivel mundial y, especialmente, dentro de Andalucía. Por último, intentaremos indagar en el motivo por el que este tipo de negocio triunfa especialmente entre las clases obreras de la sociedad.

3. MARCO TEÓRICO

Este trabajo de fin de grado (TFG) consiste en un reportaje periodístico sobre las casas de apuestas y su incidencia en la sociedad.

Un reportaje es un género periodístico que apareció en España a mitades del siglo XX por la necesidad de los periodistas de investigar en las causas, los antecedentes y la contextualización de un acontecimiento noticioso. Es decir, ir más allá de la información. Los primeros reportajes aparecieron en revistas estadounidenses en la década de los 50, especialmente en *Time*.

Según Emil Dovifat (1959), el reportaje es una representación vigorosa, emotiva, llena de colorido y vivencia personal de un suceso por parte del reportero que busca por sí mismo esos acontecimientos. Según Cebrián Herreros (1992), es el género de los géneros, ya que incluye encuestas, entrevistas y noticias.

José Javier Muñiz (1994) afirma que el reportaje indaga, describe, explica, relata, interpreta y compara y que eso requiere más espacio y más tiempo que una noticia normal. Álex Grijelmo (1998) considera que el reportaje es un texto informativo con ambiente, color y aspecto descriptivo con un carácter más literario que noticioso. Por otro lado, Martín Vivaldi (1987) lo diferencia de la noticia por la libertad expositiva de la que goza el periodista para hacerlo.

Sonia Parrat (2003) define al reportaje como un género periodístico de extensión variable en el que se suele ahondar e incluso, explicar y analizar, hechos actuales pero no necesariamente noticiosos, cuyo autor goza de una mayor libertad estructural y expresiva, y que generalmente se publica firmado y acompañado de fotografías e infografías.

Un reportaje debe incluir cifras, contextualización, antecedentes y testimonios. No tiene por qué ser un hecho de actualidad, su tratamiento es con mayor profundidad y en muchas ocasiones trata temas de una forma atemporal, aunque siempre necesita una simbología de la actualidad para, a partir de ahí, tratarlo con la profundidad que merece. Es decir, un reportaje tiene una caducidad mucho más larga que una noticia. Su estilo es distinto, mucho más creativo que el de una noticia y permite escoger el enfoque, estilo y estructura que mejor considere según el tipo de texto o la temática.

La función del reportaje sería la que ubicamos en el segundo nivel de la información. No

contiene opinión, sólo datos analizados y bien contextualizados.

Dentro de la estructura del reportaje lo primero que podemos destacar es la importancia del titular, normalmente de carácter creativo y que tiene como objetivo que llame la atención o invite a la lectura. Para lograr esto se suele usar diferentes recursos lingüísticos, como la metáfora o la hipérbole. Además, es importante que se realice de forma que distinga con el de una noticia. Después del titular, habría que destacar la entradilla, que es un pequeño párrafo que debe ser atractivo para poder atraer al lector, normalmente, destacando algo relevante del reportaje. Tras la entradilla vendría el cuerpo de texto, la parte del reportaje de mayor extensión y por último, un desenlace final.

La extensión de este género es variable, pero como mínimo es la ampliación de una noticia. Tiene un lenguaje flexible y una estructura más libre y compleja y puede aportar diferentes enfoques según sea el punto de vista del periodista. Además, permite a su autor mayor libertad expositiva y la oportunidad de desarrollar un estilo propio.

En cuanto a las fuentes, es muy importante la relación que el periodista tenga con las mismas, sobre todo a la hora de marcar la diferencia con otros medios. Las fuentes podrían aportar al reportaje mucha riqueza, en primer lugar, porque suma mucha información al contenido del mismo, en la mayoría de los casos, más especializadas que el propio periodista, y en segundo lugar, porque puede aportar diferentes puntos de vista al trabajo.

Podemos destacar varios tipos de fuentes en función de diferentes puntos de vista. En primer lugar, teniendo en cuenta su exclusividad. Las fuentes exclusivas son las más difíciles de obtener, aunque aportan mucha credibilidad al reportaje, además de información privilegiada. Por otro lado, las fuentes compartidas son las que proporcionan mayor cantidad de información, aunque llegan a todos los medios. Si tenemos en cuenta la actitud de la fuente, podemos destacar los siguientes tipos: fuente espontánea, que acude al medio por iniciativa propia para ofrecer su información, fuente resistente, que pone muchos obstáculos para poder recibir información, fuente abierta, que facilita el trabajo del periodista, aunque sea él quien tenga que acercarse a consultar la información, fuente ávida, que acude al medio para aportar información que favorezcan sus intereses, y fuente compulsiva, que es la toma la iniciativa e intenta obligar al medio a comunicar su información.

