

**DECISIÓN 22/2015 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE REALIZAN OBSERVACIONES AL PROYECTO DE REAL DECRETO DE COMUNICACIONES COMERCIALES DE LAS ACTIVIDADES DE JUEGO Y JUEGO RESPONSABLE.**

1.- En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 24 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se ha iniciado el trámite de información pública del Proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de Actividades de Juego y de Juego Responsable.

2.- El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA, en adelante) saluda la futura publicación de una norma como esta que el CAA entiende imprescindible tal y como figura en la Decisión 8/2015 adoptada por el Pleno el pasado día 11 de diciembre. En la misma se considera “urgente” que se afronte “mediante ley” la regulación de la publicidad de los juegos de azar de acuerdo con las consideraciones jurídicas y el análisis de contenidos que constan en la referida decisión y cuyo texto íntegro se remite como alegación del CAA en el trámite de información pública en el que, en este momento, se comparece.

El Proyecto de Real Decreto viene a reconocer la absoluta insuficiencia de los instrumentos normativos y de autorregulación con los que actualmente cuenta el ordenamiento jurídico para conseguir una eficaz regulación de las comunicaciones comerciales sobre juegos de azar en una sociedad cambiante que con la implantación del juego en Internet hoy, en opinión del CAA, no garantiza una promoción responsable de las actividades de juego, desde la perspectiva de la necesaria protección de los menores de edad, la salvaguarda de otros colectivos vulnerables y la prevención de las ludopatías.

A corregir esta situación viene el Proyecto de Real Decreto que, desde luego, supone como queda dicho un importante avance y un evidente esfuerzo de regulación pero que, según la apreciación de este órgano regulador, adolece de alguna carencia o propone alguna solución claramente insuficiente.

3.- En este momento del procedimiento y de acuerdo con las competencias que la Ley atribuye al CAA, especialmente de salvaguarda de los derechos de los menores, jóvenes y otros colectivos necesitados de una mayor protección respecto a los contenidos de programación y a las emisiones publicitarias, las observaciones al texto se van a centrar en lo que se refiere a la protección de los menores.

El CAA entiende que no puede eludirse el debate político y social que aborde en profundidad y con el rango normativo necesario (ley) los riesgos de salud pública inherentes al juego y la necesidad de limitar la exposición a la publicidad de los mismos a los menores de edad y otros colectivos vulnerables. La protección de estos intereses requiere una regulación por ley que refuerce su protección mediante el establecimiento de medidas análogas a las establecidas para otras adicciones, como las del alcohol o el tabaco. Ciertamente, su regulación no puede descansar en un sistema de corregulación como el actualmente existente.



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	szkkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==	<b>Fecha</b>	16/04/2015
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/szkkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/szkkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==</a>	<b>Página</b>	1/3



Por el contrario, aun cuando el Proyecto de Real Decreto aborda la regulación de la publicidad del juego en horario protegido o en acontecimientos dirigidos a menores, lo cierto es que establece importantes excepciones o regulaciones “ad hoc” de determinados acontecimientos o manifestaciones que, desde nuestra perspectiva, no son compatibles con una efectiva protección de los menores ante esta actividad.

4.- Centrándonos en el contenido del articulado propuesto, el CAA quiere llamar la atención sobre la necesidad de extremar las garantías de cumplimiento y, por ello, la posibilidad de sanción de las previsiones del art. 7 respecto del principio de identificación de las comunicaciones comerciales y del anunciante.

Tal y como queda reflejado en la decisión del Pleno del CAA que se acompaña a estas alegaciones, el 96% (la práctica totalidad) de las comunicaciones comerciales de juego en radio no son fácilmente identificables ni reconocibles como tales con todo lo que ello conlleva. Resulta por ello imprescindible la concreción de las medidas para garantizar la necesaria identificación y separación entre los programas y los mensajes publicitarios de juego en las emisiones radiofónicas, como así está establecida en países de nuestro entorno. Ello es aún más necesario en la retransmisión de los acontecimientos deportivos para que no aparezca integrada en la narración o los diálogos.

5.- Respecto a los principios de responsabilidad social y juego responsable, es preciso extremar la vigilancia e incluso debería ser objeto de un desarrollo normativo que dejara más concretado el concepto y por tanto menos susceptible de “interpretaciones”, la previsión del párrafo a) del apartado 1 del art. 9 relativa a la prohibición de asociar, vincular o relacionar las actividades de juego con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social o profesional.

