

# Comunicación Responsable en el Juego de Apuestas



El único juego divertido  
es el juego medido.

#JuegaResponsablemente

## SUMARIO

1. ¿Qué es la comunicación responsable?.....	3
2. ¿Por qué la comunicación es clave?.....	4
3. ¿Comunicación y lenguaje responsable para proteger al público infantil y adulto?.....	5
4. ¿Límites de frecuencia y horarios?.....	5
5. ¿Uso responsable de personajes famosos?.....	5
6. ¿Lenguaje claro, respetuoso y educativo?.....	5
7. ¿Cuidados de una comunicación responsable?.....	5
8. ¿Estrategias de Comunicación para la Prevención de consumo problemático de apuestas?.....	7
9. ¿Prevención de las conductas de juego descontrolado?.....	10
10. Conclusión.....	11

La comunicación responsable es una herramienta estratégica para la prevención de riesgos en el juego de apuestas. Al estructurar mensajes claros, multicanal y evaluados de manera continua, se protege a quienes apuestan, se fomenta una cultura de autocuidado y se fortalece la responsabilidad social del sector.

Esta es una guía rápida con los diez elementos esenciales que toda comunicación, publicidad o marketing de loterías debe seguir.

## 1 Prioriza la Transparencia Total

Informa siempre de manera clara y precisa sobre las reglas, las probabilidades reales de ganar y los riesgos del juego. La honestidad es la base de la confianza del jugador.

## 2 Protege a los Menores y Vulnerables

Queda estrictamente prohibido dirigir cualquier tipo de comunicación a menores de edad. No utilices personajes, celebridades o diseños que puedan atraerlos.

## 3 Comunica el Juego como Entretenimiento, No como Inversión

El mensaje central debe ser el entretenimiento. Nunca presentes el juego como una solución a problemas económicos, una alternativa al trabajo o una forma de salir de deudas. Del mismo modo, los mensajes tienen que llegar al apostador que el valor de la apuesta es el costo por participar en el juego y, si no gana, no fue una pérdida, sino simplemente el precio de la diversión.

## 4 Fomenta Activamente el Autocontrol

Promueve herramientas que permitan a los jugadores establecer sus propios límites de tiempo y pérdidas antes de jugar. La prevención es clave.

## 5 Garantiza el Acceso Fácil a la Ayuda

La información sobre cómo autoexcluirse y dónde encontrar ayuda profesional (líneas telefónicas, centros de apoyo) debe ser visible, accesible y promocionada activamente.

## 6 Utiliza un Lenguaje Claro, Empático y No Engañoso

Evita la jerga técnica. Comunica con empatía y de forma respetuosa, sin generar falsas expectativas sobre el control o las posibilidades de ganar. Los textos deben ser breves y divertidos con elementos visuales.

## 7 No Explore las Debilidades del Jugador

La comunicación no debe aprovecharse de sesgos cognitivos (como la ilusión de control) ni de vulnerabilidades emocionales, como la necesidad de escapar del estrés o la ansiedad.

## 8 Sé Responsable con el Uso de Influencers y Famosos

Maneja con extrema precaución el uso de figuras públicas, especialmente deportistas o ídolos juveniles. Su influencia debe usarse para promover mensajes positivos y responsables. De hecho, deberían desempeñar el papel de traductores del mensaje responsable ante los jóvenes que los idolatran.

## 9 Asegura que Todo tu Equipo y Socios Cumplan las Normas

La responsabilidad es de todos. Capacita a tu personal y exige que las agencias de publicidad y otros socios cumplan estrictamente con tu código de comunicación responsable.

## 10 Mide, Evalúa y Mejora Constantemente

Verifica la efectividad de tus comunicaciones a través de encuestas, auditorías y análisis de datos. El juego responsable es un compromiso de mejora continua.

