

■ Prevención del juego de apuestas en adolescentes: Ensayo piloto de la eficacia de un programa escolar

Daniel Lloret-Irles & Víctor Cabrera-Perona
Universidad Miguel Hernández, España

Resumen

La creciente prevalencia de juego de apuestas entre adolescentes ha alcanzado una magnitud preocupante. En España, a pesar de la gran demanda de intervenciones preventivas, la puesta en marcha de programas escolares para la prevención del abuso del juego de apuestas es reciente, y todavía no se dispone de evidencia sobre su eficacia. El objetivo de este estudio es evaluar la eficacia del programa de prevención universal en ámbito educativo "¿Qué te juegas? (QTJ?)". Un total de 330 estudiantes de secundaria participaron en dos grupos: control ($n = 91$) y experimental ($n = 239$). El grupo experimental recibió tres sesiones de 50 minutos cada una. Se utilizó un diseño cuasi-experimental pretest-postest con grupo control equiparado. Los estudiantes en la condición experimental redujeron significativamente la Intención de apostar ($t = 3.156$; $d = .16$), la Percepción del Riesgo ($t = 2.933$; $d = .21$), la Actitud a favor de la publicidad de apuestas ($t = 5.736$; $d = .33$) y las Creencias erróneas sobre la probabilidad ($t = 7.063$; $d = .49$), mientras que la Autoeficacia para no apostar aumentó ($t = -3.922$; $d = .24$). No se registraron cambios pre-post en el grupo control. El programa "QTJ?" cuenta con evidencias a favor de su eficacia cuando es comparado con la condición control. Se discuten las dificultades metodológicas que limitan la validez. Se resalta la necesidad de evaluar la eficacia de intervenciones dirigidas a prevenir el abuso del juego de apuestas entre menores.

Palabras clave: juego de apuestas; prevención; adolescentes.

Abstract

Prevention of adolescent gambling: A pilot efficacy trial in school setting. The increasing prevalence of gambling among teenagers is a main concern. In Spain, despite the high demand for preventive interventions, the implementation of school programs for the prevention of gambling abuse is recent, and there is still no evidence of its effectiveness. The objective of this study is to evaluate the effectiveness of the universal prevention program in the educational field "Que te juegas? (QTJ?) ". 330 high school students participated in two groups: control ($n = 91$) and experimental ($n = 239$). The experimental group received three sessions of 50 minutes each. A quasi-experimental pretest-posttest design with a matched control group was used. Participants in the experimental condition significantly reduced the Intention to Gamble ($t = 3.156$, $d = .16$), the Risk Perception ($t = 2.933$, $d = .21$), the Attitude in favor of Gambling Advertising ($t = 5.736$; $d = .33$) and Cognitive Bias about Probability ($t = 7.063$; $d = .49$), while Self-Efficacy for not Gambling increased ($t = -3.922$ $d = .24$). No pre-post changes were recorded in the control group. The "QTJ?" Program has evidence in favor of its effectiveness when compared to the control condition. We discuss the methodological difficulties that limit validity. The need to evaluate the effectiveness of interventions aimed at preventing the abuse of gambling among minors is highlighted.

Keywords: gambling; prevention; adolescents.

En España la industria del juego de apuestas facturó 39.000 millones de euros en 2017 (Dirección General de Ordenación del Juego DGOJ, 2019), más de siete veces la facturación de la industria textil (Statista, 2017). Por su parte, el GGR (Gross Gaming Revenue o Margen Neto de Juego, referido al importe total de las cantidades dedicadas a la participación en el Juego, deducidos los bonos y los Premios satisfechos por el Operador

a los participantes) fue de 557 millones en 2017 y de 699 en 2018, con una variación anual del 25.48%. Durante los últimos cinco años, el juego de apuestas online crece a un ritmo del 10% anual (Gómez-Yáñez, & Lalanda-Fernández, 2019). En consonancia, atraídos por el suculento mercado del juego, la concesión de licencias para operadores de apuestas ha aumentado un 50% en los últimos 5 años (DGOJ, 2019).

Correspondencia:

Daniel Lloret.
Universidad Miguel Hernández. Departamento de Psicología de la Salud.
Ctra. Valencia, s/n, 03550 San Juan, Alicante, España.
E.mail: daniel.lloret@umh.es