El CAA no comparte la excepción prevista el párrafo 3 del art. 10. El mensaje “*juega con responsabilidad*” no debe poder omitirse en ningún caso. Ciertamente habrá de adaptarse a las características del medio pero no debe omitirse ni “compensarse” con otras campañas o mensajes generales.

Las reflexiones sobre la efectiva protección al menor, se hacen especialmente críticas para este Consejo en la excepción que figura el apartado 4 del art. 10. La aparición de personas o personajes de notoriedad o fama realizando comunicaciones comerciales de actividades de juego, serán sin la más mínima duda en el caso de deportistas de élite y con una gran probabilidad en el caso de otras personas o actividades, asociadas al éxito, relevancia o notoriedad de esos personajes. A nuestro juicio esa excepción es una posibilidad real y prácticamente segura de que la protección que se pretende no sea efectiva.

6.- Por lo que se refiere a la accesibilidad por parte de los menores a este tipo de publicidad, el CAA considera que, de acuerdo con el principio de primacía del interés de menor y de precaución, la difusión de cualquier tipo de publicidad de juegos por televisión o radio, independientemente de la clase de juego de que se trate, debe estar prohibida en horario de protección de los menores, es decir, desde las 6 hasta las 22 horas. La exposición continuada a la publicidad de los juegos, puede distorsionar y banalizar la percepción de aquéllos y presentarlos como actividades carentes de potenciales consecuencias negativas relacionadas



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	szkkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==	<b>Fecha</b>	16/04/2015
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/szkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/szkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==</a>	<b>Página</b>	2/3



con el consumo compulsivo y patológico de los juegos. No existe justificación para distinguir entre tramos horarios en atención a la inmediatez entre la realización del juego y el hecho apostable o su consumo reiterativo. La publicidad de todos sin exclusiones únicamente debe estar permitida fuera del horario de protección de menores, siguiendo un régimen análogo al previsto en la Ley General de Comunicación Audiovisual para la publicidad de productos susceptibles de generar una adicción patológica.

Igualmente, nos resulta especialmente grave el contenido del apartado 4 del art. 15. A pesar de las limitaciones que se incorporan en el texto del precepto, lo cierto es que supone la posibilidad de que en horario de protección se emitan en programas de seguimiento masivo, comunicaciones comerciales que incitan a apostar, con posibilidad de jugar pequeñas cantidades, con resultados inmediatos y con una forma tecnológicamente al alcance de muchísimos menores. Las apuesta “durante” los acontecimientos deportivos tal y como las regula el proyecto de Decreto, suponen una quiebra total y evidente de la protección a los menores en esta actividad. A ello se une el peligro de la presentación de la actividad del juego ligándola con el deporte y promocionando una imagen consustancial entre ambos.

Por ello el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, reunido el 15 de abril de 2015 acuerda por mayoría, a propuesta de la Comisión de Contenidos y Publicidad las siguientes

### DECISIONES

1.- Efectuar observaciones al Proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de Actividades de Juego y de Juego Responsable en el trámite de información pública acordado.

2.- El CAA considera, a la vista de las consideraciones expuestas, que en el ámbito de la publicidad del juego en los medios audiovisuales deben tomarse medidas análogas a las establecidas para otras adicciones, como las del alcohol y el tabaco. La protección de la salud pública en este caso es asimilable a la que se demanda en relación con otros consumos susceptibles de generar una adicción patológica. El principio de prudencia y primacía del interés del menor requiere una regulación prescriptiva y limitativa en la que se establezcan condiciones y prohibiciones específicas en aras a la protección de los colectivos más vulnerables y especialmente de los menores.

3.- Dar traslado de la misma, en unión de la Decisión 08 /2015 del CAA sobre Comunicaciones Comerciales de Actividades de Juegos de Azar, a la Subdirección General de Regulación del Juego, adscrita a Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

En Sevilla, a 15 de abril de 2015  
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA.

Fdo: Emelina Fernández Soriano



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	szkkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==	<b>Fecha</b>	16/04/2015
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/szkkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/szkkaZ8pN1CAWWXQYunbbQ==</a>	<b>Página</b>	3/3