La comunicación efectiva y responsable es un pilar fundamental en cualquier estrategia de juego responsable. A través de mensajes claros y oportunos, se facilita que quienes juegan comprendan los riesgos, reconozcan comportamientos de falta de control y acceda a herramientas de autocontrol o ayuda en caso de que surjan problemas. Un enfoque de comunicación acertado no solo informa, sino que también sensibiliza, reduce estigmas y promueve actitudes de cuidado propio y de la comunidad en torno al juego.

No podemos olvidar que una de las obligaciones fundamentales de las loterías es educar a la población; ellos son la parte interesada más importante. En este aspecto, las acciones de comunicación de carácter preventivo, se constituyen como un instrumento imprescindible.

Una población educada e informada, en su mayoría, tiende a realizar acciones más sensatas.

## ¿Por qué la comunicación es clave?

### **1- Conciencia y transparencia:**

Comunicar de manera transparente sobre probabilidades de ganancia, reglas de los juegos y límites de gasto ayuda al jugador a tomar decisiones informadas. Cuando la información se presenta de forma honesta y accesible (por ejemplo, en lenguaje sencillo, con ejemplos o infografías), disminuye la ilusión de control o la sobreestimación de posibilidades de éxito.

### **2- Prevención temprana:**

Mensajes preventivos, difundidos con suficiente antelación al inicio de conductas de riesgo, permiten que el jugador reconozca señales de advertencia en sí mismo o en otros. Campañas periódicas —en locales físicos, plataformas en línea, redes sociales o medios impresos— mantienen presente la importancia del autocontrol.

### **3- Reducción de estigma:**

Al hablar abierta y empáticamente sobre los problemas que puede generar el juego (emocionales, financieros, relacionales), se reduce la vergüenza que muchas personas sienten al enfrentar dificultades o al buscar ayuda. Un entorno de comunicación que normalice la conversación sobre límites de juego y problemas evita que quienes apuestan de forma descontrolada se aislen o nieguen la situación.

### **4- Acceso a recursos de ayuda:**

Una comunicación eficaz y responsable debe incluir información clara sobre canales de apoyo: líneas telefónicas de ayuda, servicios de asesoría psicológica, grupos de apoyo, mecanismos de autoexclusión o bloqueo de cuentas, y guías prácticas para familiares y allegados. Difundir regularmente estos recursos facilita que la persona en riesgo los identifique rápidamente cuando los necesite.

### **5- Formación de personal y operadores:**

No solo el público jugador requiere información; también es crucial capacitar al personal de casinos, casas de apuestas, plataformas en línea, todos los operadores de juego y también de comunicación y publicidad que intervienen en el proceso de venta, para que reconozcan señales de comportamiento problemático y actúen con empatía. La comunicación interna (manuales, talleres, protocolos de intervención) asegura que el personal pueda detectar un juego descontrolado, orientar a quien apuesta de forma adecuada, y ofrecer recursos de ayuda cuando corresponda.



# Comunicación y lenguaje responsable para proteger al público infantil y adulto

La comunicación nunca debe estar dirigida a públicos infantiles, esto está totalmente prohibido. No deben utilizarse personajes, celebridades, diseños o sonidos que puedan atraer la mirada infantil.

Para los adultos debe ser cuidadosamente diseñada para evitar influencias negativas que puedan afectar su bienestar, valores y comportamientos. Es fundamental establecer límites claros en la frecuencia y horarios de difusión, así como en el contenido y los personajes utilizados en los mensajes. Para conocer esos límites es importante realizar investigaciones sobre las características de la población en la que nos encontramos, ya que variará en distintos escenarios sociogeográficos.

## Límites de frecuencia y horarios

Para proteger a los apostadores, es recomendable controlar la cantidad de mensajes publicitarios o comunicacionales que reciben durante el día. La sobreexposición puede generar hábitos poco saludables, como el consumo excesivo de productos no recomendados o la adopción de conductas inapropiadas. Además, se deben respetar horarios específicos para la difusión de ciertos contenidos, evitando que mensajes potencialmente perjudiciales se transmitan en franjas horarias donde los niños están más vulnerables, dado el uso masivo por estas generaciones de esos sitios.

