

**ACUERDO 16/2020 de 19 de febrero, del Pleno
del Consejo del Audiovisual de Cataluña**

De aprobación del Informe 20/2020 del Área de Contenidos, de 11 de febrero, sobre el análisis de la presencia de contenidos en relación con el juego y las apuestas en línea

El Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), de acuerdo con el artículo 82 de la Ley Orgánica 6/2006, de 19 de julio, de reforma del Estatuto de autonomía de Cataluña, como autoridad reguladora independiente en el ámbito de la comunicación audiovisual pública y privada, y de conformidad con las funciones otorgadas por la Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consejo del Audiovisual de Cataluña, y la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña, tiene entre sus atribuciones la observancia de la publicidad y la televenta; la protección de la infancia y la adolescencia ante los contenidos audiovisuales; así como el fomento de la educación mediática, la autorregulación y la corregulación en el ámbito audiovisual.

La incidencia que la publicidad de juegos y apuestas puede tener entre la población más vulnerable, y en especial entre los adolescentes, es una preocupación del Consejo. Una incidencia que se ve incrementada por la facilidad de acceso a este tipo de juego derivada del uso generalizado de las tecnologías de la información y la comunicación y que, en el caso de la población más joven, facilita un acceso precoz, dada su habilidad tecnológica, y aumenta su exposición a mensajes inadecuados.

Esta preocupación queda reflejada en la actuación del Consejo. Así, a través del Acuerdo 18/2017, del Pleno del Consejo de 1 de marzo, se aprobaba el Informe 9/2017 sobre el análisis de la presencia de contenidos en relación con el juego y las apuestas en línea. Posteriormente, mediante el Acuerdo 115/2018, de 19 de diciembre, se aprobó el Informe 57/2018, sobre la misma temática. Ambos informes aportan datos, entre otros, sobre la presencia de la publicidad de juegos y apuestas en las franjas de protección de la infancia y la adolescencia en los servicios de comunicación lineales; sobre la relación de la publicidad de juegos y apuestas con determinadas tipologías de programas; sobre la existencia de elementos de protección de las personas menores de edad en los contenidos audiovisuales de juegos y apuestas, y también sobre la presencia de estos contenidos en las webs y en las plataformas de intercambio de vídeos.

Los informes del Consejo tenían como uno de los puntos de referencia los documentos elaborados por el Foro de entidades de personas usuarias del audiovisual, creado en diciembre de 2001 a iniciativa del CAC como marco de referencia para intercambiar conocimientos e ideas, y dar respuesta a las demandas de la sociedad civil en este sector. En el año 2008 elaboró el documento *La publicidad de los juegos de azar*. Este documento fue revisado y adaptado en 2014 bajo el título *Los menores y la publicidad de los juegos de azar en línea*. En ambos casos se pretendía aportar una serie de recomendaciones con referencia al contenido de la publicidad del juego. Posteriormente, en 2016, el Foro elaboró el documento *Con los jóvenes no se juega*, donde se hace un análisis de los elementos visuales y sonoros de una muestra de las comunicaciones comerciales de los juegos en línea.

Por otra parte, el Consejo ha hecho público su posicionamiento sobre la publicidad de juegos y apuestas a través el Acuerdo 1/2018, por el que se aprobaba el documento de observaciones al Proyecto de Real Decreto de comunicaciones comerciales de las actividades de juego y de juego responsable. En este documento el Consejo pedía, entre otros aspectos, prohibir los anuncios de juego durante el horario protegido, limitar el

acceso de los menores de edad a las aplicaciones de juego gratuito, no permitir bonos ni bonificaciones que incentiven el juego y prohibir la presencia de famosos en los anuncios.

Respondiendo a la voluntad de hacer un seguimiento de aquellos contenidos audiovisuales que pueden afectar especialmente a las personas menores de edad, el CAC ha elaborado un nuevo informe, el 20/2020, del Área de Contenidos, de 11 de febrero, sobre la presencia de contenidos de promoción del juego y las apuestas en línea, en el que se analiza la identificación de las comunicaciones comerciales, el ofrecimiento de bonos de juego o promociones, el respeto de los principios de responsabilidad social y de juego responsable, la presencia de advertencia de contenidos prohibidos a personas menores de 18 años, la presencia de elementos como la incitación directa o indirecta al juego o a las apuestas, la aparición de personas de relevancia o notoriedad pública, la oferta de préstamos y la vinculación del juego con el éxito personal, social o profesional, entre otros.

El medios analizados son las televisiones generalistas de ámbito catalán (TV3 y 8tv) y las de ámbito estatal con más audiencia (La1, Telecinco, Cuatro, Antena 3 TV y laSexta), así como tres canales especializados en deportes, uno de ámbito catalán (Esport3) y dos estatales (GOL y TDP) y una suscripción (Movistar La Liga), las radios de ámbito catalán (Catalunya Ràdio y RAC1) y estatal (SER, COPE y Onda Cero) con más audiencia en Cataluña y en el conjunto del Estado, respectivamente, webs de prestadores de servicios de televisión lineales de los grupos públicos (CCMA y RTVE) y privados (Mediaset, Atresmedia y EDC) y la principal plataforma de intercambio de vídeos (Youtube).

Es por ello que el Pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña ha adoptado, por unanimidad, el siguiente

ACUERDO

1. Aprobar el Informe 20/2020 del Área de Contenidos, de 11 de febrero, sobre el análisis de la presencia de contenidos en relación con el juego y las apuestas en línea, que se anexa como parte integrante del presente acuerdo.
2. Remitir el presente acuerdo y el Informe 20/2020 del Área de Contenidos, de 11 de febrero, a la Mesa del Parlamento de Cataluña, a la Comisión de Control de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, a la Comisión de Salud, al vicepresidente del Govern y consejero de Economía y Hacienda, a la Dirección General de Tributos y Juegos del Departamento de la Vicepresidencia y de Economía y Hacienda, a la consejera de Salud, a la Secretaría de Salud Pública del Departamento de Salud, a la Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Hacienda, al ministro de Consumo, al ministro de Sanidad, a la delegada del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, al Congreso de los Diputados y al Senado, a la Agencia Catalana del Consumo, al Consejo de Colegios de Médicos de Cataluña y a la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) a los efectos oportunos.

Barcelona, 19 de febrero de 2020

Roger Loppacher i Crehuet
Presidente

Daniel Sirera Bellés
Consejero secretario



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

INFORME 20/2020

Àrea de Contenidos

Barcelona, 11 de febrero de 2020

Análisis de la presencia de contenidos de promoción del juego y las apuestas en línea

ÍNDICE

1. Objeto de estudio	5
2. Universo de estudio	5
3. Periodo de análisis	6
4. La regulación del juego y las apuestas	7
4.1 Marco regulador de la actividad del juego	7
4.2 Marco de correulación y de autorregulación en relación con el juego y las apuestas	12
4.2.1 El “Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego”	12
4.2.2 Otros	15
4.2.3 YouTube. Las normas de la comunidad	16
5. Metodología	17
5.1 Variables de análisis genéricas	17
5.2 Variables propias de cada servicio	18
5.2.1 Canales de televisión y emisoras de radio lineales	18
5.2.2 Webs de los prestadores de servicios de televisión	19
5.2.3 Plataformas de intercambio de vídeos	19
6. Consideración del carácter publicitario de la presencia de un producto, servicio o marca en los contenidos no lineales emitidos en internet	20
7. Presencia de publicidad de juego y apuestas en los medios lineales	21
7.1 Televisión	23
7.1.1 Telecinco	24
7.1.2 Cuatro	26
7.1.3 Antena 3 TV	28
7.1.4 laSexta	32
7.1.5 8tv	36
7.1.6 GOL	38
7.1.7 Movistar LaLiga	45
7.2 Radio	51
7.2.1 RAC1	52
7.2.2 SER	55
7.2.3 Onda Cero	60
7.2.4 COPE	62
7.3 Publicidad de juego y apuestas en las retransmisiones deportivas	67
7.3.1 Esport3	67

7.3.2	GOL	68
7.3.3	Catalunya Ràdio	69
7.3.4	RAC 1	69
7.3.5	SER	70
7.3.6	COPE.....	71
7.3.7	Onda Cero	71
7.3.8	Movistar LaLiga	72
7.4	Comprobación de la adaptación de las comunicaciones comerciales a la modificación del Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego	73
8.	Presencia de publicidad de juego y apuestas en Internet	79
8.1	Búsquedas en Google y YouTube	81
8.2	Webs de prestadores de servicios de televisión lineal.....	83
8.2.1	Web de la CCMA.....	83
8.2.2	Web de 8tv.....	86
8.2.3	Web de RTVE.....	86
8.2.4	Webs del grupo Mediaset.....	87
8.2.5	Webs del grupo Atresmedia	109
9.	Plataformas de distribución de vídeos	135
9.1	Vídeos con elementos de promoción del juego y las apuestas	135
9.1.1	Canal Carlos Lopez	138
9.1.2	Canal Código Trading.....	146
9.1.3	Canal Le Picks.....	154
9.1.4	Canal Pro Gadget Review	163
9.1.5	Canal SUMAVERDES	169
9.1.6	Canal TOBBALink.....	176
10.	Conclusiones	185

1. Objeto de estudio

Analizar la presencia de publicidad y patrocinio de las actividades de juego y apuestas en línea, y de otros contenidos que hagan promoción, en emisiones de servicios de comunicación audiovisual lineal (radio y televisión), en sitios web de prestadores del servicio de televisión lineal y en plataformas de intercambio de vídeos.

2. Universo de estudio

El universo de estudio está formado por:

- a) Las **televisiones generalistas** de ámbito catalán (TV3 y 8tv) y las de ámbito estatal con más audiencia (La1, Telecinco, Cuatro, Antena 3 TV y laSexta)¹
- b) **Televisiones especializadas en deportes**, una de ámbito catalán (Esport3) y tres de alcance estatal, dos en abierto (GOL, TDP) y una de suscripción (Movistar LaLiga).
- c) Las **radios** de ámbito catalán (Catalunya Ràdio y RAC1) y estatal (SER, COPE y Onda Cero) con más audiencia en Cataluña y en el conjunto del Estado, respectivamente.¹
- d) **Webs de prestadores de servicios de televisión** lineales de los grupos públicos (CCMA, RTVE) y privados (Mediaset, Atresmedia y EDC).
- e) La principal **plataforma de intercambio de vídeos**: YouTube.

Dada la naturaleza inabarcable de los contenidos publicados en YouTube, se seleccionan 6 canales que cumplen las siguientes condiciones:

- Presentan contenidos, en algún vídeo, que promueven el juego y las apuestas.
- El acceso a los contenidos es libre y no requiere registro previo ni de verificación de la mayoría de edad.
- El número de visualizaciones del total de vídeos que integran el canal es superior a 1 millón.

¹ Los datos de audiencia corresponden a 3ª Ola del Estudio General de Medios (EGM), que recoge los datos obtenidos entre septiembre y noviembre de 2019.

Adicionalmente a estos criterios, se han elegido canales de temas diversos: dedicados íntegramente al juego y las apuestas; a la inversión en campos diferentes; a la tecnología y los videojuegos.

3. Periodo de análisis

La monitorización de estos contenidos en los **medios lineales** (televisión y radio) comprenden las 24 horas de un día. En concreto, se analizan:

- **Televisiones generalistas y emisoras de radio:** un día (18 de diciembre) con un partido de fútbol significativo (FC Barcelona-Real Madrid).
- **Televisiones en abierto especializadas en deportes:** un día (22 de diciembre), que coincide en fin de semana, cuando la actividad deportiva es mayor.
- **Televisión de suscripción especializada en deportes Movistar LaLiga:** dado que tiene los derechos de emisión del partido FC Barcelona-Real Madrid, se analiza el día 18 entre la franja de 19 h a 22 h, coincidiendo con dicha retransmisión.

Posteriormente a la entrada en vigor de la revisión parcial del *Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego* (el 15 de enero de 2020), se realiza una monitorización, a través de una muestra equiparable a la del mes de diciembre, de comunicaciones comerciales de juego y apuestas emitidas en los canales de radio y televisión, para identificar la eventual adaptación a las nuevas normas.

En cuanto a los contenidos no lineales emitidos en **internet**, se analizan las diversas webs y plataformas de intercambio de vídeos durante el periodo que va del 23 de diciembre de 2019 al 30 de enero de 2020.

4. La regulación del juego y las apuestas

4.1 Marco regulador de la actividad del juego

En el ámbito de la Unión Europea, las actividades de juego *online* no tienen un tratamiento normativo común en los diferentes estados miembros, dado que tanto la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y de Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico), como la Directiva 2006/123/CE de Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, excluyen las actividades del juego que impliquen apuestas de valor monetario.

Sin embargo, el Parlamento Europeo, especialmente, mediante la Resolución de 10 de septiembre de 2013 sobre el juego en línea en el mercado interior, y también la Comisión Europea,² a partir del Libro Verde sobre el juego en línea del mercado interior, de 23 de marzo del 2011, y particularmente, de la Recomendación relativa a los principios para la protección de los consumidores y los usuarios de servicios de juego en línea y la prevención del juego en línea entre los menores, de 14 de julio de 2014, han hecho patente los retos que supone esta actividad para los poderes públicos, y los problemas que plantea el desarrollo de las ofertas del juego en línea en relación con la protección a la persona consumidora.

En el marco de la legislación española, la Ley 13/2011, de 27 de mayo, **de regulación del juego**, regula la actividad de juego de ámbito estatal realizada a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos e interactivos en los que los medios presenciales tienen un carácter accesorio.

Esta Ley define *juego* y apuestas en el artículo 3:

“[...] a) Juego. Se entiende por *juego* toda actividad en la que se arriesguen cantidades de dinero u objetos económicamente evaluables en cualquier forma sobre resultados futuros e inciertos, dependientes en alguna medida del azar, y que permitan su transferencia entre los participantes, con independencia de que predomine en ellos el grado de destreza de los jugadores o sean exclusiva o fundamentalmente de suerte, envite o azar. Los premios podrán ser en metálico o especie dependiendo de la modalidad de juego.

² Véase también, COMUNICACIÓN. “Hacia un marco europeo global para juegos de azar en línea”, de 23 de octubre de 2012.

[...] c) Apuestas. Se entiende por *apuesta*, cualquiera que sea su modalidad, aquella actividad de juego en la que se arriesgan cantidades de dinero sobre los resultados de un acontecimiento previamente determinado cuyo desenlace es incierto y ajeno a los participantes, determinándose la cuantía del premio que se otorga en función de las cantidades arriesgadas u otros factores fijados previamente en la regulación de la concreta modalidad de apuesta”

Así, para que una actividad se considere “juego de apuestas” debe cumplir los siguientes requisitos:

- Que se arriesgue dinero. Es decir, el juego gratuito o meramente por diversión no requiere un título habilitante.
- Que se base en resultados futuros o de azar, independientemente del grado de destreza que requiera.
- Que haya premios, en dinero o en especie.

La Ley 13/2011 requiere disponer de un título habilitante para ofrecer determinados juegos en España. Los títulos habilitantes obtenidos en otros estados no son válidos en España.

En este sentido, la DG de Ordenación del Juego publica, en su web, la relación de operadores con licencia, los juegos y las apuestas a las que hace referencia, así como la eventual autorización para realizar publicidad. Dicha autorización es un requisito recogido también en la Ley 34/1988, general de publicidad.

Igualmente, en relación con la **publicidad**, en el artículo 7 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, se recogen los principios generales aplicables a la publicidad, el patrocinio y la promoción del juego. En su apartado 2 se dispone el desarrollo reglamentario de las comunicaciones comerciales, aún pendiente.

Además, en el artículo 6.2 de dicha Ley se establecen prohibiciones objetivas de la actividad del juego para determinadas personas entre las que se encuentran los menores y otras personas vulnerables:

“2. Desde un punto de vista subjetivo, se prohíbe la participación en los juegos objeto de esta Ley a:

- a) Los menores de edad y los incapacitados legalmente o por resolución judicial, de acuerdo con lo que establezca la normativa civil.

b) Las personas que voluntariamente hubieren solicitado que les sea prohibido el acceso al juego o que lo tengan prohibido por resolución judicial firme.”