También habría que hablar de las fuentes documentales, que son aquellos documentos a los que el periodista puede acceder para informarse. Dentro de este tipo podríamos destacar las fuentes documentales primarias, que serían los textos originales, es decir los libros, tesis doctorales etc, las fuentes documentales secundarias, que son documentos basados en las

fuentes primarias, como los análisis o síntesis, o las fuentes documentales terciarias, que son las que incluyen elementos de fuentes documentales secundarias como podrían ser algunas revistas especializadas o los anuarios.

Existen varios tipos de reportaje según su tema de interés y podríamos distinguir las siguientes modalidades: de interés humano, centrado en una persona o en una colectividad, de interés social, relacionado con la cultura o el funcionamiento de los servicios de una comunidad, de interés noticioso, relacionado con una hecho concreto que puede ser reciente o no y puede haber estado o no recogido en noticias anteriores, de opiniones, basados en las consideraciones que un hecho merezca a determinadas personas, o de interés didáctico, que explica cómo es el funcionamiento y el origen de algo. Además de estos tipos más comunes, también se pueden encontrar reportajes dinámicos, estáticos o de investigación.

Respecto al proceso de elaboración de un reportaje, la primera decisión que habría que tomar sería el tema de dicho reportaje. La mejor forma de hacerlo es elaborar un listado con diferentes opciones y acabar eligiendo en función de la viabilidad y el público al que será dirigido. Una vez seleccionado el tema habría que proceder a recopilar fuentes que puedan aportar información sobre el tema que se ha elegido. Las fuentes tendrán que ser tanto personas como fuentes documentales. Después de haber recopilado esas fuentes habría que jerarquizar toda la información que se ha cosechado y llevar a cabo el proceso de las entrevistas. El siguiente paso sería la planificación, estructuración y redacción del reportaje, en la que habría que darle sentido a todo y elaborar un reportaje de la mejor forma posible. Por último, se revisaría todo el reportaje y se chequearían todas las informaciones que se han compartido en el trabajo final.

Con la llegada de los nuevos medios de comunicación, el formato de reportaje se adaptó a otros medios como la radio, la televisión o internet. Además, ha dado lugar al documental, un nuevo género periodístico que surgió del reportaje de actualidad en la televisión.

El que está dentro de este Trabajo de Fin de Grado es de interés social y de interés noticioso, ya que abarca un tema como el de las casas de apuestas que es algo que está generando muchas noticias actualmente pero desde un punto de vista social, porque investiga sobre el impacto que está causando en la gente.

4. METODOLOGÍA

Lo primero que hice para trabajar en este TFG fue documentarme sobre la ludopatía. En primer lugar, leí informes médicos en la página de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y multitud de noticias relacionadas con este asunto.

Para profundizar en este tema, me puse en contacto con dos profesores universitarios y licenciados en psicología, Manuel Vázquez Marrufo y Manuel Salgado Fernández. Además de las entrevistas, les pedí que me aconsejaran alguna web en la que buscar más información y accedí a *amalajer.org*, la página web de la Organización de Jugadores de Azar en Rehabilitación de Málaga. En este portal encontré mucha información que me ha servido para documentarme y para reflejarla en el reportaje.

Después busqué a personas que pudieran hablarme directamente sobre el funcionamiento de las casas de apuestas. En primer lugar, contacté con varias empresas, pero ninguna quiso concederme ninguna información. Por otro lado, hablé con un antiguo compañero de la carrera, que ya se graduó y que comentó en muchas ocasiones que era un consumidor habitual de las webs de apuestas. Él me explicó cómo funcionaban las casas de apuestas y me ayudó a crearme una cuenta propia para ver cómo era el proceso.

Tal y como explico en el reportaje, el proceso es muy sencillo y a pesar de que ahora mismo apenas hay eventos deportivos, la aplicación que instalé me daba la posibilidad de jugar con dinero en competiciones semiprofesionales de países de Sudamérica.