## Uso responsable de personajes famosos

Debe evitarse el empleo de personajes famosos, especialmente aquellos muy admirados por los jóvenes. No se recomienda utilizar figuras públicas como deportistas o celebridades para promover sitios de apuestas. Las infancias y adolescencias tienden a imitar a sus ídolos, por lo que mensajes preventivos y responsables pueden ser efectivos.

## Lenguaje claro, respetuoso y educativo

El lenguaje utilizado debe ser claro, respetuoso y adaptado a la comprensión de acuerdo al grupo etario. El lenguaje debe ser informativo y promover la reflexión crítica, evitando el sensacionalismo o la exageración que pueda generar ansiedad o confusión. Toda comunicación debe respetar a todas las personas de cualquier grupo étnico, religioso, entre otras.

## Cuidados de una comunicación responsable.

### Evitar

#### 1 Distorsiones cognitivas y creencias erróneas

- *Ilusión de control*: La tendencia a creer que se puede influir sobre un resultado aleatorio. La comunicación debe aclarar que el azar es impredecible y que no existen “estrategias infalibles”.

- *Sesgo de confirmación*: Interpretar victorias puntuales como prueba de habilidad, ignorando derrotas. Mensajes que expliquen cómo funciona la probabilidad ayudan a equilibrar esta percepción.

- *Creencias mágicas o supersticiones*: Muchas personas apelan a rutinas o rituales para “atraer suerte”. La comunicación responsable debe presentar información basada en datos o ejemplos que muestren que esas prácticas no cambian las probabilidades reales.
- No sostener que las apuestas están exentas de pérdidas económicas.
- No promover conductas que objetivamente conducen a un daño económico.
- No proporcionar información falsa o poco realista sobre la probabilidad de ganancias o rendimientos de las apuestas.
- No deben sugerir que la habilidad puede determinar el resultado de un juego de azar puro.
- No comunicar en ningún momento que el juego permite resolver problemas de orden financiero, personal o social.
- No hacer que el juego y los premios puedan ser vistos como una alternativa al trabajo.

## Alertar

### 2 Aspectos emocionales y psicológicos

- *Búsqueda de escape o alivio emocional*: Algunas personas recurren a las apuestas para evadir estrés, ansiedad o tristeza. Los mensajes deben reconocer la dimensión emocional, ofrecer alternativas de ocio saludable y aconsejar buscar apoyo profesional si quien juega recurre continuamente al juego para lidiar con emociones difíciles.
- *Impulsividad y autorregulación deficiente*: La comunicación puede proporcionar técnicas simples de autocontrol (p. ej., pausas programadas, establecer presupuestos antes de jugar, usar temporizadores) y recordar la importancia de tomarse un tiempo antes de decidir apostar.
- *Autoestima y autoestima fluctuante*: Las pérdidas son el costo que se debe pagar por el juego de apuestas. Explicar que las pérdidas no definen el valor personal y que el juego no debe verse como una forma de validación. Es importante promover la autoestima a través de actividades diversas y saludables.

### 3 Impactos financieros y económicos

- *Endeudamiento y consecuencias económicas graves*: Comunicar sobre establecer límites claros de gasto, planificar el presupuesto y no usar dinero destinado a necesidades básicas. Incluir ejemplos prácticos de cómo determinar un “presupuesto de entretenimiento” separado de gastos esenciales.
- *Riesgo de fraude o préstamos de alto costo*: Advertir sobre el riesgo de soluciones rápidas como préstamos con intereses elevados o préstamos informales que empeoran la situación. Ofrecer información sobre asesoría financiera en caso de que surjan deudas relacionadas con el juego.