En cuanto a la publicidad, en el artículo 20.1 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, se establece que:

“1. Las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales, y la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan también deberá ser claramente identificable.”

En cuanto a la **legislación sobre servicios de comunicación audiovisual**, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual, en relación con la protección de menores de edad, establece franjas horarias con restricción de emisión de programación y regula la presencia de programación de juego y apuestas.

En cuanto a los **programas** de juego y apuestas, en el artículo 7 se especifica:

“[...] Los programas dedicados a juegos de azar y apuestas, sólo pueden emitirse entre la 1 y las 5 de la mañana. [...]”

Asimismo, en el artículo 7 se establecen **franjas de protección y de protección reforzada** en cuanto al **horario de emisión en los medios lineales en relación con su incidencia en la protección de menores de edad**:

“[...] Aquellos otros contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores solo podrán emitirse en abierto entre las **22 y las 6 horas** [...]”

“[...] Asimismo, se establecen tres franjas horarias consideradas de protección **reforzada**, tomando como referencia el horario peninsular: entre las 8 y las 9 horas y entre las 17 y las 20 horas, en el caso de los días laborables, y entre las 9 y las 12 horas sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal. Los contenidos calificados como recomendados para mayores de 13 años deberán emitirse fuera de esas franjas horarias, manteniendo a lo largo de la emisión del programa que los incluye el indicativo visual de su calificación por edades. [...]”

En el apartado 3 del mismo artículo, a su vez, se establece que:

“Las comunicaciones comerciales no deberán producir perjuicio moral o físico a los menores. En consecuencia tendrán las siguientes limitaciones:

- a) No deben incitar directamente a los menores a la compra o arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad.
 - b) No deben animar directamente a los menores a que persuadan a sus padres o terceros para que compren bienes o servicios publicitados.
 - c) No deben explotar la especial relación de confianza que los menores depositan en sus padres, profesores, u otras personas.
- [.../...]"

En **Cataluña**, en el artículo 81.2 de la Ley 22/2005, de la comunicación audiovisual de Cataluña, se concreta la franja de protección de los menores frente a la programación:

"Sin perjuicio de la adopción de las medidas técnicas pertinentes, los contenidos que puedan afectar al desarrollo físico, mental o moral de los menores solo pueden ser difundidos después de las 22 horas y antes de las 6 horas. La difusión de estos contenidos debe ir precedida de una señal acústica y debe identificarse con la presencia de una señal visual durante toda la emisión".

En relación con la protección de los menores frente a la publicidad, en el artículo 96 se incide en que:

"La publicidad y la televenta no pueden incluir contenidos que puedan perjudicar moralmente o físicamente a los menores".

En el artículo 16.d de la *Instrucción general del Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre protección de la infancia y la adolescencia*, de 19 de diciembre de 2007, se establece la prohibición de emitir "ninguna forma **de publicidad televisiva** de locales de juego" entre las 6 horas y las 22 horas (horario de protección).

En el artículo 59.4 de la Ley catalana 14/2010, de 27 de mayo, de los derechos y las oportunidades en la infancia y la adolescencia, extiende esta prohibición también a la radio:

"4. Quedan prohibidas todas las formas de publicidad de locales de juego [...] así como en la publicidad difundida por los servicios de televisión o por radio durante las franjas de protección especial de niños y adolescentes."

En el artículo 10 de la *Instrucción del Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre los límites a la presencia de comunicaciones comerciales en el servicio público de radio de Cataluña*, de 10 de marzo de 2011, se establece:

“[...] cuando se trate de comunicaciones comerciales sobre juegos de suerte, de envite o de azar que emitan los prestadores del servicio público de radio, se realizarán de acuerdo con sus normas especiales o se someterán al régimen de autorización administrativa previa.”

En el considerando 30 de la nueva **Directiva 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo**, de servicios de comunicación audiovisual, todavía sin transposición en el Estado español, se destaca la importancia de la protección de menores de edad “en las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a la promoción de los juegos de azar” y se constata la existencia de sistemas de autorregulación o corregulación para la promoción del juego responsable.

En el artículo 9.1 se establece la obligación en los servicios de comunicación audiovisual de que:

“a) Las comunicaciones comerciales audiovisuales deberán ser fácilmente reconocibles como tales; queda prohibida la comunicación comercial encubierta;”

“g) Las comunicaciones comerciales audiovisuales no podrán producir perjuicio físico, psíquico o moral a los menores; [...]”

A su vez, en el artículo 28 *ter*, en relación con las plataformas de intercambio de vídeos, se afirma que los estados miembros adoptarán “medidas adecuadas para proteger:

“a) a los menores de los programas, los vídeos generados por usuarios y las comunicaciones comerciales audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral, de conformidad con el artículo 6 bis, apartado 1.”

En el artículo 6 *bis* se incide en la obligación de adoptar medidas para que dichos contenidos “solo sean accesibles de un modo que garantice que, normalmente, dichos menores no los verán ni oirán.”

4.2 Marco de correulación y de autorregulación en relación con el juego y las apuestas

4.2.1 El “Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego”

En el artículo 7.4 y en el artículo 25.4 de la Ley 13/2011 se establece la previsión legal del instrumento de la correulación y el fomento de la autorregulación en relación con la publicidad, la promoción y el patrocinio que se desarrolla reglamentariamente en la disposición adicional séptima del RD 1614/2011, de 14 de noviembre. En el artículo 12 de la Ley 7/2010, general de la comunicación audiovisual, también se prevé la autorregulación.

En este contexto, en el año 2012 la Dirección General de Ordenación del Juego, la Subdirección General de Contenidos de la Sociedad de la Información y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) firmaron un código de conducta, denominado “Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego”, con el fin de “proteger a los consumidores en el ámbito de las comunicaciones comerciales de actividades de juego, especialmente a los menores de edad y a las personas o grupos vulnerables, en el marco de las políticas de juego responsable”.

Dicho código es de aplicación a toda forma de comunicación comercial difundida en el Estado de cualquier modalidad de actividad de juego regulada por la Ley 13/2011 realizada por las empresas adheridas. Prevé un sistema de *copy advice*, confidencial y vinculante.

En fecha 14 de noviembre de 2019 se acuerda la última modificación del código, que entra en vigor el 15 de enero de 2020. A continuación se explicita el contenido del código y se especifican las normas introducidas en dicha revisión.

El “Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego” establece una serie de “normas éticas” con varios principios:

Epígrafe 1. Principio de **legalidad** (ajustarse a la legislación vigente).

Epígrafe 2. Principio de **lealtad** (buena fe y buenos usos mercantiles).

Epígrafe 3. Principio de **identificación** (comunicaciones comerciales fácilmente identificables como tales).

Epígrafe 4. Principio de **veracidad** (no inducir a error e incluir todos los elementos esenciales en cuanto a los plazos y las condiciones de los bonos o promociones).

Epígrafe 5. Principio de **responsabilidad social**.

Epígrafe 6. Principio de **juego responsable**.

Epígrafe 7. **Protección de menores de edad**.

Epígrafe 8. Principio de **autorregulación de las comunicaciones comerciales en los servicios de comunicación audiovisual**.

En cuanto al principio de **responsabilidad social** (epígrafe 5), en el “Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego” se concreta al **prohibir comunicaciones comerciales o autopromociones** que:

- inciten a comportamientos antisociales o violentos;
- presenten las relaciones sociales o familiares como secundarias respecto al juego;
- representen comportamientos de juego irresponsable;
- devalúen el esfuerzo en comparación con el juego;
- sugieran que el juego puede mejorar el reconocimiento social o el éxito sexual;
- muestren el juego como prioritario en la vida;
- menosprecien la abstinencia en el juego o denigren a quien no juegue (y a la inversa)
- promuevan modalidades de juego no autorizadas.

En relación con **el juego responsable**, en el epígrafe 6 se establece que en las comunicaciones comerciales y autopromociones se respetarán los siguientes principios:

- Prohibición de los espacios que:
 - o Inciten a la práctica adictiva del juego o muestren como gratificantes comportamientos compulsivos de juego;
 - o Sugieran que el juego puede ser una solución a los problemas económicos o una vía de escape de los problemas;
 - o Muestren que las pérdidas excesivas en el juego no tienen consecuencias o que presenten el juego como una forma de recuperar pérdidas económicas;
 - o Hagan ofertas de crédito o fomenten apuestas descontroladas;
 - o Induzcan a error sobre las posibilidades de ganar;
 - o Sugieran que la habilidad o la experiencia de la persona jugadora es superior al azar;
 - o Incluyan deportistas en activo realizando actividades de juego o prescribiéndolas. (*Nueva disposición por la revisión del Código.*)

- Obligación de los espacios a:
 - o Incluir un mensaje de responsabilidad social o lucha contra la adicción;
 - o En el caso de las actividades de bingo, ruleta, punto y banca, blackjack, póquer, apuestas en máquinas de azar y apuestas cruzadas, incluir una advertencia estandarizada (pantalla completa al final del espacio o parte inferior durante todo el espacio) con los logos de advertencia sobre juego responsable y prohibición de jugar a menores de 18 años (*Nueva disposición por la revisión del Código.*);
 - o En el caso de las actividades de bingo, ruleta, punto y banca, blackjack, póquer, apuestas en máquinas de azar y apuestas cruzadas, limitar los bonos de bienvenida a 200 € (*Nueva disposición por la revisión del código.*);
 - o En el caso concreto de las retransmisiones en directo se prohíbe el ofrecimiento de bonos o promociones (*Nueva disposición por la revisión del código.*).

En relación con **la protección de menores de edad**, en el epígrafe 7 se prohíben las comunicaciones comerciales que:

- se dirijan a menores de 18 años;
- sugieran que los menores pueden jugar o realizar apuestas;
- utilicen o incluyan a menores o estén protagonizados por menores de 25 años (*Nueva disposición por la revisión del código.*);
- inciten directamente o indirectamente a los menores a la práctica del juego;
- explotan la especial relación de confianza que depositan en sus padres u otras personas relacionadas con programación o actividades centradas en menores de edad;
- presenten el juego como señal de madurez o como un regalo.

En cuanto a los **principios de autorregulación de las comunicaciones comerciales en los servicios de comunicación audiovisual**, se hace especial énfasis en **el horario de emisión** de las comunicaciones comerciales y la autopromoción de la actividad de juego y se establece:

- No emisión en franjas de programación infantil, entendida como la programación señalizada como *especialmente recomendada para la infancia y no recomendada*

para menores de 7 años (en consonancia con el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia).

- **Televisión:** las comunicaciones comerciales y autopromociones de actividades de juego de ruleta, punto y banca, blackjack, póquer y apuestas deportivas o hípcas sólo pueden emitirse entre las 22 h y las 6 h.
- **Radio:** las comunicaciones comerciales y autopromociones de actividades de juego de ruleta, punto y banca, blackjack, póquer y apuestas deportivas o hípcas no pueden emitirse en las franjas de protección reforzada fijada por la Ley 7/2010.

Se establece una excepción: se permite la emisión de publicidad de apuestas deportivas o hípcas “durante las retransmisiones de los acontecimientos deportivos, desde su inicio hasta el final, incluidos los descansos e interrupciones reglamentarios, ya sea sobre el acontecimiento que se retransmita o sobre otros acontecimientos que se encuadren en la misma competición deportiva”.

En relación con la publicidad televisiva del patrocinio, se indica que se respetarán las condiciones establecidas en la Ley general de la comunicación audiovisual (Ley 7/2010, de 31 de marzo) y en el artículo 12.e) del Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley general de la comunicación audiovisual.

4.2.2 Otros

El CAC, a través del **Foro de entidades de personas usuarias del audiovisual**, consciente que la fuerza de la actividad del juego en línea iba en aumento, y que, desde la perspectiva de salud pública, su publicidad (especialmente por televisión e Internet) podía causar un fuerte impacto en los niños y adolescentes, ya en el año 2014 elaboró el documento “Los menores y la publicidad de los juegos de azar en línea” a fin de aportar propuestas para fomentar las buenas prácticas en este sector. Posteriormente, en 2016 elaboró el documento “Con los jóvenes no se juega” en el que analizaba la publicidad del juego en línea, al mismo tiempo que introducía una serie de propuestas de buenas prácticas para minimizar sus efectos en colectivos vulnerables.

4.2.3 YouTube. Las normas de la comunidad

Un apartado de la Ayuda de YouTube titulado “Venta de artículos ilegales o regulados” (<https://support.google.com/youtube/answer/9229611?hl=es>) explicita que la plataforma no permite contenido destinado a vender determinados artículos y servicios, entre los cuales menciona a los **casinos en línea**:

“No publiques en YouTube contenido que pretenda vender de forma directa cualquiera de los artículos detallados en la siguiente lista, o que incluya enlaces a sitios web que los vendan. No está permitido facilitar la venta de estos artículos publicando enlaces, direcciones de correo electrónico, números de teléfono o cualquier otro punto de contacto directo con el vendedor.”

Esta política se aplica a los **vídeos**, a las **descripciones de los vídeos**, a los **comentarios**, a las **reproducciones en directo** y a cualquiera **otro producto o función** de YouTube. La plataforma indica, también, entre otros ejemplos, como contenido prohibido:

“Vídeos que incluyen enlaces a juegos de apuestas online en la descripción o los comentarios.”

5. Metodología

La metodología operacionaliza las diferentes obligaciones legales y normas de autorregulación vigentes, de modo que se adapta a cada tipo de servicio audiovisual. Así, se han definido variables genéricas, que se aplican a todas las tipologías de contenidos audiovisuales, independientemente del medio, y otras propias de cada uno.

5.1 Variables de análisis genéricas

En todos los medios se analizan las siguientes variables:

a) Identificación de las comunicaciones comerciales y distinción respecto a los contenidos editoriales

Mediante la aparición del rótulo “publicidad”, la inserción dentro de un bloque publicitario o de una mención por parte de la locución.

b) Ofrecimiento de bonos de juego o promociones

Presencia de una promoción en la que se ofrece una cantidad económica para jugar al web de un operador de juego y apuestas o bien otras ventajas.

c) Respeto del principio de responsabilidad social

Presencia de los siguientes elementos:

- banalización de los potenciales efectos perjudiciales del juego sobre las personas,
- incitación a comportamientos antisociales o discriminatorios,
- desacreditación de las personas que no juegan,
- devaluación del esfuerzo en comparación con el juego,
- otros elementos.

d) Respeto del principio de juego responsable

Presencia de una referencia gráfica (mediante el logotipo “Jugar bien”), textual o verbal (mediante el mensaje “Juega con responsabilidad”) en relación con el juego responsable.

Además, se estudia la presencia de los siguientes elementos:

- aparición de personas de relevancia o notoriedad pública,
- incitación a la práctica compulsiva o irreflexiva del juego,
- ofertas de préstamos,

- vinculación con el éxito personal, social o profesional,
- apelación a que la habilidad, la perseverancia y el instinto de la persona que juega o su dominio de la plataforma de apuestas constituyen elementos determinantes del éxito en la actividad de juego,
- presentación del juego como una actividad económica,
- otros elementos.

e) Respeto del principio de protección de las personas menores de edad

Presencia de la advertencia de contenidos prohibidos a personas menores de 18 años, ya sea mediante una referencia gráfica (logotipo), textual o verbal.

Además, se estudia la presencia de los siguientes elementos:

- incitación directa o indirecta a las personas menores de edad a la práctica del juego,
- diseño o contenido susceptible de atraer su atención,
- aparición de personas de relevancia o notoriedad pública que resulten atractivas específicamente para el público menor de edad,
- otros elementos.