También conseguí acceder a una fuente que ha tenido muchos problemas con el juego, conseguí su contacto a raíz de uno de los psicólogos que entrevisté. Hablando con él me pidió que no publicara su nombre real, por lo que el que aparece en el reportaje es falso. Sospecho que el pseudónimo que me dio es su segundo nombre y su segundo apellido. En cualquier caso, me explicó cómo fue su proceso de entrada a este tipo de juegos y cómo acabó ocasionándole muchos problemas.

Investigando en internet descubrí que existía ASEJER (Asociación Sevillana de Jugadores de Azar), contacté con ellos por su página web y rápidamente me facilitaron el teléfono de José Jiménez, su presidente, que me atendió sin ningún problema.

Para el apartado de "Las casas de apuestas y los medios de comunicación", contacté con

compañeros de *Cadena SER*, *Diario As*, *ElDesmarque* y *Marca*. Todos coincidían en que unas declaraciones negativas sobre este tipo de negocios podría comprometer su puesto de trabajo, así que no me quisieron atender. En cambio, Toni Padilla, Eduardo Gil y Marcos Gumiel no tuvieron ningún problema en darme sus opiniones. Con el primero contacté por redes sociales y luego por correo. Con el segundo por teléfono.

Las fotos las he obtenido de la agencia *EFE*, esta agencia tiene permiso para fotografiar en el interior de locales de juegos de azar o de casas de apuestas, algo que para mí ha sido imposible conseguir.

5. FUENTES CONSULTADAS:

- Marcos Gumiel: Este periodista de DAZN es una de las voces de la Premier League en nuestro país. A sus 25 años es uno de los principales narradores de esta compañía y suele estar presente en los eventos deportivos más importantes de esta plataforma relacionados con el fútbol y el baloncesto. Teniendo en cuenta que su empresa no tiene relación ni patrocinio con ninguna casa de apuestas, me pareció que podría dar una opinión sincera sobre esta problemática, y así lo fue.
- Eduardo Gil: Con más de 30 años de carrera es uno de los periodistas más veteranos de la ciudad de Sevilla. Después de pasar por medios como la COPE u ONDA CERO actualmente es el jefe de deportes de Canal Sur Radio. Su empresa, al igual que DAZN no mantiene relación con las casas de apuestas y tal y como se le ha podido escuchar alguna vez a él mismo en antena, es una persona muy crítica con la relación que está manteniendo los medios de comunicación con la ludopatía. Conocedor de su forma de pensar, decidí contactar con él para poder incluir su testimonio en mi reportaje.
- Toni Padilla: Este periodista colabora en multitud de medios, especialmente de Barcelona. Además, forma parte de la dirección de la revista Panenka, que contiene mucha publicidad de casas de apuestas. A pesar de eso, ha sido crítico con la situación, aunque menos que sus compañeros.
- Rubén Sánchez: Este hombre es el portavoz de FACUA, y acudí a él para poder darle otro punto de vista al reportaje. En concreto, con él pude hablar sobre las soluciones que está llevando a cabo este organismo para poder combatir el problema de la ludopatía.
- José Fernández: Bajo un nombre falso, este hombre me atendió para hablar sobre los problemas que está teniendo él relacionados con el juego. Fue muy complicado encontrar a alguien que quisiera hablar, pero “José” accedió tras saber que no saldría su nombre oficial y que su testimonio podría concienciar a otras personas para que no cometieran sus errores.
- Manuel Salgado: Este psicólogo colabora con varios medios y está especializado con la psicología deportiva. En algunos medios se ha mostrado muy crítico con el

problema de la ludopatía y las casas de apuestas. Contacté con él para darle otro punto de vista y conocer cuál es la relación con la ludopatía y los eventos deportivos.

- Manuel Vázquez Rufo:Para darle un punto de vista más científico a mi reportaje hablé con este profesor de la facultad de psicología, que me ayudó a empezar el trabajo y poder contextualizar sobre lo que es la ludopatía, sus posibles soluciones y los problemas que puede ocasionar.
- José Jiménez: Este hombre trabaja en ASEJER, una empresa que ayuda con los problemas de la ludopatía en Sevilla. Decidí hablar con él para saber en qué punto se encuentra esta ciudad en cuanto a las soluciones en relación a esta problemática y cómo trabaja su entidad.

