



Fòrum

d'entitats de
persones usuàries
de l'audiovisual

La publicitat dels jocs d'atzar

Desembre 2008

El dia 4 de desembre de 2001, a iniciativa del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, es va constituir el Fòrum de les persones usuàries de l'Audiovisual, amb l'objectiu de ser un marc de referència per intercanviar coneixements i idees, i donar resposta a les demandes de la societat civil en aquest sector.

Integrem el Fòrum entitats, associacions, organismes, universitats, sindicats i col·legis professionals, interessats en el món dels usuaris dels mitjans audiovisuals. El Fòrum s'organitza en grups de treball per aprofundir en temes específics i elaborar documents que promoguin la qualitat dels continguts i el bon ús dels mitjans. Les seves recomanacions no tenen caràcter vinculant per al CAC.

Aquest document va ser aprovat en la sessió plenària del Fòrum el 15 de juliol de 2008.

El sentit lúdic del joc el converteix en una de les activitats més característiques de l'ésser humà i en un element fonamental a l'hora d'introduir la infància en el ritual social. Tot i així, cal tenir una cura especial en la introducció dels jocs d'atzar en la nostra societat i fer-ne una difusió i una pràctica responsables.

Hem d'entendre per jocs d'atzar qualsevol activitat lúdica on intervingui la possibilitat d'obtenir un premi a canvi d'un risc econòmic. N'hi ha de dos tipus: els de resposta ràpida, on l'obtenció del premi s'aconsegueix de forma immediata, i els jocs la resolució dels quals s'obté al cap d'un temps. En l'annex del document es detallen i es defineixen algunes modalitats de jocs d'atzar.

La participació en jocs d'atzar pot comportar un risc associat i pot derivar en un joc patològic o ludopatia, que és un trastorn de la conducta que es manifesta per una tendència exagerada a participar en jocs d'atzar per tal d'obtenir una recompensa immediata. Aquest comportament de joc produeix dependència i trastorns afectius, laborals, econòmics i socials en la persona afectada que repercuteixen en la seva vida quotidiana. Aquests trastorns es poden agreujar per una exposició continuada per la representació que es fa en la publicitat i el fet de limitar-la pot ser útil per a les persones més vulnerables.

A l'efecte d'aquest document, també es considera joc d'atzar l'oferta de productes i de serveis que dugui aparellada la possibilitat d'obtenir un premi o un regal amb valor econòmic mitjançant la participació en un sorteig o un concurs en què el preu de la participació pot coincidir amb el preu del producte.

També inclourem dins dels jocs d'atzar aquelles modalitats en què, per aconseguir un premi, s'hagi de fer una despesa econòmica indirecta, una trucada, enviar un SMS a través d'un número de tarifació addicional o especial, o s'hagin d'adquirir productes o serveis (un sou per a tota la vida, viatges, etc.), la qual cosa implica també una aportació econòmica.

Mitjançant la publicitat es crea una expectativa de guany que pot induir a error els destinataris, en relació amb les possibilitats reals d'obtenir un premi amb contingut econòmic que pot causar un perju-

dici a la salut i als interessos econòmics de les persones. La publicitat hauria de realitzar una difusió responsable dels jocs d'atzar, que no tan sols inciti o estimuli a jugar, sinó que informi del fet que poden ser causa de ludopaties i d'endeutament.

S'exclouen de la definició dels jocs d'atzar els que tinguin una finalitat benèfica, per exemple les festes populars, els esdeveniments esportius, culturals, escolars...

Les loteries, les apostes per internet o les màquines recreatives o d'altres jocs d'atzar no estan sotmeses als mateixos controls jurídics, però les afectacions als jugadors són equivalents.

Per la gran influència que la publicitat té en els menors i d'altres col·lectius vulnerables, i perquè el joc pot generar dependència, convé establir uns principis mínims que permetin delimitar l'abast i el contingut de determinades formes publicitàries.

Per la incidència social d'aquestes modalitats de joc, es considera adient elaborar unes recomanacions sobre la publicitat dels jocs d'atzar amb l'objectiu de conformar unes normes definides per delimitar l'abast i el contingut de determinats usos en les formes publicitàries.