5.2 Variables propias de cada servicio

5.2.1 Canales de televisión y emisoras de radio lineales

Se identifican todas las formas publicitarias de juego y apuestas en línea emitidas durante el periodo de análisis. Las variables analizadas son las siguientes:

- **Formato.** Spot, patrocinio, telepromoción, cuña radiofónica, mención publicitaria, etc.
- **Horario.** Se delimita si la hora de emisión tiene lugar en horario no protegido, protegido o en las franjas de protección reforzada según lo establecido en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual.
- **Contexto de emisión.** La ubicación de la publicidad en relación con la programación anterior, simultánea o posterior a su emisión.
- **Modalidad de juego.** Apuestas deportivas, póquer, ruleta, etc.
- **Prescripción.** Identificación del ofrecimiento del servicio a cargo de personas del equipo del programa en el que se inserta la comunicación comercial o de personas externas.

5.2.2 Webs de los prestadores de servicios de televisión

Se identifican todas las comunicaciones comerciales diferentes:

- a) Que aparecen en el sitio web en cualquier formato (audiovisual, gráfico o textual).
- b) Insertadas en los vídeos en *streaming* (difusión continua) o del servicio a la carta.

Además, se analizan las siguientes variables:

- **Formato.** Banners, elementos emergentes y spots insertados durante la reproducción de los vídeos.
- **Contexto de emisión.** Ubicación en la propia web o aparición durante la reproducción de un vídeo concreto.

5.2.3 Plataformas de intercambio de vídeos

Se analizan aquellos contenidos alojados en las plataformas de intercambio de vídeos con elementos de promoción del juego y las apuestas:

- o Presentación del juego como una actividad económica.
- o Vinculación de los conocimientos y la perseverancia de la persona que juega con el éxito en el juego y las apuestas.
- o Mensajes complacientes en torno a la actividad de juego o en los que se insta a jugar.
- o Otros elementos de riesgo.

6. Consideración del carácter publicitario de la presencia de un producto, servicio o marca en los contenidos no lineales emitidos en internet

La presencia o la mención explícita de un producto, servicio o marca en el marco de los vídeos analizados se considera comunicación comercial:

- a) Cuando se utiliza un reclamo de compra referido al producto, servicio o marca. Se incluye la presencia de mensajes explícitos que instan a la compra, la difusión de datos que permitan la adquisición, así como el ofrecimiento de regalos o recompensas.
- b) En caso de ausencia de un reclamo de compra, la presencia de un producto, marca o servicio tendrá la consideración de publicidad cuando se cumpla al menos una de las siguientes condiciones:
 - a. La presencia de un discurso de complacencia en relación con el producto, servicio o marca, ya sea por la explicitación de sus posibles virtudes o ventajas o por la presentación de una situación implícita de cariz complaciente.
 - b. La prominencia en la referencia al producto, servicio o marca, por la recurrencia de su presencia dentro del vídeo o por la forma como se presenta o destaca (donde se incluye el grado de interacción del o de la *youtuber* con el producto).

No se considera presencia con prominencia la simple mención o presencia de un producto, servicio o marca de manera puntual o circunstancial en el vídeo.

7. Presencia de publicidad de juego y apuestas en los medios lineales

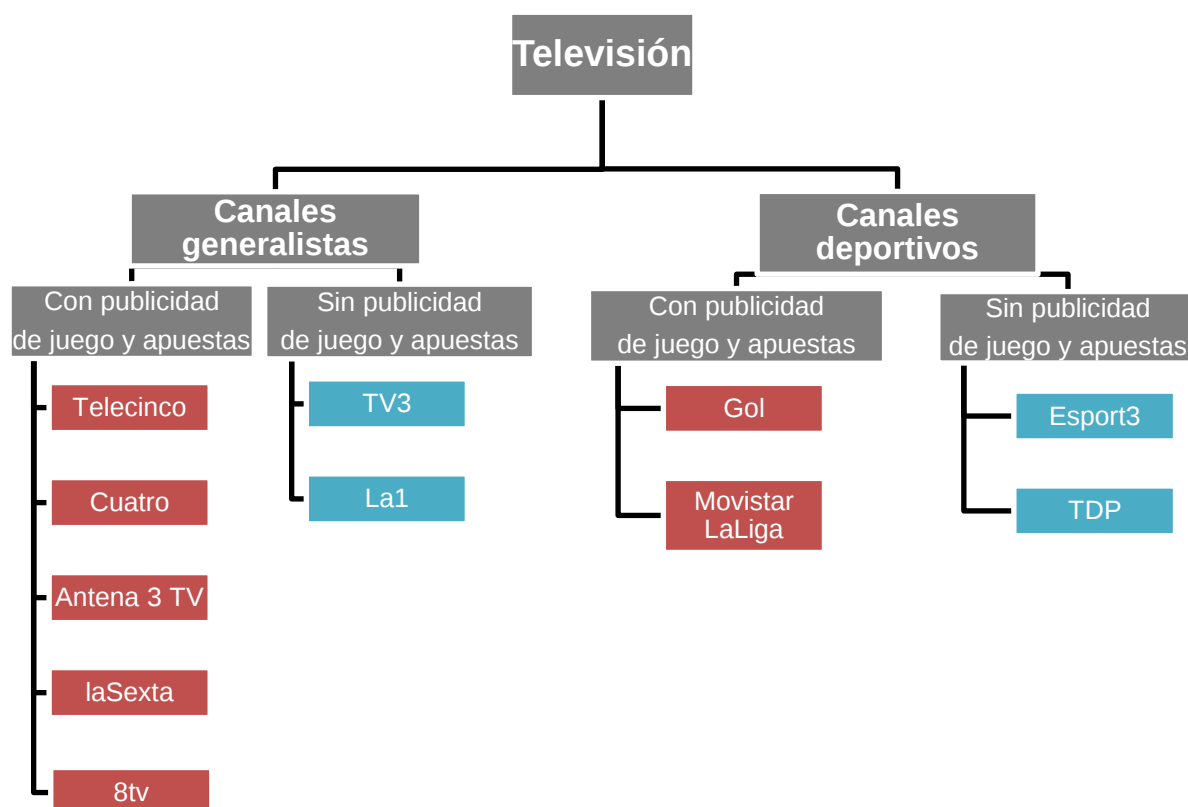
7.1 Televisión

Se constata la presencia de publicidad de juego y apuestas en cinco canales generalistas (**Telecinco, Cuatro, Antena 3 TV, laSexta y 8tv**) y dos canales especializados en deportes (**Gol y Movistar LaLiga**). La publicidad en cuestión adopta varios formatos y aparece en proporciones diferentes según el medio.

No se observa publicidad de juego y apuestas en las emisiones analizadas de TV3, **Esport3, La1 y TDP**.

En la siguiente figura se ilustra esta información distinguiendo entre canales privados (rojo) y canales públicos (azul).

Figura 1. Presencia de publicidad de juego y apuestas en la televisión



7.1.1 Telecinco

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de **una comunicación comercial**, en forma de **spot**. Se anuncia el operador de juego y apuestas PokerStars, dedicado al póquer.

Cuadro 1. Telecinco. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones	Total por modalidad
Póquer	PokerStars	1	1
Total			1

El spot en cuestión se emite dentro de un bloque publicitario en la pausa de una serie, en horario no protegido.

Cuadro 2. Telecinco. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Póquer	PokerStars	18/12/2019	01:50:55	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa de la serie <i>La que se avecina</i> .

El siguiente cuadro analiza el spot de PokerStars desde el punto de vista del respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas.

Cuadro 3. Telecinco. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
PokerStars (spot 20”)	Póquer	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de forma inmediata “Regístrate ahora y clasifícate gratis”

7.1.2 Cuatro

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de **6 spots**. Corresponden a tres operadores de juego y apuestas (Bet365, Codere y William Hill), y la modalidad de juego anunciada son las apuestas deportivas en todos los casos.

Cuadro 4. Cuatro. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones	Total por modalidad
Apuestas deportivas	Bet365	2	6
	Codere	2	
	William Hill	2	
Total			6

Todos los spots se emiten dentro de bloques publicitarios: 2 durante la pausa previa y de la media parte de un partido de fútbol, en horario de protección reforzada; y 4 durante las pausas de programas de entretenimiento y reportajes, en horario no protegido.

Cuadro 5. Cuatro. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Bet365	18/12/2019	17:59:53	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria previa al partido de fútbol Bergantiños FC - Sevilla FC (Copa del Rey).
		18/12/2019	19:00:34	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Bergantiños FC - Sevilla FC (Copa del Rey).
	Codere	18/12/2019	01:23:54	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>En el punto de mira</i> .
		18/12/2019	01:39:42	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>En el punto de mira</i> .
	William Hill	18/12/2019	00:08:38	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>En el punto de mira</i> .
		18/12/2019	23:20:25	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Ven a cenar conmigo</i> .

El siguiente cuadro muestra las formas publicitarias diferentes (5 spots) en relación con el respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas.

Cuadro 6. Cuatro. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bet365 (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	Sí (el actor José Coronado)	Insta a jugar de forma inmediata: “Apuesta ahora en este partido”
Codere (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (10 €)	Sí (futbolistas del Real Madrid en activo: Hazard, Modric, Casemiro, Kroos y otros no identificados)	No
Codere (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (10 €)	Sí (futbolistas del Real Madrid en activo: Hazard, Vinicius, James, Mariano, Aréola y otros no identificados)	No
William Hill (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	No
William Hill (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (“cuotón extra”)	No	No

7.1.3 Antena 3 TV

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de 4 **spots**, que se refieren a tres operadores de juego y apuestas. En cuanto a la modalidad de juego anunciada, 2 spots corresponden a apuestas deportivas (Codere y Sportium) y 2 spots, a juegos de casino (PokerStars y Sportium).

Cuadro 7 . Antena 3 TV. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones	Total por modalidad
Apuestas deportivas	Codere	1	2
	Sportium	1	
Blackjack, ruleta y slots	Sportium	1	1
Póquer	PokerStars	1	1
Total			4

El contexto de emisión de los 4 spots se encuentra en los bloques publicitarios, en las pausas de una película para televisión que se ofrece en horario no protegido.

Cuadro 8. Antena 3 TV. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Codere	18/12/2019	01:48:42	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa de la película para televisión <i>Atracción prohibida</i> .
	Sportium	18/12/2019	01:49:03	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa de la película para televisión <i>Atracción prohibida</i> .
Blackjack, ruleta y slots	Sportium	18/12/2019	01:57:01	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa de la película para televisión <i>Atracción prohibida</i> .
Póquer	PokerStars	18/12/2019	01:51:14	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa de la película para televisión <i>Atracción prohibida</i> .

También se emite un programa de televenta en directo, *Live Casino*, que promociona la página web *sportium.es*. El espacio presenta las características propias de un programa de televisión (careta de entrada, señalización, *copyright* final, etc.). La presentadora explica el funcionamiento de diferentes modalidades de juego (blackjack, ruleta, slots), mientras muestra y comenta varias partidas. Insta a los telespectadores a visitar y registrarse en la web *sportium.es*, y explica las promociones y los bonos de juego que en él se ofrecen. El programa se emite de madrugada, concretamente, de 3.10 h a 3.55 h (horario no protegido).

Los dos siguientes cuadros abordan el respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas, tanto por los spots diferentes (4) como por el programa de televenta *Live Casino*.

Cuadro 9. Antena 3 TV. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (10 €)	Sí (futbolistas del Real Madrid en activo: Hazard, Modric, Casemiro, Kroos y otros no identificados)	No
PokerStars (spot 20")	Póquer	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de manera inmediata "Regístrate ahora y clasifícate gratis"
Sportium (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
Sportium (spot 20")	Blackjack, ruleta y slots	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (10 €)	No	Insta a jugar de manera inmediata "Regístrate ahora se sportium.es y vende a jugar conmigo"

Cuadro 10. Antena 3 TV. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Programas de televenta

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium (Televenta)	Ruleta, slots y blackjack.	No (presenta las características propias de un programa televisivo: careta de entrada, señalización, duración extensa, información de producción y <i>copyright</i> final)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (varias promociones: 10 €, 20 €, etc.)	No	No

7.1.4 laSexta

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de **10 spots**. Se constata la presencia de cinco operadores de juego y apuestas (Codere, Party Casino, PokerStars, Sportium y William Hill). Las modalidades de juego anunciadas se concretan en apuestas deportivas (7 spots), póquer (2) y casino (1).

Cuadro 11. laSexta. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones	Total por modalidad
Apuestas deportivas	Codere	2	7
	Sportium	2	
	William Hill	3	
Casino	Party Casino	1	1
Póquer	PokerStars	2	2
Total			10

En cuanto al contexto de emisión, todos los spots se emiten dentro de bloques publicitarios, en las pausas de diferentes largometrajes y de un programa de entretenimiento. Estas comunicaciones comerciales se emiten siempre en horario no protegido.

Cuadro 12. laSexta. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Codere	18/12/2019	00:02:46	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Dirty Grandpa</i> .
		18/12/2019	01:33:02	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Proyecto: demonio azul</i> .
	Sportium	18/12/2019	01:33:42	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Proyecto: demonio azul</i> .
		18/12/2019	23:30:32	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>La noche de las bestias</i> .
	William Hill	18/12/2019	00:12:04	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Dirty Grandpa</i> .
		18/12/2019	01:41:37	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Proyecto: demonio azul</i> .
		18/12/2019	23:25:19	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>La noche de las bestias</i> .
Casino	Party Casino	18/12/2019	01:32:21	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Proyecto: demonio azul</i> .
Póquer	PokerStars	18/12/2019	01:35:53	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Proyecto: demonio azul</i> .
		18/12/2019	22:19:22	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>El intermedio</i> .

También se emite un programa de televenta en directo, *Live Casino*, que promociona la página web *sportium.es*. Se trata del mismo programa que se emite en Antena 3 TV pero una edición diferente. Lo programa se emite de madrugada, concretamente de 2.51 h a 3.36 h (horario no protegido) e incluye una sobreimpresión con el texto “Redifusión”.

Los dos cuadros siguientes abordan el respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas, tanto por los spots diferentes (8) como por el programa de televenta *Live Casino*.

Cuadro 13. laSexta. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (10 €)	Sí (futbolistas del Real Madrid en activo: Hazard, Modric, Casemiro, Kroos y otros no identificados)	No
Codere (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (10 €)	Sí (futbolistas del Real Madrid en activo: Modric, Hazard, Vinicius, James, Mariano, Aréola y otros no identificados)	No
Party Casino (spot 20")	Casino	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	No	No
PokerStars (spot 20")	Póquer	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de manera inmediata "Regístrate ahora y clasifícate gratis "
Sportium (spot 20" doblar dep)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
Sportium (spot 20" efectivo)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	No

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
William Hill (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("cuotón extra")	No	No
William Hill (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	No

Cuadro 14. laSexta. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Programas de televenta

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium (Televenta)	Ruleta, slots y blackjack	No (presenta las características propias de un programa televisivo: careta de entrada, señalización, duración extensa, información de producción y copyright final)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (varias promociones: 10 €, triplicar depósito, etc.)	No	No

7.1.5 8tv

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de **cuatro repeticiones del mismo spot** de apuestas deportivas del operador Suertia.

Cuadro 15. 8tv. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones	Total por modalidad
Apuestas deportivas	Suertia	4	4
Total			4

El contexto de emisión de los anuncios se concreta dentro de bloques publicitarios, en las pausas de programas de ficción y de un programa de esoterismo y paraciencia. Tres se emiten en horario no protegido y uno se emite en horario protegido, concretamente a las 21.58 h, dos minutos antes de que empiece la franja de no-protección.

Cuadro 16. 8tv. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Suertia	18/12/2019	00:43:58	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Misterios con Sebastià D'Arbó</i> .
		18/12/2019	00:57:48	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Misterios con Sebastià D'Arbó</i> .
		18/12/2019	21:58:02	Protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa entre la serie <i>Platos sucios</i> y el largometraje <i>Agente doble en Berlín</i> .
		18/12/2019	23:06:36	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del largometraje <i>Agente doble en Berlín</i> .

El siguiente cuadro analiza el spot en cuestión, en función del respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas.

Cuadro 17. 8tv. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Suertia (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de forma inmediata "Regístrate ya y descubre una casa de apuestas top"

7.1.6 GOL

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de **15 spots, 5 telepromociones y 2 cartones publicitarios**. Estas comunicaciones comerciales corresponden a siete operadores de juego y apuestas (Bet365, Betway, Bwin, Luckia, Sportium, Starvegas y William Hill).