6. BIBLIOGRAFÍA

ENLACES DE CONSULTA:

- Dirección general de ordenación del juego (2020). Recuperado de: https://www.ordenacionjuego.es/
- Codere (2018). Anuario del juego en España. Recuperado de: https://www.grupocodere.com/informe-anual-2018/index.html#p=19
- Amalajer (2020). Estadísticas sobre el número de ludópatas en España. Extraídos de: http://amalajer.org/index.php/265-icuantos-somos-ludopatas-en-espana-400000-personas
- BOJA (2019). Regulación sobre las casas de apuestas en Andalucía: https://www.juntadeandalucia.es/boja/2019/247/1
- Stoke City (2020). Dirección del club. Recuperado de: https://www.stokecityfc.com/club/directory/
- ASEJER (2020). Datos e información sobre la ludopatía, concretamente, en Sevilla: http://www.asejer.es/?page_id=18
- Palco 23 (2016). Negociaciones de patrocinio por parte del Stoke City. Recuperado de: https://www.palco23.com/clubes/el-stoke-city-vende-los-naming-rights-de-su-estadio-a-bet365.html
- CCAdicciones (2019). Síntomas de la ludopatía. Extraído de: http://www.ccadicciones.es/los-siete-sintomas-de-la-ludopatia/
- El País (2019). Los ludópatas de internet: jóvenes, competitivos e indefensos: Recuperado de:https://retina.elpais.com/retina/2019/06/11/tendencias/1560253806_604555.html
- EP Data (2020). Datos sobre la ludopatía en España. Extraído de: https://www.epdata.es/datos/juego-online-espana-datos-estadisticas/161
- ABC (2018). Crecimiento de las casas de apuestas en Madrid. Recuperado de: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-casas-apuestas-crecido-636-por-ciento-capital-cinco-anos-201811070141_noticia.html
- La opinión de Murcia (2020). Lucha contra la ludopatía en Murcia. Recuperado de: https://www.laopiniondemurcia.es/cartagena/2020/04/17/ayuntamiento-lucha-aumento-ludopatia-durante/1107671.html

- Diario Crítico (2020). Planes de subvención municipal contra la ludopatía. Extraído de: https://www.diariocritico.com/noticia/57926/noticias/el-ayuntamiento-subvenciona-planes-contra-la-ludopatia.html
- El País (2018). Influencia de los videojuegos en los jóvenes. Recuperado de:https://retina.elpais.com/retina/2018/06/13/tendencias/1528889033_337152.html
- CCAdicciones (2020). Efectos del confinamiento sobre la ludopatía. Recuperado de:http://www.ccadicciones.es/los-efectos-del-confinamiento-sobre-la-ludopatia/
- Consalud (2020). Cifras de la ludopatía durante el confinamiento. Extraído de: https://www.consalud.es/pacientes/especial-coronavirus/confinamiento-dispara-50-atencion-psicologica-ludopatia_78022_102.html
- GOAL (2020). ¿Qué es la operación Oikos? Recuperado de: https://www.goal.com/es/noticias/que-es-la-operacion-oikos/gk5ae6z4kw7t1kk2v5d0r68lz

7. ANEXO

Entrevista a Manuel Salgado Fernández, licenciado en Psicología y colaborador en varios medios como 7TV o CanalSur:

¿En qué consiste la ludopatía?

R: Aunque a nivel de la calle se considera un vicio o una falta de responsabilidad, la realidad es que desde 1980 se estima que la ludopatía es una enfermedad. Inicialmente fue incluida dentro de los trastornos relacionados con la falta del control de los impulsos; sin embargo, en la última revisión del DSM (Manuel Diagnóstico y Estadistico de los Trastornos Mentales) se engloba dentro del apartado de las adicciones, como trastorno adictivo no relacionado con sustancias.

En una época en la que se habla tanto de pandemias…¿Se podría considerar que la ludopatía lo es?

R. La OMS usa el término "pandemia" para explicar que una enfermedad infecciosa se ha extendido a nivel planetario. Aun así, haciendo un uso del concepto y mirando los datos de la presencia de esta enfermedad por todo el mundo, podríamos tomarnos la licencia de usar la expresión.

¿Qué solución tiene?

R: Partamos que no es fácil, porque el ser humano lleva jugando y apostando desde hace siglos, en su afán por competir, por vencer, por dominar. La diferencia es que hoy en día este estilo competitivo, casi genético, se ha convertido en una verdadera lacra social.