La enorme competencia entre los operadores de juego se traduce en un exponencial aumento de la accesibilidad del juego y de la presencia en los medios de comunicación y la vía pública. Las principales estrategias de marketing incluyen asociar las marcas con figuras del deporte de primera fila, comprar espacios publicitarios en medios de comunicación o en las vallas de los estadios, provocar el debate en las redes sociales, ofrecer bonos de bienvenida que subvencionan las primeras apuestas, patrocinar equipos y crear contenidos que aumenten el tráfico de sus webs. La inversión en marketing se ha visto recompensada en el aumento de la facturación, entre 2013 y 2018 el sector de las apuestas online se quintuplicó (DGOJ, 2019). Teniendo en cuenta que los horarios y canales publicitarios no discriminan la edad del espectador y que gran parte de la publicidad ha sido diseñada para un público menor de edad, no sorprende la alta prevalencia de juego en población adolescente-juvenil. En España, uno de cada tres menores ha accedido a juegos de apuestas (Caselles-Cámara, Cabrera-Perona, & Lloret-Irles, 2018; DGOJ, 2015; González-Roz, Fernández-Hermida, Weidberg, Martínez-Loredo, & Secades-Villa, 2016), entre el 4%-5.6% de los adolescentes cumplen criterios de juego de riesgo y en torno al 1% de juego problemático (Becoña, Míguez-Varela, & Vázquez-Gozález, 2001; Choliz, 2017; Gonzalez-Roz et al., 2016; Lloret, Cabrera, Castaños et al., 2018).

Este escenario es extensivo a otros países occidentales, el 7% de los jóvenes europeos de 15 años apostaron dinero 2-4 veces al mes en los últimos 12 meses (ESPAD Group, 2016), mientras que entre el 0.2 y el 12.3% de los adolescentes europeos cumplirían criterios de juego problemático según un reciente meta-análisis que revisa estudios realizados en 23 países desde el año 2000 (Calado, Alexandre & Griffiths, 2016). Entre las posibles consecuencias se encuentran problemas económicos y legales, interferencia en responsabilidades académicas, disfunción familiar, pobre comunicación familiar, pérdida de relaciones significativas y en determinados casos comorbilidad (consumo de sustancias, ansiedad, depresión, psicopatologías) (Cox, Enns, & Michaud, 2004; Hollander, Buchalter & DeCarria, 2000; Shaffer & Hall, 2002).

Estas circunstancias urgen la puesta en marcha de políticas dirigidas a proteger a los menores. Desde una perspectiva ambiental, reducir la exposición y la disponibilidad, así como eliminar la publicidad directa o indirectamente dirigida a ellos (Choliz & Lamas, 2017) y en el ámbito escolar, la implementación de programas de prevención universal y selectiva. Por lo general este tipo de programas incluyen componentes dirigidos a: aumentar la percepción del riesgo y la actitud negativa hacia el juego; identificar los cambios de la conducta en el proceso de adicción; comprender las leyes básicas de la probabilidad aplicadas al juego y evidenciar la dificultad de obtener beneficios; fomentar una mirada crítica hacia los mensajes persuasivos de la industria del juego; identificar mitos y creencias erróneas; y promover habilidades sociales como la resistencia a la presión social o la resolución de problemas aplicadas al juego de apuestas.

Las investigaciones sobre la eficacia de las intervenciones preventivas en la escuela son escasas y los resultados no son concluyentes. Keen, Blaszczynski y Anjoul (2017) han revisado los resultados de 19 investigaciones correspondientes a 15 programas de prevención. Todos los estudios informaron efectos preventivos en el ámbito cognitivo (conocimiento, percepciones y creencias). Sin embargo, la capacidad de modificar

hábitos de conducta no ha quedado demostrada. Sólo nueve de los estudios evaluaron los efectos en la conducta de juego. De ellos, solo cinco informaron cambios significativos, si bien presentaban limitaciones metodológicas: breves períodos de seguimiento, falta de comparación de control en análisis post hoc, inconsistencias y errores de clasificación en la medición del comportamiento del juego.

Estudios posteriores con diseño pre-post con grupo control aleatorizado (ECA) llegan a resultados similares: reducen las creencias erróneas y el pensamiento mágico así como los errores cognitivos asociados a la probabilidad de ganar, mientras que los efectos sobre la conducta de juego son limitados (Donati, Primi & Chiesi, 2014; Neighbors et al., 2015). Otros ECAs que se han centrado en evaluar la eficacia de diferentes soportes: video (St-Pierre, Derevensky, Temcheff, Gupta, & Martin-Story, 2017) o web (Canale, Vieno, Griffiths, Marino, Chieco, Disperati et al., 2016), no han hallado resultados positivos en la conducta de juego.

En España, a pesar de la gran demanda de intervenciones preventivas, la puesta en marcha de programas escolares para la prevención del abuso del juego de apuestas es reciente. Los resultados de las búsquedas bibliográficas apenas identifican algunas acciones locales más o menos estructuradas cuya eficacia aún no ha sido evaluada. Desde el ámbito académico se identifican algunos trabajos, todavía de carácter preliminar con muestras pequeñas (Campos, Enrique, & Quero, 2016). Destaca el Taller Ludens que ha sido ampliamente implementado en la Comunidad Valenciana (Choliz, 2017), aunque todavía los datos sobre su eficacia no se han hecho públicos. En el presente estudio se evalúa la eficacia del programa “¿Qué te juegas?” (QTJ?) que ha sido acreditado por la Conselleria de Sanitat de la Generalitat Valenciana

Los anteriores argumentos evidencian la necesidad de mejorar la eficacia de las intervenciones preventivas con el fin de proteger a los menores del agresivo mercado del juego de apuestas. Por ello, el propósito del presente estudio es analizar la eficacia del programa QTJ? en la reducción de la intención del juego y sus variables mediadoras. Para ello, se determinará si existen diferencias intragrupo entre las medidas Pre y Post y se analizarán las diferencias en la medida post entre el grupo experimental y el control, para evaluar el efecto intergrupo.