RECOMANACIONS

- 1.** No incitar a la participació compulsiva de jocs d'atzar, ja que pot generar hàbits o conductes patològiques.
- 2.** No es podrà fer una publicitat indirecta dels jocs d'atzar, entesa com a forma de reclam i de captació de jugadors que pugui conduir o fomentar, incentivar o promoure la pràctica del joc d'atzar...
- 3.** Prohibir la representació en els anuncis publicitaris d'associacions de jocs d'atzar amb la cultura o la pràctica d'un esport.
- 4.** Defugir en l'emissió d'esdeveniments esportius de fer publicitat de jocs d'atzar.
- 5.** Eludir la promoció d'activitats de jocs d'atzar per part d'herois i de personatges públics o d'esportistes d'elit.
- 6.** Evitar el menysteniment de la cultura de l'esforç i el treball com a forma fàcil per canviar d'estil de vida en la publicitat de jocs d'atzar.
- 7.** Evitar les expressions com ara "fàcil", "gratis", "beneficis" o "segur" per no crear falses expectatives en les persones.
- 8.** No recórrer a les possibles supersticions de les persones destinatàries ni apel·lar sistemàticament als sentiments de les persones.
- 9.** Informar sobre l'autorització, els preus del servei, la identificació del prestador i qualsevol altre requisit que sigui imprescindible perquè les persones usuàries puguin accedir amb plenes garanties de forma clara i entenedora.
- 10.** No incitar, directament o indirectament, els menors a comprar o a contractar serveis relacionats amb jocs, apostes, loteries i sorteigs en general.
- 11.** Defugir de l'explotació de la inexperiència i la falta de maduresa de menors, adolescents i altres persones vulnerables, i en cap cas no podrà fer ús d'argumentacions adreçades a menors.

12. Evitar qualsevol forma de publicitat de jocs d'atzar en els programes audiovisuals durant l'horari de protecció dels menors (6.00 h a 22.00 h).

13. Defugir dels patrocini i de les esponsoritzacions d'empreses que realitzen activitats en matèria de joc en activitats esportives o d'oci en les quals participin menors d'edat.

14. Evitar la representació en la publicitat de menors d'edat o de persones que semblin menors, que juguin a un joc de sort, d'envit o d'atzar o que hi participin d'alguna manera.

15. Prohibir l'emissió de publicitat de patrocini i d'esponsorització de les activitats de joc, en ràdio i televisió, en els programes o espais especialment destinats al públic menor d'edat, sigui quina en sigui l'hora d'emissió.

16. Introduir en els anuncis audiovisuals dels jocs d'atzar una pantalla en color x o una locució al final on s'indiqui que:

1. És un joc d'atzar
2. Informeu-vos de les condicions de participació
3. Pot generar addiccions

17. Diferenciar els missatges publicitaris dels jocs d'atzar d'aquells que anuncien serveis d'apostes; en aquest cas no caldrà fer servir la pantalla d'identificació del tipus de joc, però s'indicarà de forma clara i visible el nom comercial de l'empresa de serveis d'apostes.

Aquestes recomanacions són extensibles als missatges publicitaris que realitzin les empreses de serveis d'apostes i/o serveis vinculats als jocs i les apostes.

Annex

A Catalunya estan autoritzats la loteria, els jocs que es poden practicar exclusivament en casinos de joc, plena o bingo, les màquines recreatives amb premi i d'atzar, les rifes, les tómboles, les combinacions aleatòries, les apostes hípiques, les apostes de llebrers i les apostes de trinquet.

A continuació es detallen i es defineixen algunes modalitats de jocs:

El joc del bitllet és el que té lloc mitjançant una adquisició per un preu determinat, que indicarà expressament el premi en metàl·lic, el qual haurà d'ésser desconegut fins que es dugui a terme l'acció de rascar i/o d'obertura.

La loteria és un model de joc en què es concedeixen premis en metàl·lic quan el número o els números expressats en el dècim en poder del jugador coincideixen en tot o en part amb el número o els números premiats mitjançant un sorteig.

La rifa és una modalitat de joc que consisteix en un sorteig d'un bé o d'un servei, però en cap cas en premis en metàl·lic. El sorteig es duu a terme entre diverses persones mitjançant l'adquisició de butlletes o de bitllets d'import únic. El total de les butlletes emeses haurà de satisfer, com a mínim, el valor de l'objecte sortejat.

La tómbola és una modalitat de joc en què les persones participen en un sorteig de diversos objectes exposats al públic, mitjançant l'adquisició d'una butlleta o d'una papereta d'import únic on s'indicarà el premi que es pot obtenir.

La combinació aleatòria és aquell sorteig que, amb finalitats exclusivament publicitàries o de promoció d'un producte o servei, i tenint com a única contraprestació el consum del producte o el servei sense cap increment del cost ordinari, ofereixen determinats premis en metàl·lic, espècies o serveis.