La solución podría pasa por:

- Educar a familias y niños para evitar el incremento de número de casos.
- Aumentar el control de acceso de a las casas de apuestas, tanto físicas como online.
- Usar modelos de personajes conocidos justo para vender lo contrario de lo que hacen algunos en la publicidad

- Realizar talleres con jóvenes que ya están o pueden empezar pronto a tener conductas ludopáticas, destacando los testimonios de personas que han pasado por esta experiencia.
- Dotar a la salud mental pública de más recursos para acometer el abordaje terapéutico de más enfermos.

¿Por qué hay últimamente más casas de apuestas sobre todo en barrios más humildes?

R: Son las personas que disponen de menos recursos económicos y, lejos esto de ser un protector para evitar la tentación del juego, los sitúa en el grupo de riesgos por el deseo de dar un giro de 180 º a sus vidas y salir de la situación de pobreza en la que se encuentran.

¿Qué tienen las casas de apuestas, y las apuestas en general, que atrae tanto?

R: La publicidad de este negocio está muy estudiada. Desde los estímulos físicos, tanto visuales como auditivos; los beneficios a corto plazo al tener "una buena racha"; la imagen que algunos famosos ofrecen de lo que significa apostar y la falsa sensación de control sobre la conducta de apuesta ("yo dejo de jugar cuando quiera")

En los medios de comunicación está regulada la publicidad sobre el tabaco o sobre el alcohol. ¿Debería regularse la publicidad sobre casas de apuestas?

R: Es uno de los puntos que comentaba sobre las actuaciones para reducir el número de casos de personas con ludopatía, pero haciendo sólo esto la eficacia será casi nula.

Entrevista a Manuel Vázquez Rufo, profesor titular del Área de Psicobiología del Dpto de Psicología Experimental de la Universidad de Sevilla

¿En qué consiste la ludopatía?
R: La definición más sencilla sería, inclinación psicológica a los juegos de azar. Es decir, la persona tiene un impulso difícilmente controlable por jugar.

En una época en la que se habla tanto de pandemias.. ¿Podríamos permitirnos la licencia de considerar la ludopatía una pandemia?
R: El concepto de pandemia se emplea según la OMS en enfermedades infecciosas por organismos. Por tanto, la ludopatía no cumple con esa premisa, aunque los comportamientos de las personas pueden influir sobre los nuestros, es decir, en parte hay un cierto "contagio",

pero no obviamente por un organismo.

¿Qué solución tiene?
R: Esto corresponde más con un experto en Psicología Clínica, pero existen sin duda terapias desde la psicología que pueden ayudar a que el individuo la supere.

¿Por qué hay últimamente más casas de apuestas sobre todo en barrios más humildes?
R: En esto no soy un experto pero es cierto que uno de los mensajes ocultos en las casas de apuestas es poder hacer dinero rápido y fácilmente, lo que es precisamente una necesidad en zonas humildes. Por tanto, esos mensajes calan más en esos barrios.

¿Qué tienen las casas de apuestas, y las apuestas en general, que atrae tanto?
R: Como te comentaba, hay un apartado de necesidad económica que puede estar detrás de ello. Por otro lado, cuando uno gana en esos juegos produce una descarga de neurotransmisores relacionados con el refuerzo (dopamina). Esto supone una experiencia placentera. Existen otras posibles causas como puede ser vivir experiencias al límite, por ejemplo, apostando mucho dinero que en caso de que no salga bien, nos metería en problemas.

En los medios de comunicación está regulada la publicidad sobre el tabaco o sobre el alcohol.

¿Debería regularse la publicidad sobre casas de apuestas?
R: Yo creo que sí. Estos negocios desde mi punto de vista tocan aspectos de la condición humana que pueden derivarse en problemas graves para las personas. La información tal y como se ha realizado en el tabaco y el alcohol serían muy adecuadas para tratar de garantizar en la mayor medida de lo posible un uso responsable e incluso tratar de evitar de manera personal participar en los mismos.

