




VOTO PARTICULAR DE LOS CONSEJEROS DON JOSÉ MARÍA ARENZANA, DON ISIDRO CUBEROS Y DOÑA CARMEN ELÍAS A LA DECISIÓN DEL PLENO SOBRE COMUNICACIONES COMERCIALES DE ACTIVIDADES DE JUEGOS DE AZAR


El 23 de noviembre de 2013 estos consejeros se abstuvieron y por tanto no apoyaron la realización del estudio sobre comunicaciones comerciales de juegos de azar en tanto consideraron que el Consejo Audiovisual de Andalucía tenía tareas más importantes en las que trabajar dado el escaso margen de maniobra que sus competencias le concedían en este campo. Año y medio después, en coherencia con aquella decisión, vuelven a abstenerse en la votación aunque el resultado del estudio aporta razones suficientes para votar en contra.

Esto es, según se desprende del estudio realizado y se recoge en la Decisión aprobada por la mayoría:

- 1- La Junta de Andalucía sólo tiene competencia sobre aquellas actividades ligadas a los juegos de azar que se desarrollen exclusivamente en Andalucía y no ha establecido por ley, código o norma, prohibición o limitación alguna a su publicidad. Es por tanto que el Consejo Audiovisual de Andalucía carece de competencias, pues no tiene base legal de referencia, para vigilar el hipotético cumplimiento de legalidad. Pero es además que, según se pone de manifiesto en el estudio y la Decisión aprobada, las actividades ligadas a los juegos de azar que se desarrollan exclusivamente en Andalucía son mínimas por no decir casi inexistentes. Se concluye pues que las competencias del Consejo Audiovisual en esta materia son muy escasas.
- 2- El estudio ha analizado las comunicaciones comerciales sobre juegos de azar emitidas en 2013 en 7 prestadores de servicio de televisión: Canal Sur TV, Antena 3, Cuatro, Telecinco, La Sexta, 13 TV e Intereconomía. En radio se han analizado los anuncios sobre juegos y apuestas emitidos en los programas *La Jugada en hora sur* y *La gran jugada*, ambos de Canal Sur Radio, *Carrusel deportivo* de la Cadena Ser, *Tiempo de juego* de la cadena COPE y *Radioestadio* de Onda Cero. Se da la circunstancia que de los 7 operadores de televisión y los 4 de radio estudiados, sólo Canal Sur TV y Canal Sur Radio están bajo la competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía, los demás por tener un ámbito de cobertura estatal son competencia del Ministerio. En Canal Sur Radio el estudio sólo recoge la emisión de 1 anuncio, correspondiente además a los llamados juegos con finalidad pública (los que corresponden a la ONCE y a las LAE, *Loterías y Apuestas del Estado*) cuyo control y supervisión, por ley, queda fuera de la normativa existente, la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual y *el Código de Conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades del juego*. En lo que

respecta a Canal Sur Televisión, el estudio recoge que el operador autonómico emitió 548 anuncios sobre juegos y apuestas en 2013, el 0,54% de la publicidad emitida por la cadena; de esos 548 anuncios, la mayor parte, 420, correspondieron a juegos con finalidad pública y sólo 128 a otro tipo de juegos y apuestas. Por lo demás, el informe sólo identifica los supuestos incumplimientos por operadores de TV analizados en el caso de emisión en horario de protección de menores; según esos datos facilitados, durante 2013 Canal Sur Televisión emitió 3 anuncios sobre juegos sin finalidad pública en horario de protección de menores, en torno a las 21.30 horas, unos 30 minutos antes de lo permitido. Según el estudio realizado esos 3 anuncios emitidos por Canal Sur Televisión corresponden a la campaña publicitaria 888POKER.ES. De todo lo dicho con anterioridad es fácil deducir que del estudio realizado se desprende que durante 2013 Canal Sur Televisión no emitió publicidad de juego que vulnerase legislación alguna sobre la que el Consejo Audiovisual tuviera competencia, pues los 3 anuncios detectados que se emitieron, supuestamente, en horario protegido corresponden a una actividad que se desarrolla en un ámbito superior a Andalucía y que, por tanto, escapa a la competencia de la Junta de Andalucía y con ello del Consejo.

- 
- 3- Más allá de lo dicho con anterioridad que como ya se ha puesto de manifiesto supone un conjunto de razones fundamentales y más que consistentes para no apoyar la Decisión aprobada por la mayoría, el propio documento mantiene que no existe una legislación de referencia que regule o prohíba las comunicaciones comerciales sobre el juego. En su defecto acude la Decisión aprobada a una Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJCE 2011/269) que, según aclara el informe jurídico que acompaña a la Decisión, en realidad se centra en la protección de los consumidores frente a la publicidad de actividades de juego ilegales. Por lo demás, en España, como norma a aplicar (en la línea de la autorregulación) existe el *Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades del juego*, cuyo cumplimiento y supervisión está a cargo de una *Comisión Mixta de Seguimiento* de la que forma parte la Dirección General de Ordenación del Juego, los Ministerios de Industria y Hacienda, representantes de los operadores del juego y de los prestadores del servicio de comunicación televisiva, radiofónica, de la sociedad de la información, editores de diarios y un representante de Autocontrol. El Consejo por tanto, asegura la Decisión aprobada, carece de competencias sobre el seguimiento y aplicación del Código.



Es decir si, ni la publicidad analizada corresponde a juegos de azar sobre los que la Junta de Andalucía tenga competencia, ni a RTVA, el único operador andaluz analizado, ha emitido publicidad de juegos sobre la que el Consejo sea competente, ni existe una legislación o código de autorregulación de los que este Consejo pueda supervisar su cumplimiento, ¿Qué sentido y justificación tiene haber empleado tiempo y recursos del Consejo, y por tanto de los andaluces, para realizar este estudio y su correspondiente Decisión?. Estos consejeros no logran encontrarlos.