En relación al primer objetivo esperamos que el grupo experimental registrará puntuaciones significativamente inferiores en la medida post respecto a la medida pre. (Hipótesis 1), mientras que no se observarán cambios significativos entre las medidas pre y post del grupo control (Hipótesis 2).

Método

Para evaluar el efecto de la intervención se utilizó un diseño cuasi-experimental pretest-postest con grupo control equiparado, en una muestra de adolescentes escolarizados con edades entre los 15 y 17 años y diseño muestral intencional. Así, la muestra se divide en dos grupos: a) aquellos que reciben la intervención preventiva (grupo experimental) y b) los que no reciben la intervención alguna (grupo control). Los centros educativos fueron seleccionados mediante un muestreo probabilístico, en función de la representatividad geográfica y social (enseñanza pública, nivel socioeconómico variable).

Participantes

Un total de 415 estudiantes de Enseñanza Secundaria Obligatoria de 4º de ESO y 1º de Bachiller pertenecientes a cinco centros públicos de la provincia de Alicante completaron la batería de cuestionarios. De ellos, 85 no pudieron ser emparejados mediante el código anónimo (20.5% de pérdida muestral), por lo que la muestra útil quedó en 330 casos, de los que 239 corresponden al grupo experimental y 91 al grupo control. La media de edad fue 15.7 años ($DT = .67$; rango: 15-17). De ellos, el 59% chicas. La proporción por curso fue: 4ºESO (53%), 1ºBAC (47%). Ambos grupos, experimental y control, no presentaron diferencias en la línea base en todas las variables sobre las que se pretende intervenir, con excepción de la intención de apostar que fue significativamente mayor en el grupo experimental. Los sujetos del grupo control son todos de 1º de BAT por lo que la edad es ligeramente superior (Tabla 1).

Procedimiento

Tras la obtención de las autorizaciones de la autoridad educativa (Conselleria de Educación) y del Organismo Evaluador de Proyectos de la Universidad Miguel Hernández de Elche, se seleccionaron los centros participantes. Una vez aprobado el proyecto por los Consejos Escolares de los centros, se informó mediante una circular a las madres y padres solicitando su consentimiento informado. Los cuestionarios se administraron de forma colectiva y anónima, bajo la supervisión de los tutores/as

de los grupos y de personal del proyecto, que atendió las eventuales dudas. El tiempo de cumplimentación fue de 20 minutos aproximadamente. Las sesiones se aplicaron con periodicidad semanal en formato grupal a la totalidad de alumnos de cada clase. Una semana después la finalización de la última sesión, se procedió a la administración de los cuestionarios POST, con la misma metodología descrita. El grupo control fue evaluado en los mismos momentos que el grupo experimental, pero no recibió ninguna intervención. En ambos grupos, cada alumno/a era identificado por una clave alfanumérica y anónima, que permitía identificar su par de cuestionarios. Los grupos se asignaron aleatoriamente en cada centro de enseñanza.

Variables e instrumentos

La intervención consistió en el programa “¿Qué te juegas?”, un programa manualizado compuesto por tres sesiones. Cada sesión tiene una duración de 50 minutos en los que se desarrollan diferentes dinámicas: Exposición; Debate; Dinámicas grupales; Visualización y comentario de casos. Su aplicación estuvo a cargo de un grupo de 6 técnico/as en prevención (3 mujeres y 3 hombres). El programa se sustenta en la Teoría de la Acción Planeada (TAP) que 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. Las sesiones tienen como objetivo revertir las actitudes a favor del juego y reforzar la autoeficacia para rechazar el juego. La tabla 2 muestra la estructura y objetivos del programa.