### 4 Consecuencias sociales y relacionales

- *Aislamiento*: Quienes desarrollan un juego de apuestas en riesgo pueden buscar aislarse para ocultar hábitos de juego problemáticos. La comunicación debe alentar el diálogo con familiares o amigos de confianza y explicar que la intervención temprana puede prevenir daños mayores.
- *Conflictos familiares o de pareja*: Hay señales de problemas en el ambiente afectivo que representan un alerta (discusiones frecuentes sobre dinero, desconfianza). Es importante poder ofrecer pautas para la familia: cómo hablar sin juzgar, cuándo sugerir ayuda profe

sional, cómo establecer límites en conjunto.

- *Estigma y temor al juicio social:* Insistir en que buscar ayuda no es signo de debilidad sino de responsabilidad y autocuidado.

### Tener en cuenta...

#### 5 Factores de vulnerabilidad específicos

- *Edad (jóvenes y adultos mayores):* Adaptar los mensajes al público. Para jóvenes, enfocarse en la educación temprana sobre probabilidades y medios digitales; para adultos mayores, advertir sobre soledad o uso de tiempo libre como disparadores y ofrecer actividades alternativas.

- *Condiciones de salud mental previas:* Personas con depresión, ansiedad, trastorno bipolar, etc., tienen mayor riesgo de desarrollar adicción al juego. La comunicación debe incluir recomendaciones para profesionales de salud como por ejemplo preguntar sobre hábitos de juego, y para usuarios con estas condiciones sobre vigilar patrones de conducta.

- *Entornos online o proximidad geográfica a puntos de venta:* Informar sobre los riesgos de acceso fácil y continuo (apuestas en línea 24/7 o sala de juego cercanos), y sugerir barreras tecnológicas (bloqueadores de sitios, límites automáticos de depósito) o prácticas de autocontrol en entornos físicos (no acudir solo, establecer tiempo límite, autoexcluirse).



## Estrategias de Comunicación para la Prevención de consumo problemático de apuestas

### 1 Lenguaje claro y accesible:

Evitar jerga técnica o legal compleja. Utilizar ejemplos cotidianos, testimonios en primera persona y metáforas apropiadas para que el mensaje sea comprensible a diversos niveles de educación y edad. En lugar de utilizar un tono impositivo o juicioso, la información debe presentarse agradable, con elementos que despierten interés en quienes apuestan y eviten que rechace el mensaje. Esto implica:

•*Metáforas y analogías creativas*: Emplear comparaciones que despierten la imaginación, por ejemplo, describir el presupuesto de juego como una “aventura con combustible limitado” o presentar los límites de tiempo como “estaciones de descanso” en un viaje. Estas imágenes ayudan a que el consejo se integre casi como parte de una historia, en lugar de imponerse como una orden.

•*Humor suave y positivo*: Introducir pequeños toques de humor que no ridiculicen las personas, sino que desdramatizen la situación. Por ejemplo, un mensaje podría decir: “Tu suerte puede ser sorprendente, ¡pero tu billetera también merece unas vacaciones!” De este modo, el aviso se recibe como un guiño amistoso, no como una reprimenda.

•*Gamificación de la prevención*: Crear micro-interacciones o retos simpáticos: por ejemplo, un “minijuego mental” en el que el jugador elija un límite antes de “desbloquear” la siguiente fase de la experiencia de apuestas. Al convertir el aviso en parte de una dinámica de juego controlada, se favorece la aceptación del mensaje, pues el usuario lo vive como un paso más de la experiencia, no como un obstáculo.

•*Historias en tono narrativo suave*: Emplear relatos breves y simbólicos que ilustran situaciones de autocontrol sin moralizar: quizá una fábula moderna donde un personaje imaginario atraviesa “un laberinto de apuestas” y debe usar pistas internas para avanzar con equilibrio. Al situar la enseñanza dentro de una ficción cercana al mundo del jugador, el mensaje opera a nivel subconsciente.

•*Lenguaje empático, sin juicios explícitos*: Evitar frases como “No deberías...”, “Ten cuidado porque eres irresponsable si...”. En su lugar, usar expresiones inclusivas: “Quizás te interese probar un límite antes de seguir jugando”, “Algunas personas disfrutaban más si se toman pausas regulares; ¿te animas a probarlo?” Este enfoque invita a la reflexión sin acusar, reduciendo la resistencia psicológica.