En cuanto a la modalidad de juego anunciada, 20 de las comunicaciones comerciales se refieren a apuestas deportivas y 2 son de juegos (slots, casino, bingo y ruleta).

Cuadro 18. GOL. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones	Total por modalidad
Apuestas deportivas	Bet365	2	13
	Betway	1	
	Bwin	5	
	Luckia	2	
	Sportium	2	
	William Hill	1	
Slots, casino, bingo y ruleta	Starvegas	2	2
Total			15

Cuadro 19. GOL. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Telepromociones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Bwin	2
	Sportium	3
Total		5

Cuadro 20. GOL. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cartones publicitarios

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Bwin	1
	Sportium	1
Total		2

La emisión de publicidad de apuestas deportivas en horario protegido está vinculada al horario del partido retransmitido (14 horas). A parte, la publicidad de juegos (slots, casino, bingo y ruleta) se ofrece siempre en horario no protegido.

Todos los spots se emiten dentro de bloque publicitario, correspondiendo principalmente a la media parte de la retransmisión en directo del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad.

Cuadro 21. GOL. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Bet365	22/12/2019	13:52:21	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria previa al partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
		22/12/2019	14:57:09	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
	Betway	22/12/2019	14:50:04	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
	Bwin	22/12/2019	00:23:54	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Directo Gol</i> .
		22/12/2019	14:48:54	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
		22/12/2019	14:55:29	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
		22/12/2019	21:41:10	Protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Directo Gol</i> .
		22/12/2019	22:43:43	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Directo Gol</i> .
	Luckia	22/12/2019	13:53:01	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria previa al partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
		22/12/2019	14:49:43	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
	Sportium	22/12/2019	14:54:39	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
		22/12/2019	15:00:10	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
	William Hill	22/12/2019	13:52:41	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria previa al partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
Slots, casino, bingo y ruleta	Starvegas	22/12/2019	00:54:45	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa entre los programas <i>Directo Gol</i> y <i>UFC - Ultimate Fighting Championship</i> .
		22/12/2019	22:45:14	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Directo Gol</i> .

Las telepromociones se emiten tanto dentro del programa deportivo *Directo Gol*, como en la pausa publicitaria previa y de la media parte del partido.

Cuadro 22. GOL. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Telepromociones

Modalidad	Operador de juego	Fecha	Hora inicio	Duración (min:s)	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Bwin	22/12/2019	13:53:59	1:33	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria previa al partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
		22/12/2019	14:58:09	1:37	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).
	Sportium	22/12/2019	00:14:08	2:04	No protegido	Emitido dentro del programa <i>Directo Gol</i> .
		22/12/2019	13:45:38	2:03	Protegido	Emitido dentro del programa <i>Directo Gol</i> .
		22/12/2019	23:20:59	2:20	No protegido	Emitido dentro del programa <i>Directo Gol</i> .

Los cartones publicitarios se emiten dentro del programa deportivo *Gol Express*, previo al partido de fútbol; y en un momento de la media parte del partido (tras la pausa publicitaria y justo antes de empezar la narración de la segunda parte).

Cuadro 23. GOL. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cartones publicitarios

Modalidad	Operador de juego	Fecha	Hora inicio	Duración (min:s)	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Bwin	22/12/2019	14:56:01	0:10	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la media parte del partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga). La imagen virtual aparece sobre el terreno de juego.
	Sportium	22/12/2019	13:51:31	0:07	Protegido	Emitido dentro del programa <i>Gol Express</i> , previo al partido de fútbol Osasuna-Real Sociedad (Liga).

Los siguientes cuadros muestran el análisis del respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas, en cuanto a spots (9), telepromociones (5) y cartones publicitarios (2) diferentes.

Cuadro 24. GOL. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bet365 (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	Sí (el actor José Coronado)	Insta a jugar de manera inmediata “Apuesta ahora en este partido”
Betway (spot 30)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 150 €)	No	No
Bwin (spot 20 versión bono)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200 €)	No	No
Bwin (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	No
Luckia (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 200 €)	No	No
Sportium (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	No
Sportium (spot 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	No
Starvegas (spot 15)	Slots, casino, bingo y ruleta	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (30 €)	No	No

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
William Hill (spot 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (“cuotón extra”)	No	No

Cuadro 25. GOL. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Telepromociones diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bwin (Telepr 1)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario y sobreimpresión “Publicidad”)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de forma inmediata “No dejes pasar esta oportunidad”
Bwin (Telepr 2)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario y sobreimpresión “Publicidad”)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de forma inmediata “No dejes pasar esta oportunidad”
Sportium (Telepr 1)	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	Sí (el exfutbolista y comentarista Julio Salinas)	No
Sportium (Telepr 2)	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (100€)	No	Insta a jugar de forma inmediata “Dato de alta en sportium.es ya mismo”
Sportium (Telepr 3)	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	Sí (el exfutbolista y comentarista Julio Salinas)	Insta a jugar de forma inmediata “Dato de alta en sportium.es ahora mismo”

Cuadro 26. GOL. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Cartones publicitarios diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bwin (cartón 10)	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	No
Sportium (cartón publ 7)	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	No

7.1.7 Movistar LaLiga

En este canal de emisión en plataformas se ha analizado **la retransmisión del partido de fútbol entre el FC Barcelona y el Real Madrid** del 18 de diciembre (20 horas). El análisis comprende la franja horaria de 19 a 22 horas, que incluye el programa previo *La casa del fútbol*.

Durante este periodo se ha detectado la emisión de **12 spots, 2 telepromociones y 3 cartones publicitarios**. Estas comunicaciones comerciales se refieren a ocho operadores de juego y apuestas (Bet365, Betfair, Betfred, Betsson, Betway, Bwin, Luckia y Sportium). Todas hacen publicidad de apuestas deportivas.

Cuadro 27. Movistar LaLiga. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Bet365	3
	Betfair	2
	Betfred	1
	Betway	2
	Bwin	3
	Sportium	1
Total		12

Cuadro 28. Movistar LaLiga. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Telepromociones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Bet365	1
	Betway	1
Total		2

Cuadro 29. Movistar LaLiga. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cartones publicitarios

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Bet365	1
	Betsson	1
	Luckia	1
Total		3

El horario de dicho partido de fútbol (20 h) determina que la franja horaria de la retransmisión corresponda al horario protegido (y, entre las 19 h y las 20 h, de protección reforzada).

Cuadro 30. Movistar LaLiga. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Spots

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Bet365	18/12/2019	19:54:35	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria previa al partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
		18/12/2019	20:48:08	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
		18/12/2019	20:55:07	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
	Betfair	18/12/2019	19:44:37	Protección reforzada	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>La casa del fútbol</i> .
		18/12/2019	20:55:48	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
	Betfred	18/12/2019	19:45:28	Protección reforzada	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>La casa del fútbol</i> .
	Betway	18/12/2019	19:43:05	Protección reforzada	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>La casa del fútbol</i> .
		18/12/2019	20:53:23	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
	Bwin	18/12/2019	19:46:48	Protección reforzada	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>La casa del fútbol</i> .
		18/12/2019	20:49:39	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
		18/12/2019	20:54:26	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
	Sportium	18/12/2019	20:59:37	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).

Cuadro 31. Movistar LaLiga. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Telepromociones

Modalidad	Operador de juego	Fecha	Hora inicio	Duración (min:s)	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Bet365	18/12/2019	20:57:28	1:18	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la pausa publicitaria de la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
	Betway	18/12/2019	19:48:38	1:40	Protección reforzada	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>La casa del fútbol</i> .

Cuadro 32. Movistar LaLiga. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cartones publicitarios

Modalidad	Operador de juego	Fecha	Hora inicio	Duración (min:s)	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Bet365	18/12/2019	20:56:28	0:08	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la media parte del partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga). La imagen virtual aparece sobre el terreno de juego.
	Betsson	18/12/2019	19:51:51	0:09	Protección reforzada	Emitido dentro del programa <i>La casa del fútbol</i> , previo al partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).
	Luckia	18/12/2019	19:51:39	0:08	Protección reforzada	Emitido dentro del programa <i>La casa del fútbol</i> , previo al partido de fútbol FC Barcelona-Real Madrid (Liga).

Los siguientes cuadros observan el respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas, en relación con spots (7), telepromociones (2) y cartones publicitarios (3) diferentes.

Cuadro 33. Movistar LaLiga. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bet365 (spot 20”)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	Sí (el actor José Coronado)	Insta a jugar de forma inmediata “Apuesta ahora en este partido”
Betfair	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	Insta a jugar de forma inmediata “Apuesta ahora en este partido”
Betfred	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (100 €)	No	Insta a jugar de forma inmediata “Apuesta ahora en este partido”
Betway (spot 30”)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 150 €)	No	No
Bwin (spot 20” versión bono)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200 €)	No	No
Bwin (spot 20”)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	No
Sportium	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	No

Cuadro 34. Movistar LaLiga. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Telepromociones diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bet365	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario y sobreimpresión “Publicidad”)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	No
Betway	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario y sobreimpresión “Publicidad”)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 150 €)	No	No

Cuadro 35. Movistar LaLiga. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Cartones publicitarios diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bet365	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No	No	No
Betsson	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (“Deposita 20 €, apuesta con 40€”)	No	No
Luckia	Apuestas deportivas	Sí (sobreimpresión “Publicidad”, dentro del programa)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí	No	No

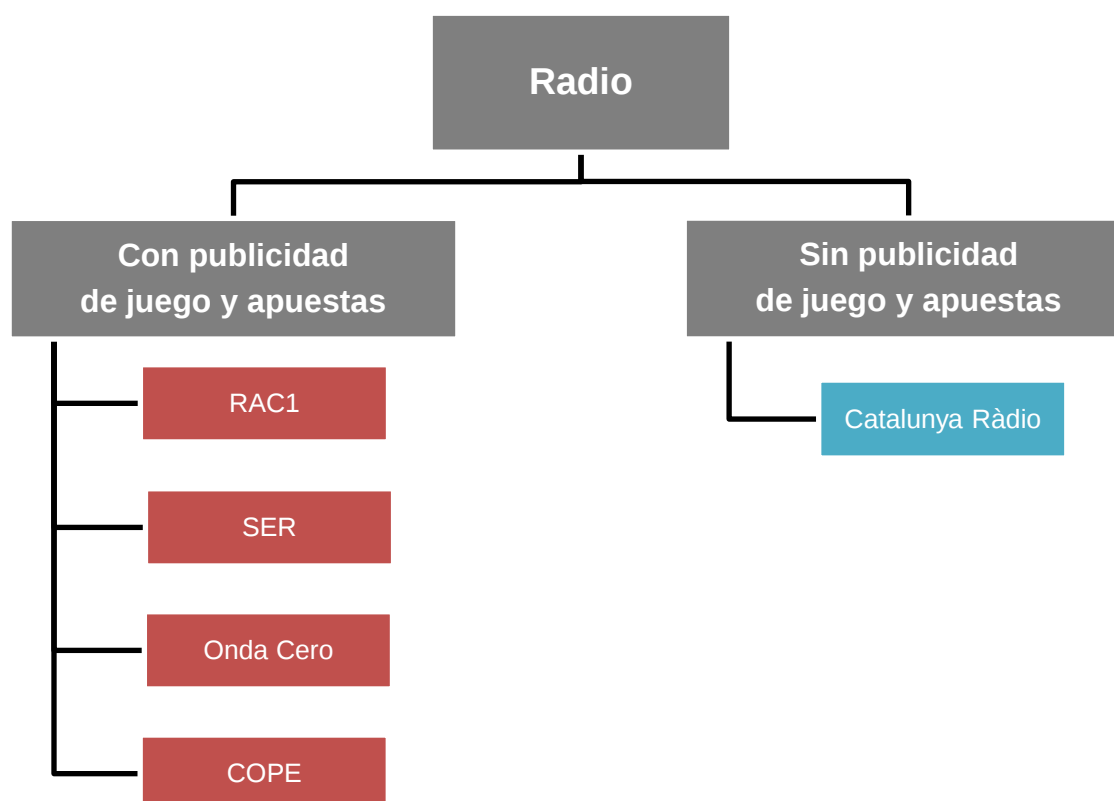
7.2 Radio

Durante el periodo de análisis (18/12/19), cuatro emisoras de radio presentan publicidad de juego y apuestas: **RAC1, SER, Onda Cero y COPE**.

Catalunya Ràdio no incluye publicidad de juego y apuestas en sus emisiones.

En la figura siguiente se ilustra esta información distinguiendo entre emisoras privadas (rojo) y emisoras públicas (azul).

Figura 2. Presencia de publicidad de juego y apuestas en la radio



7.2.1 RAC1

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de 2 **cuñas radiofónicas** y 4 **menciones publicitarias**, que corresponden a 2 operadores de juego y apuestas deportivas (Marathon Bet y William Hill).

Cuadro 36. RAC1. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cuñas

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Marathon Bet	2
Total		2

Cuadro 37. RAC1. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Marathon Bet	2
	William Hill	2
Total		4

En cuanto al contexto de emisión, de las 6 comunicaciones, 2 se han emitido vinculadas a la retransmisión del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid (en horario protegido, pero no de protección reforzada³) y 4, dentro de bloques publicitarios en las pausas de programas deportivos.

Cuadro 38. RAC1. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cuñas

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Marathon Bet	18/12/2019	05:51:28	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Tu diràs</i> .
		18/12/2019	23:45:44	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Tu diràs</i> .

³ El Código de autorregulación hace extensivo el concepto de *protección reforzada* a las emisiones de radio.

Cuadro 39. RAC1. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	William Hill	18/12/2019	20:44:19	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 1ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid a <i>El Barça juga a RAC1</i> .
		18/12/2019	21:40:25	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 2ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid a <i>El Barça juga a RAC1</i> .
	Marathon Bet	18/12/2019	04:21:55	No protegido	Durante el programa <i>Tu diràs</i> .
		18/12/2019	23:48:37	No protegido	Durante el programa <i>Tu diràs</i> .

Los siguientes cuadros describen la cuña y las 4 menciones diferentes en relación con los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas.

Cuadro 40. RAC1. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Cuñas diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Marathon Bet (cuña 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento

Cuadro 41. RAC1. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Menciones

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Marathon Bet (Mención 17")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (depositar 60 € y jugar con 90 €)	No	Ningún elemento
Marathon Bet (Mención 20")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (depositar 60 € y jugar con 90 €)	No	Ningún elemento
William Hill (Mención 8")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento
William Hill (Mención 31")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento

7.2.2 SER

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de 3 **cuñas radiofónicas** y 11 **menciones publicitarias**, que corresponden a 4 operadores de juego y apuestas (William Hill, Sportium, Codere y Suertia). Todas las comunicaciones comerciales son de apuestas deportivas.

Cuadro 42. SER. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cuñas

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Sportium	2
	Suertia	1
Total		3

Cuadro 43. SER. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	William Hill	6
	Sportium	3
	Codere	1
	Suertia	1
Total		11

En cuanto al contexto de emisión, las 14 formas publicitarias se han emitido durante el programa *Carrusel deportivo*, que incluye la retransmisión deportiva Barça-Real Madrid. Todas aparecen en horario protegido; 1 de las cuñas y 4 de las menciones se sitúan en las franjas de protección reforzada.

Cuadro 44. SER. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cuñas

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Sportium	18/12/2019	18:51:55	Protección reforzada	Bloque publicitario. Emitido en una pausa publicitaria de <i>Carrusel Deportivo</i>
			20:59:45	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido en un bloque publicitario durante la media parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
	Suertia		20:59:03	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido en un bloque publicitario durante la media parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>

Cuadro 45. SER. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Codere	18/12/2019	19:13:28	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la previa del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
Apuestas deportivas	Sportium	18/12/2019	18:55:00	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la previa del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
		18/12/2019	19:40:15	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la previa del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
		18/12/2019	20:52:47	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la media parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i> .
Apuestas deportivas	Suertia	18/12/2019	12:15:03	Protegido	Durante el programa <i>Què t'hi jugues!</i>
Apuestas deportivas	William Hill	18/12/2019	19:29:00	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la previa del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i> .
		18/12/2019	20:12:06	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 1ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
		18/12/2019	20:36:45	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 1ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
		18/12/2019	21:20:13	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 2ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
		18/12/2019	21:34:35	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 2ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>
		18/12/2019	21:48:05	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 2ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Carrusel Deportivo</i>

Los dos siguientes cuadros describen las 2 cuñas diferentes y las 11 menciones en relación con los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas.