Tabla 1. Comparación de las medidas PRE (línea base) entre los grupos experimental y control

	Grupo	Media	DT	t	gl	p	d
Edad	CONT	15.84	.52	2.22	328	.027	0.30
	EXP	15.65	.72				
Intención	CONT	1.71	1.00	-2.82	236.5	.005	0.32
	EXP	2.11	1.46				
Autoeficacia	CONT	3.61	.58	1.94	327	.053	
	EXP	3.46	.63				
Percepción del Riesgo	CONT	1.28	.70	-1.28	328	.200	
	EXP	1.37	.55				
Publicidad Total	CONT	2.34	.54	-.38	328	.707	
	EXP	2.37	.55				
Publicidad Afectivo	CONT	2.15	.76	-.48	328	.631	
	EXP	2.20	.71				
Publicidad Cognitivo	CONT	2.33	.64	-.83	328	.410	
	EXP	2.40	.71				
Publicidad Recuerdo	CONT	2.69	.81	.68	328	.498	
	EXP	2.61	.98				
Probabilidad Total	CONT	.75	.22	1.30	328	.195	
	EXP	.76	.22				
Prob. Descocimiento	CONT	.73	.26	1.91	328	.057	
	EXP	.66	.28				
Prob. Ilusión de Control	CONT	.75	.26	.17	328	.869	
	EXP	.76	.24				
Sexo (♀)		N	%	X ²		p	
	CONT	49	53.80		1.61		.205
Curso (4º ESO)	EXP	147	61.50				
	CONT	0	0	111.29		.000	
	EXP	155	64,9				

DT = Desviación típica; t = t de Student; gl = Grados de libertad; p = Nivel de confianza; d = d de Cohen

Tabla 2. Programa de prevención del juego de apuestas "¿Qué te juegas?"

Sesión	Objetivos	Factores de riesgo evaluar
1.- La "anormalidad" del juego de apuestas	Identificar y reestructurar las creencias motivacionales y actitudes a favor del juego. Conocer las consecuencias del trastorno por juego Aumentar la percepción de riesgo sobre el juego de apuestas en los menores	Percepción del riesgo. Autoeficacia para no jugar Intención de juego.
2.- La probabilidad en el juego de apuestas	Promover la toma de decisiones basadas en el razonamiento y no en sesgos cognitivos. Desarrollar pensamiento crítico sobre probabilidad de ganancia en juegos de apuestas Modificar las expectativas de éxito en la apuesta	Ilusión de control hacia el éxito en el juego. Intención de juego.
3.- Desmontando la publicidad	Conocer y debatir el impacto de la publicidad en la conducta de juego Identificar las estrategias y técnicas publicitarias. Favorecer una respuesta crítica y racional frente a la presión publicitaria de las apuestas	Conciencia crítica hacia la manipulación mediática. Aceptación de los mensajes publicidad. Intención de juego.

Una semana antes y después de implementar el programa se evaluaron las siguientes variables:

Intención de juego. Mediante tres 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, ¿Querías entrar en un salón de juego?". Formato de respuesta Likert:1 "Totalmente no" al 7 "Totalmente sí". Mayor puntuación indica mayor intención de apostar.

Autoeficacia para no apostar: Cuestionario auto-informado de 7 ítems que evalúa la capacidad autopercebida de no jugar en situaciones en las que se invita al juego (Ej. "Estar con amigos que apuestan" o "Recibir invitaciones de juego"), con tipo de respuesta Likert que se escalan en 5 niveles desde 0 "Nada capaz" a 4 "Totalmente capaz". La consistencia interna en este estudio es de α de Cronbach = .83. Mayor puntuación indica mayor autoeficacia para no apostar.

Percepción del Riesgo: Se utilizó la subescala PR del Cuestionario EDGAR (Early Detection Gambling Addiction Risk - Adolescents) (Lloret, Cabrera-Perona, & Núñez, 2018). Consiste en 8 ítems que evalúan la creencia de que el juego de apuestas conlleva consecuencias negativas. La puntuación está invertida en relación al concepto a medir, de tal forma que una mayor puntuación significa una menor Percepción del Riesgo, y por lo tanto un mayor riesgo de apostar. El rango de respuesta va de 0 "Muy desacuerdo" a 4 "Muy de acuerdo". La consistencia interna es de α de Cronbach = .80.

Sesgos cognitivos. Escala de ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas (Lloret & Cabrera, inédito). Escala autoaplicada de 10 ítems con tipo de respuesta dicotómica (Falso = 0 / Verdadero = 1) que evalúa dos dimensiones sobre la probabilidad asociada a juegos de apuestas. a) El grado de acuerdo con afirmaciones sobre leyes básicas de probabilidad (cinco ítems) y b) la ilusión de control o la tendencia a creer que podemos influir sobre ciertos acontecimientos que,

en realidad, son incontrolables (cinco ítems). La consistencia interna para cada subescala es de Ilusión de control: $\alpha = .76$ y Desconocimiento de probabilidad: $\alpha = .71$. Para la escala total es de $\alpha = .81$. Mayor puntuación indica mayor presencia de ilusión de control y un mayor grado de desconocimiento de las leyes de probabilidad.