•*Elementos visuales o sonoros suaves*: Si la comunicación es multimedia, integrar ilustraciones o animaciones ligeras (p.ej., íconos juguetones o sonidos agradables al fijar un límite) que refuercen la idea de autocuidado como algo positivo y entretenido, no como una advertencia sombría. Por ejemplo, al confirmar un presupuesto, puede aparecer una animación breve de un cofre “guardando” la cantidad asignada, transmitiendo sensación de protección y diversión.

•*Micro-mensajes intercalados en la experiencia*: En plataformas digitales, los recordatorios o tips pueden mostrarse brevemente en formas de “datos curiosos” o “reto del día” que sugieran prácticas responsables: p.ej., “Dato curioso: un descanso de 5 minutos puede ayudarte a apostar con más claridad. ¿Te animas?” Así el mensaje se presenta como un dato interesante más que como una orden.

•*Refuerzo positivo inmediato*: Cuando el jugador sigue una recomendación (por ejemplo, establece un límite o se toma una pausa), ofrecer un breve feedback lúdico: “¡Buena elección! Así tu experiencia se mantiene divertida por más tiempo.” Este refuerzo hace que la conducta responsable se asocie a sensaciones agradables.

•*Tono coherente con la identidad de marca pero flexible*: Mantener el estilo propio del operador o campaña, pero adaptarlo a este enfoque lúdico. Por ejemplo, si la marca suele usar un personaje, puede aparecer haciendo recomendaciones de forma desenfadada. La coherencia refuerza la credibilidad, mientras que la ligereza facilita la recepción.

•*Invitación a la autorreflexión sutil*: En lugar de cuestionarios formales, proponer “pequeñas pausas de autoevaluación” con preguntas breves y visuales (p.ej., seleccionar un emoji que represente cómo se siente antes de continuar). Al ser una dinámica casi “de juego interno”, se minimiza la barrera defensiva.



Con este enfoque, la comunicación deja de sentirse dogmática o moralizante y se integra de manera atractiva en la experiencia del jugador. Al dirigirse al subconsciente mediante recursos lúdicos, metáforas, historias y dinámicas suaves, se incrementa la probabilidad de que el mensaje sobre límites y autocontrol sea aceptado y asimilado, reduciendo la tendencia a rechazar advertencias directas.

## **2 Multicanalidad:**

Combinar distintos medios (folletos en puntos de venta, señalización visible en terminales de juego, plataformas web, apps, redes sociales, campañas en radio o televisión). Esto maximiza la exposición a mensajes clave y permite llegar a audiencias con distintos hábitos de consumo de información.

## **3 Timing y frecuencia adecuados:**

Los mensajes de prevención deben aparecer en momentos relevantes: por ejemplo, al registrarse en una plataforma de apuestas, antes de la primera apuesta de la sesión, o en momentos identificados de alta actividad (festividades, eventos deportivos). Asimismo, enviar recordatorios periódicos sobre límites preestablecidos.

## **4 Interactividad y autodiagnóstico:**

Herramientas online como cuestionarios de autoevaluación (p. ej., preguntas sobre frecuencia de juego, impacto en finanzas o estado de ánimo) pueden ayudar al individuo a reflexionar sobre su conducta. Debe enfatizarse que son anónimos y proporcionan orientación, no diagnóstico definitivo.

## **5 Historias y narrativas:**

Contar experiencias reales o dramatizadas (de manera responsable y anonimizada) que muestren tanto los riesgos como las vías de recuperación. Las narrativas ayudan a sensibilizar y humanizar el tema, reduciendo la percepción abstracta de “puede pasarle a cualquiera”.

## **6 Involucrar a la comunidad y familiares:**

Talleres o charlas para familiares y amigos sobre cómo detectar señales de alarma y cómo comunicarse con empatía. Materiales explicativos que ofrezcan guías paso a paso sobre conversación y apoyo.