Cuadro 46. SER. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Cuñas diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium (cuña 20")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	Ningún elemento
Suertia (cuña 6")	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento

Cuadro 47. SER. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Menciones

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
William Hill (Mención 48")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (“cuotón extra”)	No	Insta a jugar de forma inmediata “Corre, vuela, apuesta en William Hill!”
William Hill (Mención 27")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento
William Hill (Mención 39")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (“cuotón extra”)	No	Ningún elemento
William Hill (Mención 36")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (“cuotón extra”)	No	Insta a jugar de forma inmediata “¿A qué estás esperando, criatura? ¡Corre, vuela, apuesta en William Hill!”
William Hill (Mención 34")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento
William Hill (Mención 33")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de forma inmediata “¡Corre, vuela, en William Hill!”
Sportium (Mención 1'24")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (“hasta 100 €”)	No	Insta a jugar de forma inmediata “Se acerca el encuentro más esperado y se lo momento perfecto para entrar en Sportium.es” / “¡Es el día para ganar!”

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium (Mención 1'27")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("hasta 100 €")	No	Insta a jugar de forma inmediata "Ahora es el momento perfecto para entrar en Sportium.es" / "Regístrate ya" / "¡Es el día para apostar, es el día para ganar!"
Sportium (Mención 1'31")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("hasta 100€")	No	Insta a jugar de manera inmediata "Regístrate ya" / "¡Estamos en el descanso del clásico y es el momento para apostar, es el día para ganar!"
Codere (Mención 42")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("10 €")	No	Ningún elemento
Suertia (Mención 20")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento

7.2.3 Onda Cero

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de **5 menciones publicitarias**, que corresponden a 5 operadores de juego y apuestas deportivas (Betfair y Betfred).

Cuadro 48. Onda Cero. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Betfred	3
	Betfair	2
Total		5

Las 5 menciones se han emitido en el transcurso del programa *Radioestadio*, que incluye la retransmisión del partido de fútbol entre el FC Barcelona y el Real Madrid. De éstas, 1 mención aparece en horario de protección reforzada y 4 en horario protegido.

Cuadro 49. Onda Cero. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Betfair	18/12/2019	19:54:55	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la previa del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Radioestadio</i> .
			21:00:03	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido en un bloque publicitario durante la media parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Radioestadio</i> .
	Betfred	18/12/2019	20:00:24	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 1ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Radioestadio</i> .
			20:36:30	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 1ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Radioestadio</i> .
			21:03:52	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido durante la 2ª parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Radioestadio</i> .

El siguiente cuadro describe las 5 menciones en relación con los contenidos, el formato y el respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas.

Cuadro 50. Onda Cero. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Menciones.

Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable						
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva	
Betfred (Mención 20)	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento	
Betfred (Mención 20)	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento	
Betfred (Mención 20)	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Ningún elemento	
Betfair (Mención 50)	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("hasta 100 €")	No	Insta a jugar de forma inmediata: "Entra ahora" / "Hazlo ya"	
Betfair (Mención 43)	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("hasta 100 €")	No	Insta a jugar de forma inmediata: "Entra ahora" / "Hazlo ya"	

7.2.4 COPE

Durante el periodo analizado se ha detectado la emisión de **8 cuñas radiofónicas y 2 menciones publicitarias**, que corresponden a 4 operadores de apuestas deportivas (Betfair, Kirolbet, Marathon Bet y Sportium) y 1 operador de juegos de casino (Merkurmagic).

Cuadro 51. COPE. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cuñas

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Betfair	3
	Sportium	1
	Kirolbet	1
Slots, casino, bingo y ruleta	Merkurmagic	3
Total		8

Cuadro 52. COPE. Emisiones de comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Número de emisiones
Apuestas deportivas	Marathon Bet	1
	Sportium	1
Total		2

En cuanto al contexto de emisión, las cuñas aparecen vinculadas a los programas *El partidazo COPE*, *La tarde* y *Tiempo de juego*. De éstas, 4 se emiten en horario protegido y 2 en protección reforzada. Por su parte, las dos menciones detectadas se emiten durante la retransmisión del partido de fútbol entre el FC Barcelona y el Real Madrid, en protección reforzada.

Cuadro 53. COPE. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Cuñas

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Betfair	18/12/2019	19:05:24	Protección reforzada	Durante el programa <i>Tiempo de juego</i> .
			19:40:51	Protección reforzada	Durante el programa <i>Tiempo de juego</i> .
			20:51:56	Protegido	Retransmisión deportiva. Emitido en un bloque publicitario durante la media parte del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Tiempo de juego</i> .
Apuestas deportivas	Kirolbet	18/12/2019	00:05:26	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>El partidazo de COPE</i>
Slots, casino, bingo y ruleta	Merkurmagic	18/12/2019	00:04:02	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>El partidazo de COPE</i>
			16:57:13	Protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>La tarde</i>

Modalidad	Operador de juego y apuestas	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
			22:46:14	No protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>Tiempo de juego</i>
Apuestas deportivas	Sportium	18/12/2019	16:58:57	Protegido	Bloque publicitario. Emitido en una pausa del programa <i>La tarde</i>

Cuadro 54. COPE. Contexto de emisión de las comunicaciones comerciales de juego y apuestas. Menciones

Modalidad	Operador de juego	Fecha	Hora inicio	Horario	Contexto de emisión
Apuestas deportivas	Marathon Bet	18/12/2019	19:10:34	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la previa del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Tiempo de juego</i>
Apuestas deportivas	Sportium	18/12/2019	19:28:58	Protección reforzada	Retransmisión deportiva. Emitido durante la previa del partido de liga FC Barcelona-Real Madrid en <i>Tiempo de juego</i>

Los siguientes cuadros describen las 4 cuñas diferentes (corresponden a un total de 8 cuñas) y las 2 menciones en relación con los contenidos, el formato y el respeto o no a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas.

Cuadro 55. COPE. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Cuñas diferentes

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Betfair (cuña 30)	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("hasta 100 €")	Presencia de analista de fútbol (Maldini)	Insta a jugar de forma inmediata: "Entra ahora en betfair.es" / "Si aún no te has registrado, hazlo ya"
Merkurmagic (cuña 23)	Slots, casino, bingo y ruleta	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("10 €")	No	Insta a jugar de forma inmediata: "Regístrate ahora"
Kirolbet (cuña 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	No incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	Insta a jugar de forma inmediata: "Ahora es el momento de apostar, ganar y cobrar al instante"
Sportium (cuña 20)	Apuestas deportivas	Sí (emisión dentro de un bloque publicitario)	Ausencia advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("hasta 100 €")	No	Ningún elemento

Cuadro 56. COPE. Análisis de los contenidos publicitarios de juego y apuestas. Menciones

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Marathon Bet (Mención 43")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (bonos de bienvenida)	No	Ningún elemento
Sportium (Mención 1'34")	Apuestas deportivas	No (integración en el discurso narrativo)	Advertencia +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí ("hasta 100 €")	No	Insta a jugar de forma inmediata: "¡Apuesta ya!" / "¿A qué esperas?" / "¡Vamos!"

7.3 Publicidad de juego y apuestas en las retransmisiones deportivas

En este apartado se analiza la incidencia de la publicidad de juego y apuestas en el transcurso de las retransmisiones deportivas de partidos de fútbol (incluida la programación previa y postpartido, en su caso). Se incluyen las retransmisiones en directo, dado que las que se hacen en diferido ya no incluyen las ofertas relacionadas con el partido que se retransmite.

Del conjunto de televisiones y radios analizadas, Esport3, GOL, Movistar LaLiga, Catalunya Ràdio, RAC1, SER, COPE y Onda Cero emitieron retransmisiones de partidos de fútbol. Por su parte, TDP no las emitió.

7.3.1 Esport3

No se ha detectado la presencia de publicidad de juego y apuestas durante el partido de fútbol retransmitido en directo en el periodo de análisis.

Cuadro 57. Esport3. Retransmisiones de fútbol emitidas durante el periodo de análisis

Fecha	Hora de inicio	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
22/12/19	16:55	2ª División B UE Olot-FC Barcelona B	Sin publicidad de juego y apuestas			

7.3.2 GOL

El 36,6% de comunicaciones comerciales emitidas en las retransmisiones de partidos de fútbol de GOL corresponden a publicidad de juego y apuestas.

Dos tercios de esta publicidad de juego y apuestas está en anuncios publicitarios y el resto, en telepromociones (20%) y cartones publicitarios (13,3%).

Cuadro 58. GOL. Proporción de mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Fecha	Hora de inicio	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
22/12/19	13:08	CA Osasuna – Real Sociedad	15	26	41	36,6%
	18:20	Liga Femenina EDF Logroño-Real Betis Féminas	Sin publicidad de juego y apuestas			
Total			15	26	41	36,6%

Cuadro 59. GOL. Formato de los mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Formato	Número mensajes publicitarios	%
Spots	10	66,7
Telepromociones	3	20,0
Cartones publicitarios	2	13,3
Total	15	100,0

7.3.3 Catalunya Ràdio

No se ha detectado la presencia de publicidad de juego y apuestas durante el partido de fútbol retransmitido en el periodo de análisis.

Cuadro 60. Catalunya Ràdio. Retransmisiones de fútbol emitidas durante el periodo de análisis

Fecha	Periodo	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
18/12/19	19 a 22 h	FC Barcelona – Real Madrid.	Sin publicidad de juego y apuestas			

7.3.4 RAC 1

En RAC 1 la publicidad de juego y apuestas representa el 3,1% del total de publicidad emitida en la retransmisión de fútbol.

En todos los casos (2) adopta el formato de menciones publicitarias.

Cuadro 61. RAC 1. Proporción de mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Fecha	Periodo	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
18/12/19	19 a 22 h	FC Barcelona-Real Madrid	2	62	64	3,1%
Total			2	62	64	3,1%

Cuadro 62. RAC 1. Formato de los mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Formato	Número mensajes publicitarios	%
Menciones	2	100%
Total	2	100

7.3.5 SER

Una cuarta parte de las comunicaciones comerciales emitidas en el partido de fútbol retransmitido por la SER corresponde a operadores de juego y apuestas.

De éstas, un 81,8% son menciones publicitarias y el resto, cuñas.

Cuadro 63. SER. Proporción de mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Fecha	Periodo	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
18/12/19	19 a 22 h	FC Barcelona-Real Madrid	11	33	44	25%
Total			11	33	44	25%

Cuadro 64. SER. Formato de los mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Formato	Número mensajes publicitarios	%
Menciones	9	81,8%
Cuñas	2	18,2%
Total	11	100

7.3.6 COPE

Un **9,8%** de la publicidad emitida durante la retransmisión del partido de fútbol en la COPE corresponde a publicidad de operadores de juego y apuestas.

De éstas, un 60% corresponden a cuñas publicitarias y un 40%, a menciones.

Cuadro 65. COPE. Proporción de mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Fecha	Periodo	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
18/12/19	19 a 22 h	FC Barcelona-Real Madrid	5	46	51	9,8%
Total			5	46	51	9,8%

Cuadro 66. COPE. Formato de los mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Formato	Número mensajes publicitarios	%
Menciones	2	40%
Cuñas	3	60%
Total	5	100

7.3.7 Onda Cero

Onda Cero emite una retransmisión de partidos de fútbol con un **16,1%** de publicidad de operadores de juego y apuestas, toda menciones publicitarias.

Cuadro 67. Onda Cero. Retransmisiones de fútbol emitidas durante el periodo de análisis

Fecha	Periodo	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
18/12/19	19 a 22 h	FC Barcelona-Real Madrid	5	26	31	16,1%
Total			5	26	31	16,1%

7.3.8 Movistar LaLiga

El partido de fútbol retransmitido por Movistar LaLiga contiene un 37% de publicidad de juego y apuestas.

Un 70,6% de esta publicidad es en forma de anuncio publicitario y el resto, de cartones publicitarios (17,6%) y telepromociones (11,8%).

Cuadro 68. Movistar LaLiga. Proporción de mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante la retransmisión y la franja horaria previa (de las 19 a las 22 h)

Fecha	Periodo	Retransmisión	Producto anunciado		Total mensajes publicitarios	% mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas
			Juego y apuestas	Otros		
18/12/19	19 a 22 h	FC Barcelona-Real Madrid	17	29	46	37%

Cuadro 69. Movistar LaLiga. Formato de los mensajes publicitarios de operadores de juego y apuestas emitidos durante las retransmisiones de fútbol

Formato	Número mensajes publicitarios	%
Spot	12	70,6
Cartones publicitarios	3	17,6
Telepromociones	2	11,8
Total	17	100

7.4 Comprobación de la adaptación de las comunicaciones comerciales a la modificación del Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego

Se ha comprobado si las comunicaciones comerciales televisivas de juego y apuestas, emitidas a partir del 15 de enero de 2020, se han adaptado a la modificación del Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego.

En este sentido, y en el caso de la **televisión**, se han visionado varias franjas horarias comprendidas entre el 19 y el 22 de enero de 2020 en Telecinco, Cuatro, Antena 3 TV, laSexta, GOL y Movistar LaLiga y se han detectado comunicaciones comerciales de las casas de apuestas Codere, PokerStars, Bet365, Bwin y Sportium.

El siguiente cuadro muestra las versiones detectadas y se especifica si contienen algún elemento contrario a los establecidos a la modificación del Código de conducta.

Todos los spots analizados incluyen la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad o bien en pantalla completa –pantalla final del spot– o bien en la parte inferior a lo largo del espacio.

Una telepromoción de Bet365 emitida en Movistar LaLiga (25/01/20 a las 16.59 h) no incluye ni el banner ni la pantalla final. Durante la emisión se sobreimprime, en un formato diferente, “Juega con responsabilidad” “+18” y “Juego seguro”.

En cuanto a los bonos de bienvenida, ninguno ofrece una cantidad superior a 200 € y, en el caso de las comunicaciones comerciales emitidas durante la retransmisión de los partidos, ninguno incluye una promoción.

En relación con la presencia de personas conocidas, se ha detectado que los spots de Codere siguen mostrando jugadores de fútbol en activo –concretamente, jugadores del primer equipo del Real Madrid – y , por lo tanto, no respetan el punto 6.15 sobre los principios de juego responsable establecidos en la modificación del Código de conducta.

En cuanto a la **radio**, se analiza la retransmisión deportiva del Valencia CF-FC Barcelona del 25/01 (RAC1, SER y COPE) y del Granada CF-FC Barcelona del 19/01 a Onda Cero. En ninguno de los casos se ofrecen bonos o promociones dentro de la

misma retransmisión; tampoco se utilizan deportistas en activo ni se hace uso de ninguno otro elemento contrario a lo establecido en la modificación del Código de conducta.

Por otra parte, se ha comprobado si los **programas de televenta** *Live Casino* de Antena 3 TV y laSexta, que promociona la web sportium.es, se han modificado con posterioridad al 15/01/20.

Analizando las emisiones del 22/01 de ambos canales, se detecta que en Antena 3 TV el programa mantiene el mismo formato, pero incluye, a lo largo de los 45 minutos de duración, una parte inferior con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad; en relación con los demás elementos, no se detecta ningún bono superior a los 200 € ni aparecen personas deportistas en activo.

En cambio, la emisión del programa de televenta en laSexta (mismo 22/01), que incluye una sobreimpresión con el texto “Redifusión”, no cambia el formato respecto a diciembre de 2019 ni incluye la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad. En este sentido, mantiene la parte inferior con el mismo formato de diciembre, en el que se incluyen advertencias no estándares de juego seguro, juega con responsabilidad y para mayores de 18 años.