Escala de Actitud hacia la publicidad de juego (Lloret & Cabrera, inédito). Cuestionario auto-aplicado de 13 ítems con tipo de respuesta Likert 1(muy en desacuerdo) a 5(muy de acuerdo). Evalúa tres aspectos de la percepción de la publicidad sobre juego de apuestas: Recuerdo de anuncios (3 ítems), Opinión crítica sobre los efectos de la publicidad (6 ítems) y Evaluación afectiva (4 ítems). La consistencia interna es de α de Cronbach = .77. Mayores puntuaciones indican una mayor actitud positiva hacia la publicidad de juego.

Análisis de datos

Los datos obtenidos en la evaluación pre y post se analizaron mediante contraste de medias repetidas tanto en el grupo experimental como en el control. Para ello se utilizó el estadístico t de Student. Se fijó el nivel de significación a $p < .05$. (Nivel de confianza: 95%). Cuando la diferencia entre las medias fue significativa, se calculó el tamaño del efecto mediante el índice d de Cohen (1988). Según la clasificación propuesta por este autor, un valor de .20 a .50 significa un efecto bajo, valores entre .50 y .80 se consideran un efecto medio, y por encima de .80 un efecto elevado. Los análisis se han realizado con el programa estadístico SPSS v25.0.

Resultados

Los resultados de la eficacia del programa se presentan en tres grupos de variables. Un primer grupo engloba a la *Intención de apostar*, la *Autoeficacia para no apostar* y la *Percepción*

Tabla 3. Diferencias de puntuaciones PRE – POST Intragrupo

		Grupo Control (n=91)					Grupo Experimental (n=239)						
		Media	DT	t	GL	p	d	Media	DS	t	GL	p	d
INTENCIÓN	PRE	1.71	1.00	-1.85	90	.068		2.106	1.46	3.16	238	.002	.16
	POST	1.87	1.26					1.880	1.29				
AUTOEFICACIA	PRE	3.61	.58	-.74	90	.464		3.459	.63	-3.92	237	.000	.24
	POST	3.65	.63					3.601	.57				
PERCEPRIESGO	PRE	1.28	.62	-2.23	89	.028	.24	1.372	.55	2.93	237	.000	.21
	POST	1.42	.55					1.258	.534				
PUB. TOTAL	PRE	2.34	.54	1.17	90	.244		2.367	.55	5.74	237	.000	.33
	POST	2.29	.59					2.182	.57				
PUB. AFECT	PRE	2.15	.76	.48	90	.636		2.192	.70	3.98	237	.000	.25
	POST	2.12	.78					2.007	.75				
PUB. COG	PRE	2.33	.64	1.72	90	.089		2.396	.71	7.15	237	.000	.46
	POST	2.22	.69					2.058	.75				
PUB. REC	PRE	2.69	.81	.20	90	.843		2.612	.99	-1.22	237	.224	
	POST	2.68	.90					2.682	.94				
PROB. TOTAL	PRE	.75	.22	2.01	90	.048	.17	.711	.22	7.06	237	.000	.49
	POST	.71	.24					.585	.29				
PROB. ILU.	PRE	.77	.26	1.47	90	.144		.760	.24	5.23	237	.000	.23
	POST	.73	.29					.647	.33				
PROB. DESC	PRE	.73	.26	1.53	90	.130		.661	.28	6.48	237	.000	.44
	POST	.68	.29					.526	.34				

DT = Desviación Típica; t = t de Student; GL = Grados de Libertad; p = Nivel de confianza; d = d de Cohen

PUB TOTAL Puntuación escala de actitud hacia la publicidad; PUB AFECT. Subescala afectiva; PUB.COG.Subescala Cognitiva PUB.REC. Subescala de recuerdo ; PROB. TOTAL. Puntuación escala de ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas;

del Riesgo que son tratadas en cada una de las sesiones, si bien en la primera con mayor intensidad. En segundo lugar, las medidas sobre la *ilusión de control* y *desconocimiento de la probabilidad* son objeto de la segunda sesión. Y por último, la *actitud hacia la publicidad* es el contenido de la tercera sesión. Los resultados expresan las diferencias intragrupo pre – post en el grupo experimental y el control (Tabla 3), y la comparación de los dos grupos tras la intervención cuando en la línea base eran equiparables (Tabla 4).

El grupo que recibió la intervención aumentó significativamente su puntuación en la escala de *Autoeficacia para no apostar* ($d = .24$), es decir su autoevaluación para resistir una invitación a apostar fue mayor tras la intervención. Mientras que no se registraron diferencias en el grupo control. En cuanto a la *Intención* de apostar, los resultados indican que se reduce en el grupo experimental, si bien la magnitud de esta reducción es muy pequeña. Por el contrario, el grupo control marca una tendencia no significativa al aumento de la *Intención* de apostar.

