Pídeselo a tu vendedor

José Mª Prieto
jefe de prensa de la ONCE

¿Cuáles son las ventajas de jugar al Cupón frente al juego en Internet?

La verdad es que no se trata de ventajas o desventajas, sólo de diferentes modalidades de acceso al juego. Ahora bien, el hecho de comprar el cupón y acercarse a uno de los más de 22.000 vendedores de la ONCE es bien diferente del frío clic para acceder a uno u otro juego en Internet.

El cupón es un juego de carácter social y, como tal, la relación directa cliente-vendedor es uno de sus principales activos y atractivos. La charla, el contacto, el conocimiento, la preocupación, el comentario, el interés por las cuestiones de la vida, de la familia, del trabajo o del tiempo: todo esto y mucho más es el cupón y el hecho de acercarte a comprarlo.

Además, hoy por hoy, el cupón de la ONCE y todas sus modalidades de juego son sólo el medio para una gran labor: la educación, la formación, la cobertura social, laboral, cultural o de ocio, entre otros aspectos, de unas 70.000 personas ciegas en España y de parte de los más de 3,5 millones de personas con otras discapacidades, a través de la labor de la Fundación ONCE. ¿Alguien se ha parado a pensar que, de no existir esta Organización, el Estado tendría que hacerse cargo de esta labor? Es un modelo sin parangón en el mundo que ha demostrado sobradamente su eficacia.

¿Cuáles son los inconvenientes?

Hombre, en Internet no llueve o no hace mucho frío o mucho calor, como en la calle, pero también "se cuelga" y te puede jugar malas pasadas cuando de verdad tienes interés en acceder a tu juego favorito. Eso no pasa al contar con un intermediario que, en ocasiones, es además amigo y te guarda tu cupón acudas o no acudas, pagues o no pagues.

No hace mucho tiempo, un cliente habitual de la ONCE recibió, después de faltar varios días a la cita diaria con su vendedora por una enfermedad, la sorpresa de que había ganado un importante premio sin haberlo pagado ni comprado expresamente, pero su agente vendedora lo hizo por él. Parece difícil que casos como este se den en Internet, al menos por ahora. El contacto humano es importante, al menos para algunos y la máquina parece que todavía no llega a los sentimientos.

¿Se diferencia el tipo de jugador según modalidad de juego?

Por supuesto. Cada persona tiene juegos favoritos y también costumbres y usos que le hacen más o menos predispuesto a uno u otro juego. Por eso los clientes de Internet no parecen tener mucho que ver con los clientes que acuden cada día al encuentro con los vendedores. Son otro "target", como dicen ahora los técnicos y los publicistas. Es más fácil que quienes tienen determinado ritmo de vida pegado a la oficina, al ordenador y a las tecnologías, y lo mismo en sus domicilios, accedan al juego en Internet.

Son grupos de ciudadanos diferentes, con usos diferentes, con edades diferentes e incluso puede que con sexos diferentes. Es importante destacar aquí que más de la mitad de los clientes fijos de los juegos de la ONCE son mujeres, lo que da una pista de las diferentes tipologías de sociedad que accede a cada juego.

¿Qué perspectivas a futuro tiene el juego presencial?

Desde luego, el avance de Internet está en todos los ámbitos de la vida, pero tal vez no sea capaz de acabar con algunas prácticas y costumbres. Pondré un ejemplo fácil de entender: cuando llegó la televisión, todo el mundo dio por acabada la radio y, sobre todo a los periódicos. Incluso cuando llegó el video, la famosa canción "Video killed the radio star", interpretada por "The Buggles", –cuyo video fue el primero en ser emitido por la cadena MTV en agosto de 1981– presagiaba la muerte de la radio entre explosiones de aquellos transistores de antes. Veinticinco años más tarde la radio sigue, y cada día con más fuerza, y el vídeo ha sido incluso superado por otros soportes más modernos. No todo es lo que parece en un principio.

¿Por qué prefieres el cupón a Internet?

En esta pregunta no puedo ni quiero ser objetivo. Conocer todo el mundo social que está detrás de las modalidades y productos de juego de la ONCE es más que suficiente para mí para preferir esta opción, además de las que ya he citado de cercanía, de contacto personal y de relación con otras personas, en este caso el vendedor. Eso no quiere decir que, en alguna ocasión, pueda optar por ambas opciones.