Cuadro 70. Formas de comunicación comerciales de operadores de juego y apuestas detectadas a partir del 19/01. Televisión.

Canal	Fecha y hora de emisión	Operador de juego y de apuestas	Comparación versiones 2019-2020	Elementos contrarios al Código de conducta del 15/01/20		
				Oferta de bonos	Pantalla final o banner inferior	Personas deportistas en activo
Antena 3 TV	21/01 22:03	Codere	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos >200 €	Sí	Sí. Incluye la presencia de deportistas en activo realizando actividades de juego o prescribiéndolas (Jugadores del Real Madrid : Kroos, Casemiro, Lucas Vázquez, Aréola, Mariano, James, Carvajal, Modric)
	22/01 0:27	PokerStars	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos >200 €	Sí	No
Telecinco	20/01 22:04	PokerStars	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos >200 €	Sí	No
Cuatro	21/01 22:09	Codere	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos >200 €	Sí	Sí. Incluye la presencia de deportistas en activo realizando actividades de juego o prescribiéndolas (Jugadores del Real Madrid: Kroos, Casemiro, Lucas Vázquez, Aréola, Mariano, James, Carvajal, Modric)
	21/01 22:10	PokerStars	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos >200 €	Sí	No
laSexta	20/01 23:49	Codere	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos >200 €	Sí	Sí. Incluye la presencia de deportistas en activo realizando actividades de juego o prescribiéndolas (Jugadores del Real Madrid: Kroos, Casemiro, Lucas Vázquez, Aréola, Mariano, James, Carvajal, Modric)
	20/01 23:51	PokerStars	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos >200 €	Sí	No
GOL	19/01 13:49	Patrocinio Bet 365 (10")	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	19/01 13:50	Bet 365 (20")	Misma versión (plano final diferente y advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	19/01 13:51	Telepromoción Bwin	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	19/01 14:51	Bwin (20")	Misma versión	Ninguna oferta de bonos en el	Sí	No

Canal	Fecha y hora de emisión	Operador de juego y de apuestas	Comparación versiones 2019-2020	Elementos contrarios al Código de conducta del 15/01/20		
				Oferta de bonos	Pantalla final o banner inferior	Personas deportistas en activo
			(con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	transcurso de la retransmisión deportiva		
	19/01 14:56	Sportium	Sí (con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
Movistar LaLiga	25/1 15:55	Bet365 (20")	Misma versión (con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	25/1 16:57	Betfair	Misma versión (con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	25/1 15:50	Betfred	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	25/1 15:48	Betway	Misma versión (con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	25/1 15:50	Bwin	Misma versión (con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	25/1 17:00	Sportium	Misma versión (con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad)	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	25/1 16:59	Telepromoción Bet365	--	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	No Sobreimpresión en un formato no estándar de "Juega con responsabilidad", "+18" y "Juego seguro"	No
	25/1 15:51	Telepromoción Betway	--	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No

Canal	Fecha y hora de emisión	Operador de juego y de apuestas	Comparación versiones 2019-2020	Elementos contrarios al Código de conducta del 15/01/20		
				Oferta de bonos	Pantalla final o banner inferior	Personas deportistas en activo
	25/1 16:58	Cartón publicitario Bet365	--	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No
	25/1 15:54	Cartón publicitario Luckia	--	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva	Sí	No

Cuadro 71. Programas de televenta de operadores de juego y apuestas

Canal	Fecha y hora de emisión	Operador de juego y de apuestas	Comparación versiones 2019-2020	Elementos contrarios al Código de conducta del 15/01/20		
				Oferta de bonos	Pantalla final o banner inferior	Personas deportistas en activo
Antena 3 TV	22/01 2:44	Sportium	Mismo formato de programa de televenta	Ninguna oferta de bonos >200€	Sí (inferior a lo largo de todo el programa)	No
La Sexta	22/01 2:44	Sportium	Mismo formato de programa de televenta	Ninguna oferta de bonos >200€	No Sobreimpresión en un formato no estándar de "Juega con responsabilidad", "+18", y "Juego seguro".	No

Cuadro 72. Formas de comunicación comerciales de operadores de juego y apuestas detectadas a partir del 19/01. Radio.

Canal	Fecha y hora de emisión	Operador de juego y de apuestas	Comparación versiones 2019-2020	Elementos contrarios al Código de Conducta del 15/01/20		
				Oferta de bonos	Pantalla final o banner inferior	Personas deportistas en activo
RAC1	25/01 16:44	William Hill (Mención 20")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 17:07	William Hill (Mención 13")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 17:36	William Hill (Mención 18")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
SER	24/01 12:38	Suertia (Mención 30")	----	Ninguna oferta de bonos		--
	25/01 16:08	William Hill (Mención 51")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 16:23	William Hill (Mención 53")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--

Canal	Fecha y hora de emisión	Operador de juego y de apuestas	Comparación versiones 2019-2020	Elementos contrarios al Código de Conducta del 15/01/20		
				Oferta de bonos	Pantalla final o banner inferior	Personas deportistas en activo
	25/01 16:41	William Hill (Mención 42")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 16:56	Sportium (Mención 1'21")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 17:11	William Hill (Mención 43")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 17:23	William Hill (Mención 37")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 17:44	William Hill (Mención 36")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
Onda Cero	19/01 20:02	Betfred (Mención 24")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	19/01 20:29	Betfred (Mención 22")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	19/01 20:53	Betfair (Mención 1'19")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
COPE	25/01 15:05	Betfair (Mención 30")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/1 15:17	Sportium (Mención 68")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/1 15:33	Marathon Bet (Mención 37")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 15:45	Marathon Bet (Cuña 19")	Versión diferente	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 18:07	Betfair (Mención 27")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--
	25/01 18:19	Sportium (Mención 48")	----	Ninguna oferta de bonos en el transcurso de la retransmisión deportiva		--

8. Presencia de publicidad de juego y apuestas en Internet

8.1 Búsquedas en Google y YouTube

La presencia de contenidos de juego y apuestas en Google y en YouTube se ha cuantificado, como indicativo, a través de la búsqueda, efectuada en fecha 23/01/20, de dos expresiones: “apuestas” y “ganar dinero con apuestas”.

Google

En el buscador de Google la búsqueda de la palabra “**apuestas**” devuelve un total de 48.900.000 resultados. El análisis de las 50 primeras entradas indica que el **94%** corresponden a contenidos con elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas, dado que permiten el libre acceso a las personas menores de edad a resultados patrocinados por un operador de juego y apuestas en línea, a enlaces directos con sus sitios web, o bien a portales que redirigen a las webs de estos operadores. El 6% restante corresponde a otros contenidos, como por ejemplo informaciones referidas al juego en periódicos digitales o diccionarios en línea que definen el término.

Por otra parte, la búsqueda de la expresión “**ganar dinero con apuestas**” ofrece 140.000 resultados. Entre los 50 primeros, un **70%** corresponde a las mismas categorías indicadas anteriormente, y se relacionan de forma directa con operadores de juego y apuestas. El resto de resultados (30%) responde a webs que ofrecen métodos para obtener beneficio económico a partir de vías diferentes al juego.

Figura 3. Resultados de la búsqueda de la palabra “apuestas” y de la expresión “ganar dinero con apuestas” en el buscador de Google. 50 primeros resultados (23/01/20)



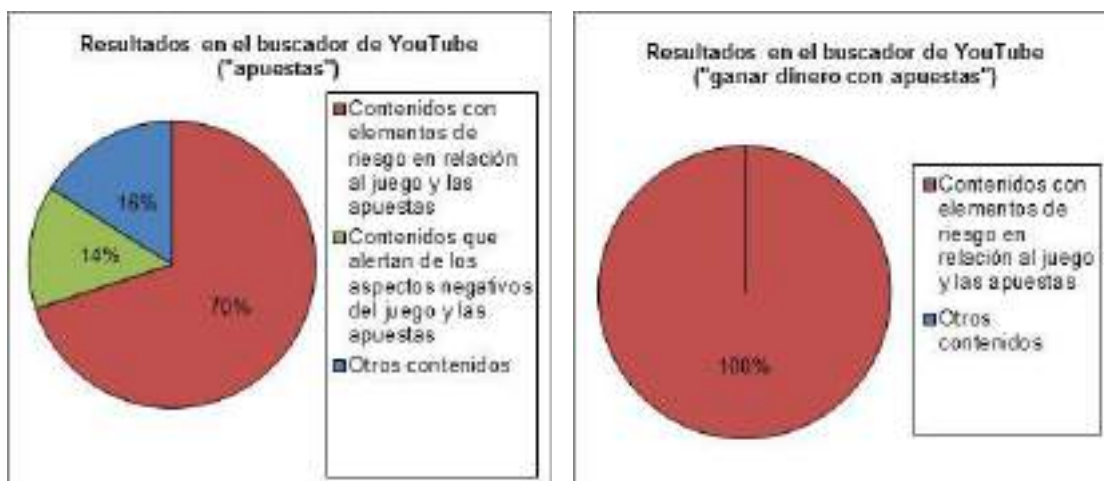
YouTube

En la plataforma de intercambio de vídeos YouTube, de los 50 primeros resultados obtenidos a partir de la búsqueda de la palabra “**apuestas**”, el **70%** incluye contenidos susceptibles de ser considerados **elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas**. Por ejemplo, la presencia de mensajes complacientes en torno a la actividad de juego o que incitan a apostar, la presentación del juego como una actividad económica o la asociación del éxito en las apuestas con estrategias basadas en la constancia y los conocimientos.

Por otra parte, el **14%** son piezas que ponen el acento en los **aspectos negativos del juego y las apuestas**, como por ejemplo reportajes que alertan del aumento de las adicciones vinculadas al juego o bien vídeos centrados en el testimonio de personas afectadas de ludopatía. El **16%** restante corresponde a vídeos de carácter lúdico donde el título hace referencia a apuestas no monetarias.

En relación con la búsqueda de la expresión “**ganar dinero con apuestas**” en el buscador de la plataforma, el análisis de los 50 primeros resultados obtenidos muestra que el **100%** de los vídeos incluye la presencia de elementos considerados de riesgo en relación con el juego y las apuestas.

Figura 4. Resultados de la búsqueda de la palabra “apuestas” y de la expresión “ganar dinero con apuestas” en el buscador de YouTube. 50 primeros resultados (23/01/20)



8.2 Webs de prestadores de servicios de televisión lineal

A continuación se analiza la presencia de comunicaciones comerciales de juego o apuestas en los sitios web de prestadores de servicios de comunicación de televisión en línea. Se incluyen tanto las formas gráficas (banners) como las audiovisuales (inserción de spots de forma previa, posterior o en el transcurso de la reproducción de un contenido a petición, así como la aparición de elementos emergentes sobre los contenidos del web).

8.2.1 Web de la CCMA

Durante el análisis, no se ha observado la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner en ninguna de las secciones del sitio web de la CCMA (www.ccma.cat), ni tampoco la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles.

Por otra parte, se ha detectado la presencia de un anuncio de juego y apuestas que aparece de forma emergente durante la navegación por la sección de deportes del sitio web de la CCMA.

Imagen 1. Captura de pantalla del sitio web de la CCMA. Spot emergente (12.54 h del 14 de enero de 2020)



Cuadro 73. Web de la CCMA. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots emergentes diferentes (14 de enero de 2020)

Identificación				Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	Formato y contexto de emisión	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
					Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
PokerStars	Póquer	Spot emergente durante la navegación por la sección "Esport3" del sitio web	Sí (letrero "Ad")	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (500€)	No	Insta a jugar de forma inmediata "Juega ya"

8.2.1.1 Web del Super3

Dentro de la sección del sitio web de la CCMA correspondiente al **canal infantil Super3** (www.ccma.cat/tv3/super3/), no se ha detectado la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas.

El sitio web del canal infantil Super3 muestra un mensaje de protección de las personas menores de edad cuando se hace clic sobre cualquiera de los enlaces externos de la página, tanto de contenido como publicitarios:



8.2.2 Web de 8tv

Durante el análisis no se ha detectado la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner en ninguna de las secciones del sitio web de 8tv (www.8tv.cat) ni tampoco la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles.

8.2.3 Web de RTVE

Durante el análisis no se ha detectado la presencia de ningún tipo de contenido publicitario en las diferentes secciones del sitio web de RTVE (www.rtve.es) ni tampoco la inserción de spots durante la reproducción de los vídeos disponibles.

8.2.3.1 Web de Clan

Dentro de la sección del sitio web correspondiente al **canal infantil Clan** (www.rtve.es/infantil/) no se ha detectado la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas.

8.2.4 Webs del grupo Mediaset

El grupo Mediaset estructura sus contenidos en la red mediante webs con direcciones diferentes que se corresponden a cada canal de emisión lineal. Los resultados del análisis se presentan, también, para cada uno de estos webs:

- Telecinco (www.telecinco.es)
- Be Mad (www.bemad.es)
- Energy (www.energytv.es)
- Cuatro (www.cuatro.com)
- Divinity (www.divinity.es)
- Factoría de Ficción (www.factoriadeficcion.com)
- Boing (www.boing.es)

Además, Mediaset tiene un servicio a la carta de los diferentes canales del grupo, Mitele, con un sitio web propio (www.mitele.es).

8.2.4.1 Web de Telecinco

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Telecinco (www.telecinco.es).

Por otra parte, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (6 diferentes) en el sitio web de Telecinco y la presencia de un anuncio de juego y apuestas que aparece de forma emergente durante la navegación por el web.

Imagen 2. Captura de pantalla del sitio web de Telecinco. Banner (12.31 h del 15 de enero de 2020)



Cuadro 74. Web de Telecinco. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (15 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
PokerStars	Póquer	No	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (20€)	No	Sí (“Juega ya”)
				Banner estático rectangular horizontal							
Sportium	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico cuadrado (versión Apuestas)							
Sportium	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
				Banner dinámico rectangular vertical (versión Apuestas)							
Sportium	Casino	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	No	No
				Banner dinámico cuadrado (versión Casino tragaperras)							
Sportium	Casino	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión Casino tragaperras)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium	Casino	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión casino tragaperras)							

Cuadro 75. Web de Telecinco. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Spots emergentes diferentes (15 de enero de 2020)

Identificación				Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	Formato y contexto de emisión	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
					Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
PokerStars	Póquer	Spot emergente durante la navegación por el sitio web	No	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (20€)	No	Insta a jugar de forma inmediata “Regístrate ahora y clasifícate gratis”

8.2.4.2 Web de Be Mad

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Be Mad (www.bemad.es).

Por otra parte, se ha detectado la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (2 diferentes) en diferentes secciones del sitio web de Be Mad.

Imagen 3. Captura de pantalla del sitio web de Be Mad. Banners (13.04 h del 15 de enero de 2020)



Cuadro 76. Web de Be Mad. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (15 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	Sí (futbolistas del Real Madrid no identificables)	No
				Banner estático rectangular horizontal							
Sportium	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión apuestas)							

8.2.4.3 Web de Energy

Durante el análisis no se ha observado la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner en el web de Energy (www.energytv.es) ni tampoco la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles.

8.2.4.4 Web de Cuatro

Durante el análisis se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en diferentes secciones del sitio web de Cuatro (www.cuatro.com), tanto en forma de banner (5 diferentes) como de spots insertados durante la reproducción de los vídeos disponibles (un spot).

Imagen 4. Captura de pantalla del sitio web de Cuatro. Banners (14.06 h del 16 de enero de 2020)



Cuadro 77. Web de Cuatro. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (15 y 16 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	Sí (futbolistas del Real Madrid no identificables)	No
				Banner estático cuadrado 							
Codere	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	Sí (futbolistas del Real Madrid no identificables)	No
				Banner estático rectangular vertical 							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión Apuestas)							
Sportium	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión apuestas)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium	Casino	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión casino tragaperras)							

Cuadro 78. Web de Cuatro. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Anuncios insertados durante la reproducción de los vídeos del web. (15 de enero de 2020)

Identificación				Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	Formato y contexto de emisión	Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
					Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	Ofrecimiento de bonos o promos?	Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Casino Barcelona	Casino	Spot insertado al finalizar la reproducción de uno de los vídeos de la sección "Videojuegos" del web	Sí (letrero que indica la duración del anuncio "Anuncio (0:30)" y letrero que permite evitar la visualización "Saltar Anuncio")	Ninguna advertencia de servicio no permitido a menores de edad	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	No incluye mensaje	No incluye mensaje	No	No	No

8.2.4.5 Web de Divinity

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Divinity (www.divinity.es).