Tras la intervención, los adolescentes que participaron en el programa asocian al juego de apuestas un mayor peligro que los que no lo hicieron (grupo control). Esta diferencia se constata de forma significativa en la medida post (Tabla 3). Las diferencias de medias intragrupo son significativas en ambos grupos (grupo experimental: $d = .21$, grupo control: $d = .24$), si bien la dirección de estas diferencias es inversa: la *Percepción del Riesgo (PR)* aumenta en el grupo experimental y disminuye en el control. Conviene recordar que la puntuación de la escala PR indica riesgo y por lo tanto a mayor puntuación corresponde una menor *Percepción del Riesgo*.

En cuanto a los sesgos cognitivos asociados a la probabilidad de obtener una ganancia en el juego de apuestas, el programa *QTJ?* aumenta el conocimiento básico sobre el cálculo

probabilístico, y reduce la ilusión de control o la tendencia a creer que es posible influir sobre los acontecimientos que dependen del azar. Los adolescentes que participaron en el programa puntúan significativamente más bajo en las escalas de *Ilusión de control* y de *Desconocimiento* que los del grupo control (Tablas 3 y 4).

Tabla 4. Diferencias de puntuaciones POST Intergrupo

		Media	DT	t	GL	p	d
INTENCIÓN	CONT	1.87	1.26	-1.10	328	.271	
	EXP	1.88	1.29				
AUTOEFICACIA	CONT	3.65	.62	.78	328	.436	
	EXP	3.60	.57				
PERCEPRIESGO	CONT	1.42	.55	2.48	325	.014	.30
	EXP	1.26	.54				
PUB. TOTAL	CONT	2.29	.59	1.47	327	.143	
	EXP	2.18	.57				
PUB. AFECT	CONT	2.12	.78	1.22	327	.224	
	EXP	2.01	.75				
PUB. COG	CONT	2.22	.69	1.75	327	.082	
	EXP	2.06	.75				
PUB. REC	CONT	2.68	.90	-.04	327	.969	
	EXP	2.68	.94				
PROB. TOTAL	CONT	.71	.24	3.48	327	.001	.43
	EXP	.59	.29				
PROB. ILUS.	CONT	.73	.29	2.02	327	.045	.25
	EXP	.65	.34				
PROB. DESC.	CONT	.68	.29	4.02	327	.000	.51
	EXP	.53	.34				

DT = Desviación Típica; t = t de Student; GL = Grados de Libertad; p = Nivel de confianza; d = d de Cohen

Los efectos del programa sobre la valoración de la publicidad de juego de apuestas son moderados en la dirección deseada (Tabla 3). A nivel cognitivo, los adolescentes que reciben el programa muestran mayor disconformidad con los argumentos persuasivos y mayor conciencia crítica hacia la manipulación mediática ($d = .46$). 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 ($d = .25$) (Tabla 3). No se hallaron cambios pre - post en el grupo control.

Discusión

El objetivo de este estudio fue analizar la eficacia de un programa escolar de prevención del juego de apuestas. Para ello se llevó a cabo un estudio de tipo cuasi experimental con un diseño pre-post con grupo control mediante un muestreo no probabilístico. El grupo experimental recibió una intervención basada en tres sesiones de 50 minutos cada una. Los resultados muestran que el programa “¿Qué te juegas?” cuenta con evidencias a favor de su eficacia cuando es comparado con la condición control.

El efecto del programa difiere según el objetivo evaluado. En la primera sesión se aborda la percepción del riesgo y autoeficacia para no apostar, que moderan la intención de apostar. Los resultados indican un efecto pequeño, aunque significativo. Otros programas con un número de sesiones similar o incluso superior obtuvieron tamaños del efecto pequeños-moderados, (Williams, 2002; Williams, Connolly, Wood, Currie, & Davis, 2004) en actitud hacia el juego. La siguiente sesión tiene como objetivo facilitar nociones básicas sobre probabilidad aplicada a los juegos de apuestas, para promover la toma de decisiones basadas en el razonamiento y no en sesgos cognitivos. En ella se muestra la dificultad de ganancia y se modifican las expectativas de éxito. Los resultados indican que el efecto es moderado. Es frecuente encontrar este tipo de contenidos en los programas de prevención escolar, (Choliz, 2017; Keen, Blaszczynski, & Anjoul, 2017; Ladouceur, Goulet, & Vitaro, 2013).

La tercera sesión está dedicada a reducir la aceptación acrítica de la publicidad de apuestas. Uno de los objetivos de la estrategia de marketing de la industria del juego es conseguir que la conducta de apuestas se perciba como algo normal. Para ello utiliza una enorme presión mediática, a la que se suman las campañas de la Administración Pública en las que se transmiten mensajes como “juego responsable” o “jugar bien” (DGOJ, 2019), que recuerdan a las estrategias de la industria del alcohol que tan buenos resultados ha dado. Incluir un componente dedicado a la publicidad es habitual en los programas de prevención de drogas legales: alcohol y tabaco (Botvin, 2001; Espada, & Méndez, 2003). Teniendo en cuenta la enorme inversión en publicidad, en gran parte dirigida al público más joven, resulta sorprendente que entre los programas de prevención escolar no se introduzca un componente específico de publicidad (Keen, Blaszczynski, & Anjoul, 2017; Ladouceur, Goulet, & Vitaro, 2013).

