

11 d'octubre de 2018

NOTA DE PREMSA

El CAC urgeix que la regulació del joc en línia inclogui la prohibició d'anuncis durant l'horari protegit

- El CAC, davant el pacte per al Projecte de Llei de pressupostos per al 2019, recorda que ja es va posicionar a favor d'unes normes més restrictives del joc en línia, atesa la proliferació de casos de ludopatia entre les persones més joves
- El regulador català demana prohibir la presència de famosos en els anuncis, limitar l'accés dels menors a les aplicacions de joc gratuït i no permetre bons ni bonificacions que incentivin el joc
- El joc en línia ja és la causa principal de ludopatia entre els de menys de 26 anys
- Un informe del CAC mostra que els anuncis de joc en línia van copar el 45% de la publicitat d'una retransmissió esportiva de ràdio i el 20% de la publicitat d'un partit de futbol

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) reclama la prohibició d'emetre publicitat de jocs d'atzar i apostes durant la franja d'horari protegit, que va de les 6 a les 22 hores. També demana eliminar la presència de personatges famosos en les comunicacions comercials esmentades i considera que s'ha de limitar l'accés dels menors a les aplicacions de joc gratuït i no permetre bons ni bonificacions que incentivin el joc.

El CAC, que en els darrers mesos s'ha posionat en diverses ocasions sobre aquesta qüestió, vol subratllar la necessitat d'unes normes més restrictives davant l'anunci del pacte sobre el Projecte de Llei de pressupostos signat avui, 11 d'octubre, pel president del Govern central, **Pedro Sánchez**, i pel secretari general de Podemos, **Pablo Iglesias**, que inclou, entre altres aspectes, "una regulació de la publicitat del joc d'atzar i aposta en línia d'àmbit estatal similar a la dels productes del tabac"

El Ple del CAC va aprovar l'1 de març de 2017 un informe sobre la publicitat del joc i les apostes en línia. Posteriorment, el 16 de juny de 2017, el CAC va participar en una jornada organitzada pel Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual, en què va demanar una regulació més estricta sobre

aquesta qüestió. I finalment, l'11 de gener de 2018, el Ple del CAC va aprovar un Acord en resposta a la sol·licitud efectuada pel Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques sobre el Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc i de joc responsable.

L'Acord del Consell sobre el Projecte de reial decret suposava un reforçament de les restriccions que preveu el Ministeri pel que fa a les comunicacions comercials sobre joc. El CAC ho justifica tot considerant que actualment la protecció dels menors no queda prou garantida.

Pel que fa a les restriccions horàries, el Projecte de reial decret proposava prohibir les comunicacions comercials sobre joc durant les franges de protecció reforçada per als esdeveniments en directe, així com l'establiment de regulacions diferents per a la resta de comunicacions comercials, segons la tipologia de joc. Les franges de protecció reforçada són entre les 8 i les 9 hores i entre les 17 i les 20 hores en el cas dels dies laborables i entre les 9 i les 12 hores dissabtes, diumenges i festius.

El CAC, davant l'evidència, entre altres consideracions, que molts esdeveniments esportius es juguen en cap de setmana a partir de les 12 hores, demana reforçar les restriccions i proposa estendre la prohibició a la totalitat de l'horari protegit, que va de les 6 a les 22 hores tots els dies de l'any. El CAC justifica aquesta petició en el fet que la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, estableix que els programes d'atzar i apostes només es poden emetre entre l'1 i les 5 de la matinada, si bé no estableix disposicions específiques a les comunicacions comercials sobre les activitats de joc.

Personatges famosos

Pel que fa a la presència de personatges famosos, reals o de ficció, en els anuncis, el CAC també demana endurir les restriccions que estableix el Projecte de reial decret, en el sentit de prohibir-ne la presència amb caràcter absolut.

El Projecte de reial decret admetia la possibilitat, entre d'altres, que personatges famosos fossin precisament els protagonistes de pronunciar el missatge "Juga amb responsabilitat". Segons el CAC, aquesta possibilitat podria confondre les campanyes de prevenció amb les comunicacions comercials de les activitats de joc. Pel CAC, l'única opció perquè hi apareguin personatges de rellevància seria en les campanyes específiques de prevenció dels riscos del joc que duguin a terme les administracions públiques o les entitats que no tinguin cap relació amb cap operador de joc.

El CAC també creu que la narració de la comunicació comercial no ha de ser realitzada per les mateixes persones que duen a terme la retransmissió de l'esdeveniment o que hi participin. Segons el Consell, aquest supòsit podria

causar confusió entre la comunicació comercial i la retransmissió mateixa, ja que situaria les persones locutores, ni que sigui indirectament, com a incitadores de l'acció d'apostar.

En el mateix sentit, el CAC proposa que hi hagi una identificació més clara de les comunicacions comercials, de manera que la sobreimpressió de la paraula "publicitat", "publi" o similar s'hauria de mantenir durant tota l'emissió de la comunicació comercial.

Aplicacions de joc gratuït i bons per incentivar el joc

El Projecte de reial decret preveia la possibilitat que els operadors de joc oferissin, en les seves plataformes, aplicacions de joc gratuït com a element promocional. El Consell considera que s'hauria de recollir expressament la prohibició d'accés dels menors a aquestes aplicacions de joc gratuït en les comunicacions comercials, atès que poden ser la porta d'entrada al joc i generar un hàbit que, en arribar a la majoria d'edat, podria comportar, entre altres efectes, una addicció al joc.

Així mateix, el Projecte preveia la possibilitat que l'operador de joc realitzés activitats de promoció per a l'oferta dels jocs que comercialitzi, incloent-hi les circumscrites a jocs específics o participacions o apostes concretes, i oferís bons o bonificacions per la inscripció o participació de la persona que jugui, sempre que es compleixin unes cauteles determinades.

El CAC considera que, atès el caràcter d'incentivació al joc d'aquest tipus de promocions i els seus efectes, d'aquestes activitats —tant de bons i bonificacions com d'ofertes de joc gratuït—, no se n'ha de donar publicitat en els mitjans de comunicació.

Les dades indiquen un creixement molt important del joc en línia i un augment en paral·lel de les ludopaties derivades d'aquest fenomen, amb l'agreujant que les persones triguen menys temps a adquirir-les. En concret, si en el joc presencial (com ara les màquines escurabutxaques) calen entre 7 i 10 anys per desenvolupar una ludopatia, en el joc per internet només són suficients entre 1 i 2 anys. El resultat és que entre les persones de menys de 26 anys el joc en línia ja és la causa principal de ludopatia.

En aquest sentit, a més, cal tenir present que una part substancial dels anuncis que s'emeten durant les retransmissions esportives corresponen a operadors de joc i apostes en línia. En concret, segons l'informe del CAC publicat el març del 2017, els anuncis de joc en línia van copar el 45% de la publicitat d'una retransmissió esportiva de ràdio i el 20% de la publicitat d'un partit de futbol.

Més informació: Comunicació del CAC • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona
Tel.: 935 575 000 i 627 480 483 • **Fax:** 935 575 003
Adreça electrònica: comunicacio.cac@gencat.cat
Web: www.cac.cat