Lotería. ¿Por qué es tan popular? **Roque Amate.-** ¿Por qué juega la gente a la lotería? “Entretiene y es divertido”, dijo una portavoz de la comisión de loterías. Puede ser, pero el principal atractivo es sin duda el premio en metálico. A casi todo el mundo le vendría bien un poco más de dinero, y las loterías prometen mucho dinero. En el mundo incierto de hoy —con escaladas de precios, cracs del mercado de valores y empleos sin porvenir—, millones de personas creen que el único medio de hacerse ricos es la lotería.

Contribuye a su atractivo el que no?es complicada y es fácil de jugar. Hay muchos tipos de loterías. Por ejemplo, la loto —donde el jugador apuesta que cierta combinación de dígitos aparecerá en cifras publicadas con regularidad en los periódicos— o la llamada lotería instantánea, en la que la persona rasca el papel para descubrir si a los números que hay debajo les corresponde un premio. Todas tienen dos rasgos en común: que los jugadores ganan cuando los números de su billete corresponden a los que sacan los organizadores, y que, a diferencia de otros juegos de azar, no?se requiere habilidad o conocimiento especial para ganar, es cuestión de pura casualidad.

La gente también juega a las loterías porque les resulta fácil comprar los boletos. La mayoría de los estadounidenses pueden comprarlos en cualquier tienda de comestibles. En otras partes, si la administración de lotería no?está cerca, los jugadores pueden hacer sus apuestas por correo, teléfono, télex o fax.

¿Hay algo nuevo en las loterías?

¿Son nuevas las loterías? En absoluto. En las fiestas de la antigua Roma, los emperadores Nerón y Augusto sorteaban esclavos y propiedades. Probablemente uno de los primeros premios en metálico de que hay registro fue abonado en 1530 por una lotería de Florencia (Italia). En los siglos siguientes las loterías prosperaron en Europa y en América, proporcionando el dinero que ayudó a financiar Jamestown, el ejército continental y la construcción de prestigiosas universidades como las de Harvard, Dartmouth, Yale y Columbia.

Pero en el siglo?XIX el negocio de las loterías encontró dificultades. Los detractores del juego de azar en general protestaron y denunciaron que los sorteos estaban manipulados. Abundaba el soborno, la corrupción y la implicación en actos delictivos, y los promotores amasaban enormes ganancias. Como resultado, en Estados Unidos, Francia y Gran Bretaña se las declaró ilegales.

¿Acabó todo ahí? Es obvio que no. Las loterías continuaron prosperando en otros lugares, como en Italia y Australia. Carlos?III de España creó una lotería en 1763, y su versión moderna se estableció legalmente en 1812. Un país tras otro siguió la misma corriente: En 1933 Francia levantó su proscripción y estableció la
Loterie
nationale.
En la década de los treinta, Irlanda también estableció su famoso
Irish
Hospitals'
Sweepstake.
La
Takarakuji
de Japón empezó en 1945. Gran Bretaña aprobó las quinielas de fútbol y los sorteos de bonos del Estado, que en realidad eran loterías, aunque no?se les aplicase ese nombre. Y en 1964 se volvió a introducir en Estados Unidos.

Después, en la década de los setenta, dos factores transformaron el funcionamiento de la lotería. El primero fue la introducción de ordenadores conectados a puntos de venta, lo que permitió organizar sorteos casi ininterrumpidos para un elevado número de participantes que podían escoger sus propios números. Ya no?era necesario esperar semanas o meses para ver si habían ganado; podían saberlo en cuestión de días, horas o hasta minutos.

El segundo factor fue la introducción de la loto, un juego donde hay muchas posibilidades de no?ganar. En la loto, cuando no?se gana el "bote" se acumula, de forma que el premio en metálico puede alcanzar la cifra de millones de dólares. Con este juego las ventas aumentaron vertiginosamente y el negocio prosperó muchísimo.

Qué atrae a los promotores

¿Por qué promueven los gobiernos los juegos de azar? Porque es una manera fácil de recaudar dinero sin aumentar los impuestos. Mientras que las máquinas tragaperras y la ruleta

devuelven en premios en metálico hasta el 95% de lo recaudado, las loterías devuelven menos del 50%. Por ejemplo, en Estados Unidos, en 1988 se devolvieron en premios alrededor de 48 centavos de cada dólar gastado en lotería, y 15 centavos se destinaron a la promoción, ventas y administración. Los restantes 37 centavos se utilizaron para fondos dedicados a mejoras públicas, educación, atención sanitaria y ayuda a las personas ancianas. A escala nacional, la cifra ascendió a 7.200 millones de dólares (E.U.A.).

Pero los gobiernos no?organizan loterías solo para *ganar* dinero. Si se abstuviesen podrían *perder* dinero, porque sus ciudadanos jugarían en otra parte. De modo que cuando cierto país o estado instituye una lotería, sus vecinos se ven presionados a hacer lo mismo. Este efecto de bola de nieve puede verse en Estados Unidos: en 1964 solo había una lotería estatal, en 1989 ya ascendían a 30.

Sueños de riqueza

En vista de que hay muchas personas interesadas en el dinero de los consumidores, ¿cómo logran convencer al público los promotores de loterías para que jueguen? Mediante la publicidad; acudiendo a los profesionales de la persuasión.

¿Recalcan los anuncios que una parte (aunque pequeña) de los ingresos se dedicará a financiar la educación o a suministrar ayuda a las personas de edad avanzada? ¡Ni mucho menos! Ese aspecto raras veces se menciona. Al contrario, la publicidad recalca lo estupendo que sería ganar millones de dólares. Veamos algunos ejemplos:

? “El fabuloso estilo de vida de los *ricos* *y* *famosos* podría ser suyo *en* *un* *instante* ?[...] si juega a la famosa y multimillonaria *LOTO* *6/49* de Canadá.”

? “LA LOTERÍA DE FLORIDA?[...]. Hágase rico en la lotería más importante de América.”

? “Dinero
Made
in
Germany.
HÁGASE RICO y conviértase en millonario de la noche a la mañana.”

Es sin duda una publicidad audaz. No?obstante, cualquier esfuerzo por suavizarla suele terminar cuando los boletos no?se venden. Entonces los promotores recurren a juegos y técnicas de venta aún más intensos para atraer a nuevos jugadores y mantener el interés de los que ya lo son. Tienen que ofrecer constantemente algo que parezca nuevo. James Davey, director de la lotería de Oregón (E.U.A.), declaró: “Celebramos sorteos con motivos diferentes: las olimpiadas, las Navidades —a esta lotería la llamamos
Holiday
Cash—;
con la lotería
Lucky
Stars
(astros de la suerte) jugamos con los signos astrológicos de la gente. Hemos visto que cuando se organizan dos, tres, cuatro o cinco juegos a la vez se venden más boletos”.

Pero la mayor atracción de todas es ganar un cuantioso “bote”. Cuando en la loto el “bote” se acumula, como sucedió en 1989 en Pensilvania (E.U.A.) con 115 millones de dólares, se convierte en una gran noticia. La gente se lanza a comprar boletos con la “locura del jugador”, como lo expresó cierto autor. Y en medio del histerismo, hasta las personas que no?suelen jugar lo hacen.