En conclusión, los resultados muestran que el programa “¿Qué te juegas?” es moderadamente eficaz. Los tamaños del efecto fluctúan entre niveles pequeños ($d = .21$) y moderados ($d = .49$). Anteriores estudios han hallado efectos similares (Williams, West, & Simpson, 2012). Asimismo, los programas

de prevención escolar del consumo de drogas que cuentan con una dilatada experiencia, encuentran tamaños del efecto en torno a .20 - .50 similares a los hallados en el presente estudio (Espada, González, Orgilés, Lloret, & Guillen-Riquelme, 2015; Tobler, & Staton, 1997). En términos generales se puede afirmar que se cumplen las hipótesis relativas al efecto del programa en el grupo experimental, cuyas puntuaciones en la medida post son significativamente inferiores a la medida pre (Hipótesis 1). Mientras que no se observan cambios significativos en el grupo control (Hipótesis 2).

Se han identificado una serie de inconsistencias metodológicas que limitan la validez de los resultados. En primer lugar, la muestra es escasa y la equiparación entre los grupos control y experimental en la línea base no es completa, lo que afecta a la comparación intergrupo en las medidas post y en consecuencia al alcance del segundo objetivo. En relación al número de sesiones, cabe preguntarse si tres sesiones son suficientes para conseguir un efecto significativo. Sin embargo, estudios controlados con intervenciones breves en ámbito escolar de una sesión (Ladouceur, Ferland, & Fournier, 2003; Ladouceur, Ferland, & Vitaro, 2004; Ladouceur, Ferland, Vitaro, & Pelletier 2005;) dos (Donati, Primi, & Chiesi, 2014) y tres sesiones (Ferland, Ladouceur, & Vitaro, 2005) obtienen reducciones significativas en creencias y actitudes a favor del juego de apuestas.

La falta de una medida conductual constituye una debilidad metodológica. “¿Qué te juegas?” ha mostrado su eficacia para incidir en dos de las tres variables que integran la TAP, a saber: revertir las actitudes a favor del juego y reforzar la autoeficacia para rechazar el juego, la teoría predice que los cambios en ambas variables se traducen en una menor intención de apostar y en última instancia en una menor frecuencia e intensidad de juego. Sin embargo, tal y como advierten Keen, Blaszczynski y Anjoul (2017), cambios en el conocimiento, creencias y actitudes no siempre tienen como consecuencia cambios en la conducta.

Ante la creciente prevalencia de juego de apuestas entre los menores, se requieren intervenciones eficaces. El presente estudio supone una primera aproximación empírica a la prevención del juego de apuestas entre adolescentes españoles. Futuras investigaciones deberán incluir mayores muestras y tiempos de seguimiento que permitan conocer la estabilidad de los cambios.

Conflicto de intereses

Los autores de este trabajo declaran que no existe conflicto de intereses.

Financiación

La presente investigación ha sido en parte financiada por la Diputación de Alicante a través del contrato con la Universidad Miguel Hernández “Estudio de la eficacia de una intervención preventiva y seguimiento del estudio de la prevalencia de juegos de apuestas y sus factores de riesgo entre los adolescentes de la provincia de Alicante” (Cod. 000-18-Dipu1.18CM)