5.1. Entrevista con Toni Padilla, Jefe de Deportes del diario Ara, miembro fundador de Panenka, profesor, colaborador en BeinSports, GOLTV, RAC 1, Catalunya Radio, J Sports, cadena COPE tyFot-li Pou:

Me he permitido la licencia de etiquetar a la ludopatía como la otra gran pandemia de este año. Dentro de mi investigación he comprobado como el alcohol o el tabaco están supeditados en términos publicitarios a unas restricciones que no tienen las casas de apuestas, cuyos esloganes y mensajes publicitarios hacen ver al consumidor que puede ganar dinero de una forma muy fácil. Este mensaje está calando en los barrios más desfavorecidos y causando problemas económicos muy grandes. Con esta situación te planteo la siguiente pregunta:

P: ¿Qué parte de culpa tienen los medios de comunicación (normalmente deportivos) en el fomento de la ludopatía a través de su publicidad?

R: Tienen una gran responsabilidad, aunque no sería el único actor en este caso. Las casas de apuestas, entendiendo que podían ganar cada vez más clientes en el mundo del deporte, han practicado una política muy agresiva de publicidad en los medios, aunque también en los clubes deportivos u otros sectores. Eso, sumado a un momento de crisis del modelo de ingresos del periodismo, provocó una presencia anormal de publicidades de apuestas. O sea, demasiadas, normalizando la presencia en nuestro día a día de las casas de apuestas. Delante de este fenómeno, tenemos dos opciones:O los medios deciden por sí mismos limitar su presencia o tiene que ser el estado el que acabe legislando.

Entrevista con Rubén Sánchez, Portavoz de FACUA:

¿Por qué cree que hay tantas casas de apuestas en barrios desfavorecidos? ¿Se expone mucho al consumidor con esta publicidad engañosa?¿Qué propone FACUA para luchar contra esta problemática?

R: Creemos que hay que ser mucho más duros en las medidas que se lleven a cabo sobre casas de apuestas. El Gobierno y el Ministerio de Consumo iban a aprobar una prohibición total a la publicidad del juego y al final se han quedado a medias en ese sentido. Todo ha dado un cambio en cuanto a lo que planteaban Izquierda Unidas y Podemos cuando estaban en la oposición. No hay prohibición total y eso es negativo. Creemos que prohibir completamente la publicidad sería un paso importante. Por otro lado, creemos que comunidades autónomas y ayuntamientos deberían restringir los horarios de apertura de casas

de juegos y que sólo lo puedan hacer en un horario acotado para que no sea tan interesante económicamente abrir tantos salones de juego como se están abriendo. Especialmente en barrios de clase trabajadora, donde saben que pueden enganchar a personas que puedan estar pensando que a través del juego pueden solucionar sus problemas económicos. Este no es un problema de los ricos. Los ricos ganan dinero de otra forma y no se complican con este tipo de apuestas. Son las personas que tienen menos capacidad económica las que acaban enganchadas a esta droga del siglo XXI.

¿Qué papel cree que tienen los medios de comunicación en todo esto?

R: Tienen un papel importante porque son preescriptores, están publicitando enormemente estas casas de apuestas. Es una vía de ingresos reciente para los medios. En los últimos años la publicidad del juego ha provocado un importante nivel de ingresos. Por eso entendemos que la vía de la prohibición publicitaria sería un elemento importante para cortar el fomento de clientes para este sector.

5.2.Entrevista a José Fernández, diagnosticado con ludopatía:

¿Cómo empezaste a apostar?

R: Pues estaba viendo la tele y pensé que una de las promociones que estaban dando era fácil de conseguir. Me metí con un código promocional y tal y ahí empezó todo. La promoción era un poco estafa pero gané dinero y necesitaba acumular mucho más para poder sacarlo, así que lo fui reinvirtiendo. Luego lo que hacía es que sacaba un poco pero siempre dejaba en la cuenta, y otras veces cuando se me acababa ese depósito pues hacia otro ingreso.

¿Cuándo comenzaste a notar que tu situación se complicaba?

R: Cuando se convirtió en mi hobby, en mi forma de mantenerme entretenido. Bueno, y cuando me lo empezaron a comentar mi mujer y mis amigos

¿Gastabas mucho dinero?

R: Sí, pero más o menos he gastado lo mismo que he invertido, y teniendo en cuenta todo el tiempo que he pasado entretenido, pues no sé, me renta.

¿En qué apostabas?

R: Sobre todo le metía dinero al Betis, pero luego con el tiempo encontré una app en la que hacían pronósticos y ahí comencé a hacer apuestas de todo tipo.

¿Cuál ha sido la suma más alta que has invertido?

R: Cien euros creo, pero venía de ganar setenta. Así que realmente invertí treinta. Así de un tirón pues no sabría decirte. Quizás cincuenta o así.