Por otra parte, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (3 diferentes) en diferentes secciones del sitio web de Divinity.

Imagen 5. Captura de pantalla del sitio web de Divinity. Banners (15.16 h del 16 de enero de 2020)



Cuadro 79. Web de Divinity. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (16 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	Sí (futbolistas del Real Madrid no identificables)	No
				Banner estático rectangular vertical 							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Sportium	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión apuestas)							
Sportium	Casino	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión casino tragaperras)							

8.2.4.6 Web de Factoría de Ficción

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Factoría de Ficción (www.factoriadeficcion.com).

Por otra parte, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (1 diferente) en el sitio web de Factoría de Ficción.

Imagen 6. Captura de pantalla del sitio web de Factoría de Ficción. Banner (13.55 h del 28 de enero de 2020)



Cuadro 80. Web de Factoría de Ficción. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (28 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Promoción (aumento de la cuota de una apuesta)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal flotante (versión Manchester)							

8.2.4.7 Web de Boing

Durante el análisis no se ha observado la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas en el sitio web del canal infantil Boing (www.boing.es).

El sitio web de Boing muestra un mensaje de protección de las personas menores de edad cuando se clicla sobre los enlaces externos de la página:

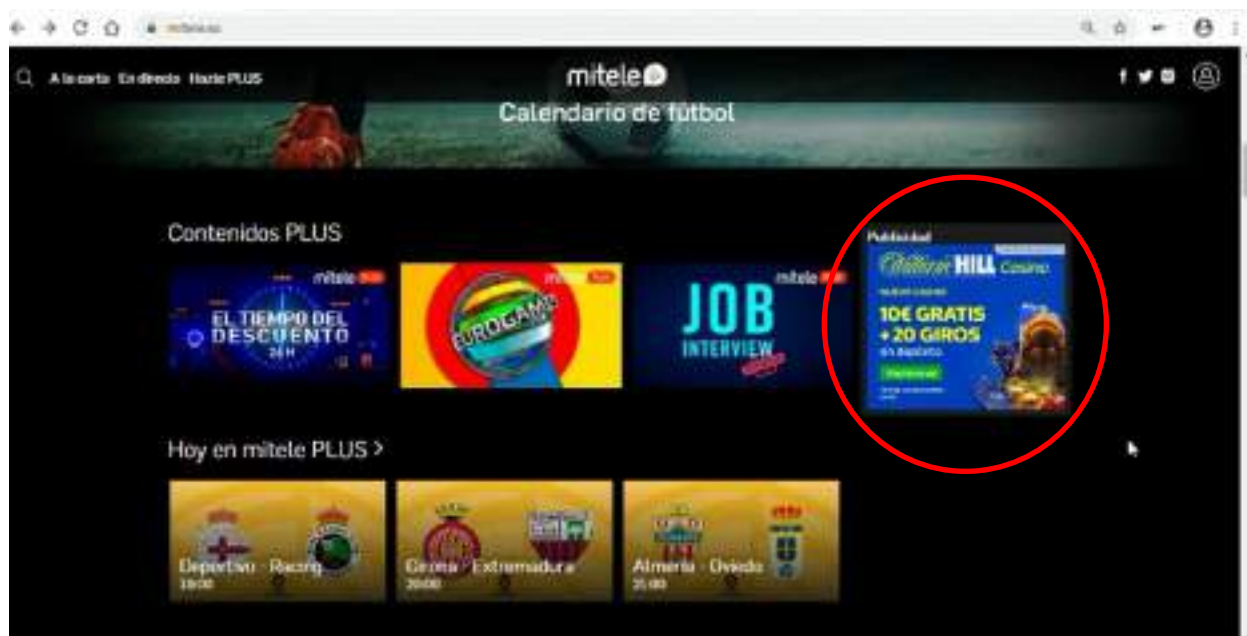


8.2.4.8 Web Mitele

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Mitele (www.mitele.es).

Por otra parte, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (1 diferente) en una de las secciones del sitio web de Mitele.

Imagen 7. Captura de pantalla del sitio web de Mitele. Banner (09.03 h del 17 de enero de 2020)



Cuadro 81. Web de Mitele. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (17 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	Identificación de la publicidad?	¿Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
William Hill	Casino	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (10€)	No	Insta a jugar de forma inmediata "¡Regístrate ya!"
				Banner dinámico cuadrado (versión casino)							

8.2.5 Webs del grupo Atresmedia

Los contenidos en internet del grupo Atresmedia se estructuran a partir de sitios web diferenciados para cada canal de televisión lineal del grupo, cuyos resultados de análisis se presentan de forma diferenciada:

- Antena 3 TV (www.antena3.com)
- laSexta (www.lasexta.com)
- MEGA (mega.atresmedia.com)
- Nueva (nova.atresmedia.com)
- Atreseries (www.atresseries.com)
- Neox (neox.atresmedia.com)
- Neox Kidz (neox.atresmedia.com/neox-kidz)

Además, en el servicio a la carta del grupo se ofrece contenido de los diferentes canales:

- Atresplayer (www.atresplayer.com)

8.2.5.1 Web de Antena 3 TV

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Antena 3 TV (www.antena3.com).

En cambio, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (4 diferentes) en el sitio web de Antena 3 TV.

Imagen 8. Captura de pantalla del sitio web de Antena 3 TV. Banners (11.52 h del 17 de enero de 2020)



Cuadro 82. Web de Antena 3 TV. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (17 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	Sí (futbolistas del Real Madrid no identificables)	No
				Banner estático rectangular vertical 							
Luckia	Apuestas deportivas	No	Ninguna advertencia de servicio no permitido a menores de edad	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	No incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión Apostar se humano) 							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Luckia	Apuestas deportivas	No	Ninguna advertencia de servicio no permitido a menores de edad	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	No incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión Apostar se humano)							
Sportium	Casino	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión casino tragaperras)							

8.2.5.2 Web de la Sexta

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de laSexta (www.lasexta.com).

En cambio, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (7 diferentes) en el sitio web de laSexta.

Imagen 9. Captura de pantalla del sitio web de laSexta. Banners (16.08 h del 17 de enero de 2020)



Cuadro 83. Web de laSexta. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (17 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión tragaperras)							
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión Portero)							
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión tragaperras)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión portero) 							
Codere	Genérico	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	No	No
				Banner estático rectangular horizontal (verseó soplando) 							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere	Genérico	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	No	No
				Banner estático rectangular horizontal (versión dioses)							
Luckia	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Ninguna advertencia de servicio no permitido a menores de edad	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	No incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión apostar es humano)							

8.2.5.3 Web de MEGA

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de MEGA (*mega.atresmedia.com*).

En cambio, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (6 diferentes) en el sitio web de MEGA. También se ha detectado durante la navegación por el sitio web un contenido que corresponde a un fragmento del programa televisivo *El chiringuito de jugones* en que se hace una telepromoción de un operador de juego y apuestas.

Imagen 10. Captura de pantalla del sitio web de MEGA. Banners (10.16 h del 28 de enero de 2020)



Cuadro 84. Web de MEGA. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (28 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Betsson	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	Sí (el exfutbolista Julio Baptista)	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión Bautista)							
Betsson	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	Sí (el exfutbolista Julio Baptista)	No
				Banner dinámico rectangular horizontal flotante (versión Bautista)							
Betway	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 150€)	No	Insta a jugar de forma inmediata "Regístrate ahora"
				Banner dinámico rectangular horizontal flotante							
Luckia	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión pelotas)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Luckia	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal flotante (versión Pilotes)							
Luckia	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión pelotas)							

Cuadro 85. Web de MEGA. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Telepromociones diferentes (28 de enero de 2020)

Identificación				Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	Formato y contexto de emisión	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
					Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
William Hill	Apuestas deportivas	Fragmento del programa “El chiringuito de jugones” que corresponde a una telepromoción	Sí (letrero “Publicidad”)	Advertencia +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200€)	Sí (el presentado r Josep Pedrerol)	No

8.2.5.4 Web de Nova

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Nova (nova.atresmedia.com).

En cambio, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (3 diferentes) en el sitio web de Nova.

Imagen 11. Captura de pantalla del sitio web de Nova. Banner (10.56 h del 28 de enero de 2020)



Cuadro 86. Web de Nova. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (28 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Betsson	Genérico	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (25€)	Sí (la actriz Mónica Cruz)	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión Cruz)							
Luckia	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión pelotas)							
Luckia	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (200€)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión pelotas)							

8.2.5.5 Web de Atreseries

Durante el análisis no se ha detectado la presencia de ningún tipo de contenido publicitario en las diferentes secciones del sitio web de Atreseries (www.atresseries.com) ni tampoco la inserción de spots durante la reproducción de los vídeos disponibles.

8.2.5.6 Web de Neox

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web de Neox (neox.atresmedia.com).

En cambio, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (2 diferentes) al web de Neox.

Imagen 12. Captura de pantalla de la web de Neox. Banner (12.29 h del 28 de enero de 2020)



Cuadro 87. Web de Neox. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (28 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Betsson	Genérico	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (25 €)	Sí (la actriz Mónica Cruz)	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión Cruz)							
Codere	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Promoción (aumento de la cuota de una apuesta)	No	No
				Banner fijo rectangular horizontal (versión Manchester)							

8.2.5.7 Web de Neox Kidz

Atresmedia emite programación infantil en determinadas franjas horarias del canal de televisión lineal Neox bajo la denominación de Neox Kidz y, en internet, dispone de una web dedicada a estos contenidos (neox.atresmedia.com/neox-kidz).

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en la sección del sitio web de Neox Kidz.

Por otra parte, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (7 diferentes) en la web de Neox Kidz.

Imagen 13. Captura de pantalla de la web de Neox Kidz. Banners (09.58 h del 21 de enero de 2020)



Cuadro 88. Web de Neox Kidz. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (20 y 21 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Betfair	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años.	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	Sí (el periodista deportivo Julio Maldonado "Maldini")	No
			Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Banner estático rectangular horizontal (versión Maldini y gatos)							
Betfair	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años.	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	Sí (el periodista deportivo Julio Maldonado "Maldini")	No
			Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Banner estático rectangular vertical (versión Maldini y gatos)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años.	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
			Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Banner dinámico rectangular horizontal (versión tragaperras)							
Bethard	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años.	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
			Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Banner dinámico rectangular horizontal flotante (versión tragaperras)							
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años.	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
			Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Banner dinámico rectangular horizontal (versión Portero)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años. Aparición en una sección del sitio web dirigido al público infantil	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión portero) 							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Codere	Genérico	No	Advertencia gráfica +18 años. Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200 €)	No	No
				Banner estático cuadrado flotante (versión soplando)							

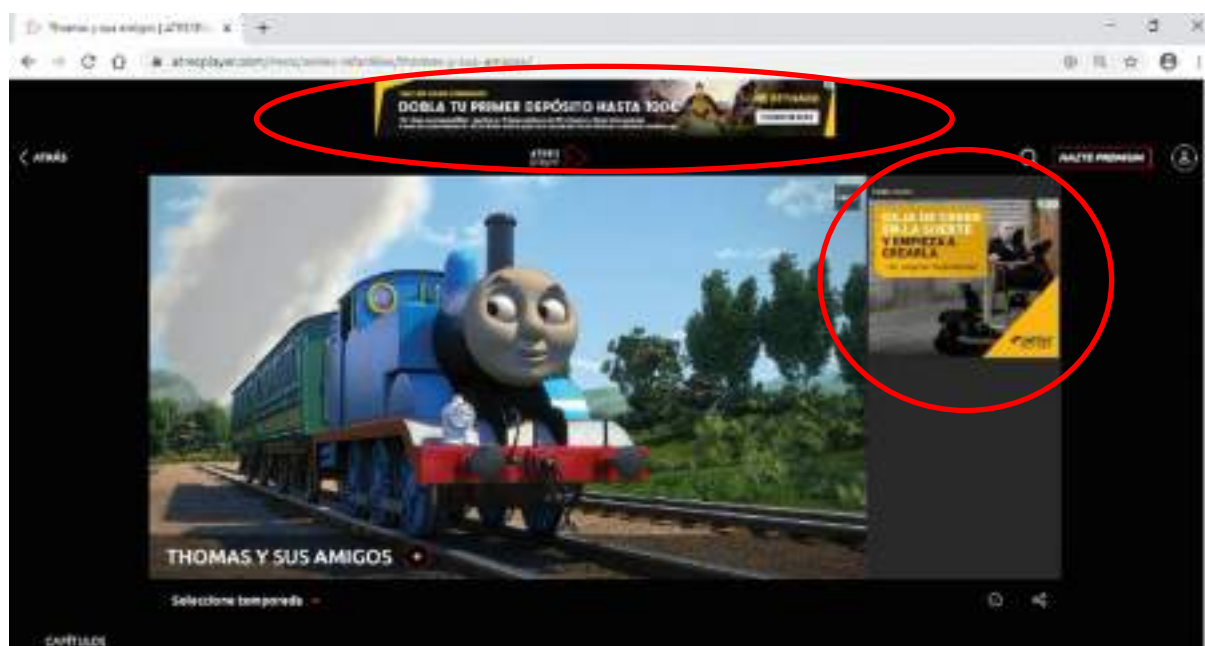
8.2.5.8 Web de Atresplayer

Durante el análisis no se ha observado la inserción de spots de juego y apuestas durante la reproducción de los vídeos disponibles en el sitio web Atresplayer (www.atresplayer.com).

Por otra parte, se han detectado contenidos publicitarios de juego y apuestas en formato de banner (7 diferentes) en el sitio web de Atresplayer. 6 de estos banners se han detectado también en las secciones del sitio web que ofrecen el visionado de programación dirigida al público infantil.

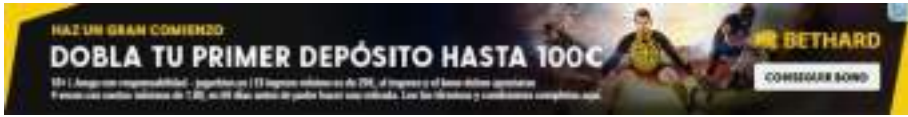
El acceso a los contenidos infantiles es libre. En un eventual proceso de registro (no obligatorio) se pide la confirmación de tener más de 14 años, pero sin ningún sistema de verificación de la edad.

Imagen 14. Captura de pantalla del sitio web de Atresplayer. Banners (10:07 h del 21 de enero de 2020)



Cuadro 89. Web de Atresplayer. Presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas. Banners diferentes (20 y 21 de enero de 2020)

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Betfair	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años. Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	Sí (el periodista deportivo Julio Maldonado "Maldini")	No
				Banner estático cuadrado (versión Maldini y gatos)							
Betfair	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años. Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	No incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	No	Sí (el periodista deportivo Julio Maldonado "Maldini")	No
				Banner estático rectangular horizontal (versión Maldini y gatos)							
Bethard	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años. Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	No
				Banner dinámico rectangular horizontal (versión tragaperras)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje "Juego seguro"	Contenidos contrarios	Mensaje "Jugar bien"	Mensaje "Juega con responsabilidad"	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bethard	Apuestas deportivas	No	Advertencia gráfica +18 años.	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100 €)	No	No
			Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Banner dinámico rectangular horizontal (versión portero)							
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años.	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí (hasta 100€)	No	No
			Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Banner dinámico rectangular vertical (versión tragaperras)							

Identificación			Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas								
Operador de juego y apuestas	Modalidad	¿Identificación de la publicidad?	Protección de menores de edad	Responsabilidad social		Juego responsable					
				Mensaje “Juego seguro”	Contenidos contrarios	Mensaje “Jugar bien”	Mensaje “Juega con responsabilidad”	Mensaje autoexclusión	¿Ofrecimiento de bonos o promos?	¿Presencia de personas famosas?	Otros elementos que propician una decisión no reflexiva
Bethard	Apuestas deportivas	Sí (letrero "Publicidad")	Advertencia gráfica +18 años	No incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	No incluye mensaje	Sí	No	No
				Banner dinámico rectangular vertical (versión portero) 							
Codere	Genérico	No	Advertencia gráfica +18 años. Aparición en una sección del sitio web dirigida al público infantil	Incluye mensaje	Ningún elemento contrario	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Incluye mensaje	Sí (hasta 200 €)	No	No
				Banner estático rectangular horizontal (versión dioses) 							

9. Plataformas de distribución de vídeos

9.1 Vídeos con elementos de promoción del juego y las apuestas

Se analizan canales y vídeos alojados en la plataforma de distribución de vídeos YouTube que presentan, de forma explícita, elementos de promoción del juego y las apuestas.