Artículo recibido: 30/05/2019

Aceptado: 14/06/2019

Referencias

- Becoña, E., Míguez-Varela, M.C., & Vázquez-Gozález, F.L. (2001). El juego problema en los estudiantes de Enseñanza Secundaria. *Psicothema*, 13(4), 551-556.
- Botvin, G. (2001) *Life Skills Training Program*. Princeton (NJ): Princeton Health Press.
- Calado, F., Alexandre, J., & Griffiths, M.D. (2017). Prevalence of Adolescent Problem Gambling: A Systematic Review of Recent Research. *Springer*, 22(2), 397-424.
- Campos, Enrique, & Quero (2016). Descripción de un programa de prevención de juego patológico dirigido a población joven: hacia un juego responsable. *Ágora de Salud*, 3. doi:10.6035/AgoraSalud.2016.3.5
- Canale, N., Vieno, A., Griffiths, M. D., Marino, C., Chieco, F., Disperati, F., et al. (2016). The efficacy of a web-based gambling intervention program for high school students: A preliminary randomized study. *Computers in Human Behavior*, 55, 946-954. doi:10.1016/j.chb.2015.10.012
- Caselles-Cámara, P., Cabrera-Perona, V., & Lloret-Irles, D. (2018). Prevalencia del juego de apuestas en adolescentes. Un análisis de los factores asociados. *Health and Addictions*, 18(2), 165-173.
- Choliz, M. (2017). *Ludens. Prevención de la adicción al juego de azar*. Ed. Psylicom. Valencia
- Choliz, M., & Lamas, J. (2017) "¿Hagan juego, menores?". Frecuencia de juego en menores de edad y su relación con indicadores de adicción al juego. *Revista Española de Drogodependencias*, 42(1). 34-47.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cox, B.J., Enns, M. W., & Michaud, V. (2004). Comparisons between the south oaks gambling screen and a DSM-IV-based interview in a community survey of problem gambling. *Canadian Journal of Psychiatry*, 49(4), 258-64.
- Dirección General de Ordenación del Juego –DGOJ (2015). *Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España*. Ministerio de Hacienda. Madrid
- Dirección General de Ordenación del Juego –DGOJ (2019) *Memoria de actividad 2018*. Ministerio de Hacienda. Madrid
- Dirección General de Ordenación del Juego –DGOJ (2019). <https://www.ordenacionjuego.es/es/juego-responsable-dgoj>
- Donati, M. A., Primi, C., & 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.
- 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
- Espada, J. P., & Mendez, F. X. (2003). *Programa Saluda*. Ed. Pirámide. Madrid.
- Ferland, F., Ladouceur, R., & Vitaro, F. (2005). Efficacité d'un programme de prévention des habitudes de jeu chez les jeunes: résultats de l'évaluation pilote. *L'Encephale*, 31(4), 427-436. doi:10.1016/S0013-7006(05)82404-2.
- Gómez-Yáñez, J.A., & Lalanda-Fernández, C. (2019) *Anuario del Juego en España*. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Rey Juan Carlos y Grupo Codere. Madrid.
- 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
- Hollander, E., Buchalter, A. J., & DeCaria, C. M. (2000). Pathological gambling. *Psychiatric Clinics of North America*. 23(3), 629-642.
- 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
- Ladouceur, R., Ferland, F., & Fournier, P. (2003). Correction of erroneous perceptions among primary school students regarding the notions of chance and randomness in gambling. *American Journal of Health Education*, 34(5), 272-277.
- Ladouceur, R., Ferland, F., & Vitaro, F. (2004). Prevention of problem gambling: Modifying misconceptions and increasing knowledge among Canadian youths. *Journal of Primary Prevention*, 25(3), 329-335. doi: 10.1023/B:JOPP.0000048024.37066.32.
- Ladouceur, R., Ferland, F., Vitaro, F., & Pelletier, O. (2005). Modifying youths' perception toward pathological gamblers. *Addictive Behaviors*, 30(2), 351-354. doi:10.1016/j.addbeh.2004.05.002.
- Ladouceur, R., Goulet, A., & Vitaro, F. (2013). Prevention programmes for youth gambling: a review of the empirical evidence. *International Gambling Studies*, 13, 141-159.
- Lloret, D., Cabrera, V., Castañón, A. et al. (2016). *Juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante: Estudio longitudinal de los hábitos de juegos de apuestas y los predictores psicosociales*. Diputación de Alicante.
- Lloret, D. Cabrera-Perona, V., & Núñez, R. (2018). Early Detection of Gambling Abuse Risk among Adolescents. Validation of Edgar_A Scale. *IV International Congress of Clinical and Health Psychology on Children and Adolescents*
- Neighbors, C., Rodriguez, L. M., Rinker, D., Gonzales, R. G., Agana, M., Tackett, J. L., & Foster, D. W. (2015). Efficacy of personalized normative feedback as a brief intervention for college student gambling: A randomized controlled trial. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 83, 500-511. doi: 10.1037/a0039125.
- Shaffer, H. J., & Hall, M. N. (2002). The natural history of gambling and drinking problems among casino employees. *The Journal of Social Psychology*, 142(4), 405-424.
- St-Pierre, R. A., Derevensky, J. L., Temcheff, C. E., Gupta, R., & Martin-Story, A. (2017). Evaluation of a school-based gambling prevention program for adolescents: Efficacy of using the theory of planned behaviour. *Journal of Gambling Issues*, 36, 113-137.
- Statista, (2017). Recuperado el 26 de mayo de 2019 de <https://es.statista.com/estadisticas/478629/facturacion-de-la-industria-textil-en-espana/>
- Williams, R. J. (2002). Prevention of problem gambling: A school-based intervention. Alberta: Canada: Alberta Gaming Research Institute. <https://www.uleth.ca/dspace/handle/10133/370>.
- Williams, R. J., Connolly, D., Wood, R., Currie, S., & Davis, R. M. (2004). Program findings that inform curriculum development for the prevention of problem gambling. *Journal of Gambling Research*, 16(1), 47-69.
- Williams, R. J., Wood, R. T., & Currie, S. R. (2010). Stacked Deck: an effective, school-based program for the prevention of problem gambling. *Journal of Primary Prevention*, 31(3), 109-25. doi: 10.1007/s10935-010-0212-x.