L'aposta és una activitat de joc per la qual s'arrisca una quantitat de diners, amb expectativa d'obtenir un premi econòmicament avaluable, sobre els resultats d'un esdeveniment prèviament determinat, de desenllaç futur, incert i aliè a les parts que hi intervenen.

Les màquines recreatives i d'atzar o aparells automàtics que a canvi d'un preu cert ofereixen a l'usuari únicament un temps d'utilització per al sol entreteniment o bé l'obtenció d'un premi.

LLISTAT D'ENTITATS, ASSOCIACIONS I ORGANITZACIONS DEL FÒRUM

Agència Catalana del Consum (ACC)
AIS Atenció i Investigació de Socioaddiccions
Associació de Consumidors de la Província de Barcelona (ACPB)
Associació de Mestres Rosa Sensat
Associació Promotora de l'Orientació del Consum de la Gent Gran (PROGRAM)
Associació per la Informació dels Consumidors (ASSIC)
Associació Canal Comunica
Associació Centre Català d'Addiccions Socials (ACENCAS)
Associació de Disminuïts Físics d'Osona (ADFO)
Associació de Jubilats i pensionistes 1978 de la província de Tarragona
Associació de realitzadors i productors audiovisuals de Girona (ARPAGI)
Associació Sant Tomàs (PAMO)
Associació Tarraco de Protecció als Consumidors i Usuaris de la Província de Tarragona (ATPCU)
Associació Veus Diverses
Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)
Càtedra UNESCO Dones, desenvolupament i cultures de la Universitat de Vic (UVIC)
Centre d'estudis Interdisciplinaris de la dona de la Universitat de Vic (UVIC)
Col·legi de Pedagogs de Catalunya (COPEC)
Col·legi de Periodistes de Catalunya (demarcació Lleida)
Col·legi Oficial de Psicòlegs de Catalunya (COPC)
Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya (CPAC)
Confederació de la Comissió Obrera Nacional de Catalunya (CCOO)
Consell de Col·legis de Diplomats en Infermeria de Catalunya
Consorci Digital Mataró - Maresme
CUS: Salut, Consum i Alimentació (CUS)
Departament d'Educació. Servei de Programes d'Innovació Educativa
Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)
Departament de Filologia Catalana i Comunicació Audiovisual de Lleida (UDL)
Departament de Pedagogia de la Universitat de Girona (UDG)
Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra (UPF)
Drac Màgic
Escola de Ciències de la Salut de la Universitat de Vic (UVIC)
Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya (ESCAC)

Escola universitària de realització audiovisual i multimèdia (ERAM)
Estudis d'Educació social de la Universitat de Vic (UVIC)
Facultat d'Educació de la Universitat de Vic (UVIC)
Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic (UVIC)
Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull (URL)
Facultat de Ciències de l'Educació de la Universitat de Lleida (UDL)
Facultat de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport Blanquerna de la Universitat Ramon Llull (URL)
Federació d'Associacions de Gent Gran de Catalunya (FATEC)
Federació d'Associacions de Pares d'Alumnes de Catalunya (FAPAC)
Federació de Cooperatives de Consumidors i Usuaris de Catalunya (FCCUC)
Federació de Moviments de Renovació Pedagògica de Catalunya (FMRPC)
Fundació del Món Rural
Fundació Museu del Cinema. Col·lecció Tomàs Mallo
Grup d'Entitats Catalanes de la Família (GEC)
Institut Català de les Dones (ICD)
Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona (ICE)
Mitjans. Xarxa d'Educadors i Comunicadors
Observatori de les Dones en els Mitjans de Comunicació
Observatori Europeu de la Televisió Infantil (OETI)
Observatori sobre la cobertura de Conflictes als mitjans de comunicació
Òmnium Cultural (Delegació Ponent-Lleida)
Organització de Consumidors i Usuaris de Catalunya (OCUC)
Programa per al Col·lectiu Gai, Lesbià i Transsexual del Departament d'Acció Social i Ciutadania (GLT)
Sies.TV
Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC)
Spectus. Educació i Mitjans de Comunicació
Teleeduca, educació i comunicació, S.C.P
Teleespectadors Associats de Catalunya (TAC)
Televisions Locals de Catalunya (TLC)
Unió de Consumidors de Catalunya (UCC)
Unió General de Treballadors de Catalunya (UGT)
Unió Sindical Obrera de Catalunya (USOC)
USTEC-STEC
Xarxa Audiovisual Local (XAL)



Fòrum

d'entitats de
persones usuàries
de l'audiovisual

forum.cac@gencat.cat
www.cac.cat



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**