**7 Colaboración con profesionales de salud mental y financieras:** Coordinación para incluir mensajes sobre screening de juego problemático en consultas de salud mental o asesorías financieras. Esto requiere comunicación bidireccional: los profesionales deben conocer materiales y derivar a recursos específicos.

**8 Políticas y regulación visible:** Informar al público sobre la existencia de regulaciones de juego responsable, normativas que obligan a los operadores a ofrecer herramientas de límite y autoexclusión. Esto fortalece la percepción de protección y refuerza que la industria asume responsabilidad social.

## **9 Feedback y evaluación continua:**

Realizar encuestas, focus groups o análisis de métricas (por ejemplo, uso de herramientas de límite, llamadas a líneas de ayuda) para ajustar mensajes, formatos o canales según la respuesta del público. Una comunicación que no se evalúa pierde efectividad con el tiempo.

# Prevención de las conductas de juego descontrolado

## 1 Límites predefinidos:

Fomentar que el jugador establezca antes de comenzar un presupuesto y tiempo límite. La comunicación debe guiar sobre cómo definir límites realistas (por ejemplo, no apostar más del 1–2% de ingresos mensuales destinados a ocio).

## 2 Pausas obligatorias:

En plataformas digitales, implementar recordatorios automáticos tras cierto tiempo o gasto acumulado, recordando la posibilidad de tomarse un descanso. Comunicar de forma no intrusiva pero firme sobre la importancia de estas pausas.

## 3 Autoexclusión y bloqueos temporales:

Facilitar procesos para que quien juega pueda autoexcluirse por un período determinado. Debe explicarse claramente cómo funciona, qué implica y cómo revertirlo solo tras reflexión consciente.

## 4 Monitoreo de señales de riesgo:

Uso de algoritmos o análisis de patrones de uso para alertar a quien apuesta o al personal cuando se detecten comportamientos inusuales (p. ej., pérdidas crecientes, sesión prolongada). La comunicación posterior debe ser empática, ofreciendo ayuda y recursos, no sancionatoria ni moralizante.

## 5 Apoyo profesional:

Informar sobre la conveniencia de acudir a asesoría psicológica especializada si se identifican signos de dependencia: inquietud al no jugar, aumento de tolerancia (apostar más para sentir la misma emoción), síntomas de abstinencia (ansiedad, irritabilidad), negligencia de responsabilidades.

## 6 Alternativas de ocio:

Sugerir actividades recreativas saludables como deportes, hobbies, voluntariado o proyectos creativos. La comunicación puede incluir listados de opciones locales o en línea, enfatizando los beneficios emocionales y sociales de diversificar el tiempo libre.

## 7 Intervención familiar y social:

Promover el diálogo constructivo en el entorno cercano. La comunicación debe guiar a familiares en identificar momentos para conversar, ofrecer ayuda sin reproches y proponer acuerdos de apoyo mutuo (por ejemplo, supervisar gastos juntos, planificar actividades compartidas).

## 8 Educación continua:

Incluir contenidos sobre juego responsable en programas educativos o formativos (escuelas, universidades, cursos de capacitación laboral), para crear conciencia desde edades tempranas sobre la naturaleza del azar, la gestión del riesgo y la importancia del autocontrol.

## Conclusión

La comunicación es una herramienta estratégica e indispensable para promover el juego responsable y prevenir el desarrollo de problemáticas vinculadas a las apuestas. Al abordar tanto aspectos cognitivos, emocionales y financieros como sociales y regulatorios, se construye un entorno donde el jugador está mejor informado, más consciente de sus decisiones y apoyado en caso de dificultades. Las estrategias comunicacionales deben ser claras, multicanal, interactivas y evaluadas de forma continua, involucrando no solo al público jugador sino también a operadores, profesionales de salud y familiares. Solo con una comunicación integral y empática es posible mitigar los riesgos del juego y fomentar prácticas de ocio seguras y saludables.