¿Crees que puedes hacer mucho dinero con las apuestas?

R: Si sabes claro, hay gente profesional en esto. De hecho, Gravesen, el que jugó en el Madrid, se fue a Las Vegas y se hizo mucho más ricos.

¿Las apuestas son cosas de ricos entonces?

R: No sólo de ellos, pero los ricos apuestan. Mira los futbolistas o jugadores de tenis.

5.3.Entrevista a Eduardo Gil, periodista de Canal Sur:

¿Cuál es tu opinión sobre las casas de apuestas y su publicidad dentro del periodismo? ¿Crees que fomentan la ludopatía? ¿Cuál crees que sería la solución a toda a esta situación?

Recientemente la sentencia del caso Osasuna ha hecho historia en nuestro país con la primera condena (hasta a nueve implicados) de una trama colectiva de adulteración de la competición por fraude deportivo en toda regla. Son los primeros personajes del fútbol que desfilarán por Alcalá Meco oAlhaurídespués de décadas de maletines que ha padecido el fútbol. Casi nunca revelados periodísticamente, ni documentados judicialmente hasta ahora en nuestro país. También por primera vez en los fundamentos de la sentencia, el tribunal argumenta como delito la prima de un tercero por ganar. Ya no solo es el soborno el delito perseguido (cobrar por dejarse perder) según el nuevo código penal de 2010.

En los mismos fundamentos el tribunal razona la importancia del deporte y de los valores que transmite para nuestra sociedad. Nos viene a decir que si el deporte es trampa, acabaremos haciendo trampa en todo, más o menos.

Por eso, las apuestas son el gran virus que penetra silenciosamente en los clubes, y los medios de comunicación para infectar a los deportistas envenenando el espíritu deportivo y lo que representa. Infecta a la propia competición que es lo que distingue a una sociedad que siempre quiere mejorar. Infecta a la industria del ocio que nos rodea y de la que el deporte es parte importante para fabricar dinero. Hoy la mayoría de plataformas audiovisuales nos ofrecen series y películas con un pacto previo. El espectador sabe que es ficción y como pequeño narcótico lo consume. Sin embargo, el deporte esconde emociones que rozan lo tribal y que han permitido a Europa rivalizar en lo trivial en vez de lo importante. Hasta ahora en que una pandemia la ha puesta a prueba. Los equipos son un sentimiento que no se toca. ¿Qué pasaría si una selección nacional fuera comprada alguna vez? ¿Estallaría una revuelta?

Las películas que más nos gustan suelen ser aquellas basadas en hechos reales, los documentales tienen cada vez más valor porque se aproximan a la verdad. ¿Qué valor tendrá un partido cuyo resultado está inducido por las apuestas? La guardia civil y la policía investigan de paisano tramas de apostadores en todo tipo de deportes y en categorías donde hay menores de edad como el tenis. 500 euros por hacer doble falta en el tercer servicio del segundo set y cosas similares. Para un adolescente de 16 años que sueña con ser profesional

supone poder costearse el próximo alojamiento y seguir competiendo con los mejores. Pero ya está roto. Las mafias le persiguen y le consumen.

Mientras no haya un Gobierno que prohiba las apuestas y proteja a los enfermos de ludopatía en vez de hacer negocio con ellos, el deporte se prostituirá hasta límites insospechados. Mejor no quiero verlo. Ya dijo Luis Aragonés que este país la mitad se levantaba intención de engañar a la otra mitad.

5.4. Entrevista con José Jiménez, presidente de ASEJER

¿Qué es ASEJER?

R: Asejer lleva más de 30 años ayudando a la población de Sevilla y su provincia a superar los problemas con los juegos de azar y las adicciones sin sustancias.

¿Cómo está trabajando ahora mismo?

R: En estos momentos de confinamiento tenemos abiertos 17 grupos de terapia online a los que se conectan unas 145 personas, aunque normalmente cuando estaban activas las terapias presenciales el número de personas que asistía a nuestra asociación era de unas 300.

¿Están protegidos los consumidores de juegos de azar por la ley?

R: Los consumidores de juegos de azar se encuentran indefensos ante la falta de una legislación que regule más seriamente esta actividad, teniendo en cuenta que nuestros jóvenes siguen accediendo al juego y no se controla el acceso al juego online debidamente ni se controla el acceso a las casas de apuestas debidamente, siempre excusándose de la imposibilidad de poner un control adecuado, sin embargo hoy tenemos los medios para controlar hasta el último movimiento de cualquier persona en cuestiones de juego pero no se aplica porque este es un sector que aporta mucho dinero a las arcas de la administración tanto a nivel de nuestra comunidad autónoma como a nivel estatal.

¿Cuántas personas afectadas por la ludopatía hay en Andalucía?

R: En Andalucía hay actualmente más de 36.000 personas auto prohibidas, y no se han inscrito en un registro para que no les permitan el acceso al juego porque sí, sin embargo deben haber al menos otro 30% más que están en proceso de tener problemas graves con los juegos de azar.

¿Ha habido un incremento en los últimos años de locales de casas de apuestas en Andalucía?

R: En los últimos años ha habido un aumento muy grande en el número de casas de apuestas en Andalucía, llegando de las 670 aprox. De 2015 a las 850 aprox. en 2019.

¿Cuál es la solución que propone ASEJER?

R: La falta de una legislación suficientemente protectora para nuestros jóvenes y para todos aquellos auto prohibidos que tienen problemas con el juego pero no siempre la voluntad para abstenerse es la primera de las causas, el no tener limitación de proximidad a los centros escolares y de ocio para los jóvenes, la falta de alternativas de ocio sano, el permitir un número excesivo de licencias para casas de apuestas y máquinas tragaperras simplemente buscando la recaudación de impuestos y no velando por la salud de la población.

Tenemos desde hace mucho tiempo unos fondos insuficientes por parte de la administración y las Asociaciones que nos dedicamos a la ayuda de las personas con este problema estamos al límite de nuestras fuerzas y aportando recursos propios por parte de los voluntarios, que además de dedicar su tiempo a colaborar tienen que poner dinero para el mantenimiento de las sedes porque cada vez las ayudas son menores, la administración dedica la mayoría de sus esfuerzos a otros colectivos porque el Jugador Patológico, a pesar de tener una enfermedad no le cuesta dinero en costosos tratamientos para su salud, quienes realmente la padecen son sus familiares, que tienen que lidiar con una economía inexistente en muchos casos por el endeudamiento del jugador y también con la desestructuración de la familia.

¿Qué opina sobre la publicidad que le hacen los medios de comunicación a las casas de apuestas?

R: En cuanto a la publicidad, el gobierno ha permitido que se emita publicidad a todas horas, pasando a un segundo plano el horario protegido, permitiendo que famosos ídolos deportivos o televisivos realicen campañas para normalizar el juego como algo bueno y divertido, pero la realidad es otra bien distinta y las Asociaciones además de nuestras tareas debemos formarnos en prevención del suicidio porque muchos de nuestros jóvenes han tomado el camino que ellos creían el más fácil para terminar con sus problemas.

5.5. Entrevista a Marcos Gumiel, periodista de DAZN.

¿Qué parte de culpa tienen los medios de comunicación (normalmente deportivos) en el fomento de la ludopatia a través de su publicidad?

R: Los medios de comunicación tienen mucha culpa en este problema. No son el principal culpable, pero si están muy inmersos en el problema.
Sin duda el tratamiento de las casas de apuestas en TV, radio o prensa es muy amable. Se blanquea su actividad y se le da una categoría de entretenimiento que, aunque lo son, excede con mucho la realidad. Nunca veras que se resalte algún aspecto negativo de las casas de apuestas o sus consecuencias en los medios. Los eslóganes del tipo "apuesta y diviértete más" o "potencia tu diversión apostando" están presentes en todas las retransmisiones.

Esto tiene su explicación en la publicidad. En los programas deportivos, de cualquier medio de comunicación, el principal ingreso por publicidad es proveniente de casas de apuestas. Dan tantos beneficios que es difícil renunciar a sus patrocinios.

Honestamente creo que la culpa de los medios es elevadísima. No solo damos visibilidad a el fenómeno de las apuestas de una forma abusiva, si no que trasmitimos la idea de que apostando el deporte es mejor y que hay que apostar en todo, tengas o no conocimientos de ese deporte.
Por último, llama mucho la atención que no haya ni un sólo reportaje o entrevista acerca de la ludopatía en eventos deportivos. Ni uno solo.
Si no hay visibilidad del problema, si se potencia el vivir los eventos deportivos apostando y la sociedad lo asume como un hobby más… el problema solo crecerá.