El acceso a todos los contenidos que recoge este apartado se ha efectuado sin ningún tipo de registro previo ni de verificación de la mayoría de edad de la persona usuaria.

Se han seleccionado 21 vídeos de 6 canales de YouTube que constituyen una muestra ilustrativa de la presencia del juego y las apuestas en la plataforma.

Así, se han analizado dos canales especializados en contenidos vinculados a las apuestas deportivas (Le Picks y SUMAVERDES); dos centrados en ofrecer consejos para conseguir beneficios económicos a partir de actividades diversas (Código Trading y Carlos Lopez); y dos con contenidos sobre tecnología (Pro Gadget) y videojuegos (TOBBALink), susceptibles de contar con personas menores de edad entre su audiencia.

Cuadro 90. Canales y vídeos con elementos de promoción del juego y las apuestas analizados (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Datos genéricos de los canales			Datos referidos a los vídeos analizados		
Nombre	Subscripciones	Visualizaciones (total vídeos del canal)	Título	Fecha publicación	Visualizaciones
Carlos Lopez	45.500	4.379.090	Como Ganar Dinero Con Apuestas Deportivas LA VERDAD – LUDÓPATAS y la LUDOPATÍA	22/11/19	581
			Estrategia Línea de Gol – APUESTAS DEPORTIVAS	16/01/19	8.514
			CÓMO Crear un Sistema GANADOR para las APUESTAS DEPORTIVAS	10/10/18	2.511
			Cómo GANAR DINERO con APUESTAS DEPORTIVAS 🎯 [Estrategia Equipo Goles]	15/08/18	48.647
			GANAR DINERO CON APUESTAS DEPORTIVAS	01/07/18	8.500
Código Trading	37.100	1.705.115	Trading Deportivo en vivo y en directo en el evento del año	27/11/19	1.161
			ENTREVISTA AL TRADER DEPORTIVO PROFESIONAL HÉCTOR DE JOBBET	28/04/19	4.909
			Truco para ganar en las apuestas deportivas 2019	13/02/19	118.759
Le Picks	55.000	3.497.012	¿Cuánto DINERO Necesitas para SEGUIR a un TIPSTER PREMIUM de APUESTAS DEPORTIVAS?	25/11/19	4.315
			Sin ESTO NO Vas a PROGRESAR en las APUESTAS DEPORTIVAS	18/11/19	7.310
			5 LIBROS PARA MEJORAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS	22/05/19	6.550
			BeBetting GANAR DINERO SIN RIESGO en las APUESTAS DEPORTIVAS	11/03/19	12.073
			EL SANTO GRIAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE?	26/02/19	10.228
Pro Gadget Review	2.240.000	273.706.262	Mejores Aplicaciones para GANAR DINERO POR INTERNET 2019 RAPIDO Y REAL	24/03/19	633.227

Datos genéricos de los canales			Datos referidos a los vídeos analizados		
Nombre	Suscripciones	Visualizaciones (total vídeos del canal)	Título	Fecha publicación	Visualizaciones
SUMAVERDES	21.800	715.772	Sistema OVER 2.5 GARGANTAS para NOVATOS cono Mindscore	17/01/20	2.352
			VLOG - LA SUERTE NO INFLUYE A LARGO PLAZO	21/05/19	1.825
			COMO GANAR DINERO FÁCIL Y RÁPIDO EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS	30/04/19	4.218
			Vídeo reacción a BETFAIR + GEEKS TOY (después de 8 años)	14/04/19	4.345
			BUENAS Y MALAS CASAS DE APUESTAS	29/01/19	10.974
TOBBALink	1.840.000	374.860.708	APUESTO 2.000~ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*	04/06/19	93.195
			APOSTÉ 2.000€ Y ESTO SE LO QUE PASÓ ...	22/01/19	128.122

9.1.1 Canal Carlos Lopez

Cuadro 91. Ficha de análisis (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Nombre del campo	Contenido
Identificación	
Título	Carlos Lopez
Dirección	https://www.youtube.com/channel/ucjmjm5s3ebjyg5jv7c5-eeg/featured
Características	
Lengua	Castellano
Fechas	Creación del canal: 08/03/16 Último vídeo publicado: 26/01/20
Datos de audiencia	45.500 suscripciones 4.379.090 visualizaciones
Contenidos	
Presentación	“Canal dedicado exclusivamente a ganar dinero por Internet y ganar seguidores en las redes sociales. Si tu objetivo es ganar dinero desde casa utilizando solo tu computadora o teléfono móvil o celular, este es tu canal.”
Captura de pantalla	 The screenshot shows the YouTube channel page for 'Carlos Lopez'. The banner features the text 'CARLOS LÓPEZ' in a stylized font. Below the banner is the channel's profile picture and name. The video section displays several thumbnails, including one titled 'Como GANAR DINERO en Instagram 2020 (El Mejor Metodo)' and another titled 'EL PAGO DE LA INGENIERIA'.

El canal Carlos Lopez incluye vídeos centrados en el ofrecimiento de estrategias diversas para conseguir ganancias económicas. El protagonista de todos los vídeos es un hombre joven que presenta contenidos que abordan la emprendeduría, la inversión financiera o el marketing digital. Entre estas actividades también se incluye la apuesta deportiva *online*.

Así, el canal incluye una lista de reproducción llamada *Apuestas deportivas*, con 5 vídeos que presentan las apuestas deportivas como una actividad vinculada a la inversión financiera, que son los que han sido objeto de análisis.

Cuadro 92. Canal Carlos López. Vídeos analizados (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Título de los vídeos	Fecha de publicación	Duración	Visualizaciones	Descripción
<i>Como Ganar Dinero Con Apuestas Deportivas LA VERDAD – LUDÓPATAS y la LUDOPATÍA</i>	22/11/19	04:20	581	Vídeo donde el protagonista del canal se presenta como una persona de éxito en el mundo del juego y las apuestas deportivas, en contraposición a las personas que él denomina <i>ludópatas</i> .
<i>Estrategia Línea de Gol – APUESTAS DEPORTIVAS</i>	16/01/19	11:10	8.514	El <i>youtuber</i> muestra la web del operador de juego y apuestas deportivas que él utiliza habitualmente (Bet365) y explica una estrategia para realizar apuestas.
<i>CÓMO Crear un Sistema GANADOR para las APUESTAS DEPORTIVAS 🏆</i>	10/10/18	09:05	2.511	El protagonista del canal muestra cómo hacer uso de una plataforma de análisis estadístico de mercados de apuestas de fútbol (Betpractice).
<i>Cómo GANAR DINERO con APUESTAS DEPORTIVAS 🤑 [Estrategia Equipo Goles]</i>	15/08/18	10:21	48.647	El protagonista del canal recomienda dos operadores de juego para realizar con éxito apuestas de fútbol (Sportium y Bet365).
<i>GANAR DINERO CON APUESTAS DEPORTIVAS</i>	01/07/18	09:34	8.500	Vídeo donde se explica cómo realizar apuestas deportivas en un operador de juego y apuestas en línea concreto (Bet365)

El protagonista del canal también dispone de perfiles en otras redes sociales (Facebook e Instagram) que también se presentan bajo el nombre de Carlos Lopez y que difunden el mismo tipo de contenidos. El enlace a estos dos perfiles se incluye dentro del apartado de información del canal y en la descripción de los vídeos.

Protección de las personas menores de edad

El acceso al canal no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria.

Igualmente, ni el canal ni ninguno de los vídeos objeto de análisis incluye advertencia alguna que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad ni tampoco sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para este colectivo.

Presencia de contenidos publicitarios

Tres de los vídeos analizados **presentan publicidad de dos operadores diferentes** (Bet365 y Sportium). Ninguno incluye un mensaje que advierta de la presencia de publicidad, ni ningún tipo de advertencia en relación con el juego responsable o el juego seguro.

Así, en dos vídeos el *youtuber* manifiesta su preferencia por un operador concreto (Bet365), muestra el logotipo en pantalla y explica sus características positivas, cómo acceder al apartado de apuestas de fútbol y qué apuesta considera más segura de todas las que ofrece.



*(GANAR DINERO CON APUESTAS DEPORTIVAS y
Estrategia Línea de Gol – APUESTAS DEPORTIVAS)*

En un tercer vídeo, el *youtuber* construye un discurso complaciente en torno a los dos operadores de juego y apuestas deportivas que, tal y como dice, utiliza habitualmente (Sportium y Bet365) y muestra en pantalla como hace uso de su cuenta en el segundo caso:

“Aquí tengo los dos *Sportiums* que eché ayer, porque también voy al Sportium a echar apuestas deportivas. No solamente lo hago en el Bet ¿Vale? [...]”

(*Cómo GANAR DINERO con APUESTAS DEPORTIVAS* 🤖 [Estrategia Equipo Goles])

Contenidos de los vídeos analizados

El *youtuber* presenta las **apuestas deportivas como una de sus fuentes de ingresos**, que en el contexto del canal, se equipararía a las demás actividades profesionales que aparecen en el resto de vídeos, como por ejemplo la emprendeduría, la inversión financiera o el marketing digital. Por ejemplo:

“Emprendedores, ya es hora de que revele la siguiente estrategia para ganar dinero en apuestas deportivas.”

(*Cómo GANAR DINERO con APUESTAS DEPORTIVAS* 🤖 [Estrategia Equipo Goles])

“En este vídeo os voy a enseñar otra de mis fuentes de ingresos [...] Efectivamente, como dice el título, me refiero a las apuestas deportivas, a ganar dinero con el fútbol”

“¿Quieres ganar dinero con apuestas deportivas, concretamente apostando al fútbol? En este vídeo os voy a revelar otra de mis fuentes de ingresos.” [En el apartado textual del vídeo.]

(*GANAR DINERO CON APUESTAS DEPORTIVAS*)

“¿De verdad se puede ganar mucho dinero con las apuestas deportivas e incluso vivir de ellas? Esta pregunta seguro que te la has planteado miles de veces si eres apostador, y la respuesta es sí”.

(*CÓMO Crear un Sistema GANADOR para las APUESTAS DEPORTIVAS* 🏆)

El protagonista de los vídeos se presenta a él mismo y a su “método” como un ejemplo de éxito en el juego y las apuestas, de modo que se transmite la idea de **que la habilidad y la experiencia eliminarían el azar** del que dependen las ganancias:

“Llevo implementándola [la estrategia para apostar] desde hace una semana aproximadamente y, la verdad, me está funcionando muy, pero que muy bien.”

“Siempre estoy buscando esta estrategia ganadora que te permita ganar más que perder y además multiplicar tu inversión varias veces. Pues de momento me está yendo muy bien y os la voy a mostrar.”

“Podéis comprobar como todos estos partidos están acertados [...] un total de 9 partidos que se pagaba a 14 la cuota ¿Vale? Es decir, he multiplicado la apuesta por 14 veces.”

(*Cómo GANAR DINERO con APUESTAS DEPORTIVAS* 🧐 [Estrategia Equipo Goles])

En este sentido, asocia el **control del riesgo** con una supuesta investigación previa a las apuestas:

“Que un equipo marque un gol en un partido es muy probable si el equipo es bueno, aunque se pague poco, pero es lo más probable.”

“Como siempre, te recomiendo que todas estas estrategias las utilices en equipos que ya conoces y, si no les conoces, mira primero la clasificación [...] Antes de hacer una apuesta siempre hago una investigación exhaustiva a todos los equipos [...] Toda apuesta requiere de una previa investigación para que tenga posibilidades de acierto.”

(*Cómo GANAR DINERO con APUESTAS DEPORTIVAS* 🧐 [Estrategia Equipo Goles])

Así, el relato del *youtuber* **minimiza el riesgo de perder en las apuestas deportivas**:

“Hay estrategias que disminuyen ese riesgo y es bastante más probable ganar dinero.”

“Así se va escalando, se va escalando, se va escalando con una apuesta que en teoría es bastante segura.”

“Te puedo decir que es una estrategia bastante segura y, por lo menos a mí, me es rentable.”

(*GANAR DINERO CON APUESTAS DEPORTIVAS*)

En esta línea, pone el énfasis en tener control y apostar “con la cabeza”, pero hace afirmaciones que podrían instar a una práctica compulsiva del juego y las apuestas:

“Cuanto más dinero inviertas, más dinero puedes ganar.”

Además, en otro ejemplo, el *youtuber* recomienda a su audiencia controlar el deseo ludópata siguiendo los consejos de un *tipster* para apostar, de modo que **banaliza la adicción al juego**:

“Conozco a muchos ludópatas y todos pierden dinero [...] Yo soy el único de todo mi entorno que gana dinero con apuestas deportivas y es porque tengo un *tipster* profesional. El requisito indispensable para ganar dinero en apuestas deportivas es no ser un ludópata, porque si tienes la necesidad de apostar, vas a apostar a todo lo que pilles y vas a perder tu dinero porque no estás especializado. No es lo mismo entender que ser un experto. Los ludópatas creen que son buenos y que saben a dónde apostar pero no saben una m* [...] Yo aún no he perdido dinero con él [en referencia a un *tipster*].”

(Como Ganar Dinero Con Apuestas Deportivas
LA VERDAD – LUDÓPATAS y la LUDOPATÍA)

Cuadro 93. Canal Carlos Lopez. Presencia de elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas en los vídeos analizados

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
Como Ganar Dinero Con Apuestas Deportivas LA VERDAD – LUDOPATAS y la LUDOPATÍA	No	--	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro • Se minimiza la gravedad de la adicción al juego y las apuestas (ludopatía)	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Se vincula el juego con el éxito • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego
Cómo GANAR DINERO con APUESTAS DEPORTIVAS ☺ [Estrategia Equipo Goles]	Sí (Bet365, Sportium)	No		• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Se vincula el juego con el éxito • Se insta a la práctica compulsiva o irreflexiva del juego

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
Estrategia Línea de Gol – APUESTAS DEPORTIVAS	Sí (Bet365)	No	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Se vincula el juego con el éxito • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego
CÓMO Crear un Sistema GANADOR para las APUESTAS DEPORTIVAS 🏆	No	--			• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Se vincula el juego con el éxito • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego
GANAR DINERO CON APUESTAS DEPORTIVAS	Sí (Bet365)	No			• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Se vincula el juego con el éxito • Se insta a la práctica compulsiva o irreflexiva del juego

9.1.2 Canal Código Trading

Cuadro 94. Ficha de análisis (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Nombre del campo	Contenido
Identificación	
Título	Código Trading
Dirección	https://www.youtube.com/channel/UCdFW04vaDumWiiC2g-94n-Q
Características	
Lengua	Castellano
Fechas	Creación del canal: 19/02/17 Último vídeo publicado: 29/01/20
Datos de audiencia	37.100 suscripciones 1.705.115 visualizaciones
Contenidos	
Presentación	En Código Trading ofrecemos formación para invertir en los mercados financieros, dicho de otra manera para ser Trader. ACADEMIA DE TRADING CON RESULTADOS AUDITADOS 📁 ACADEMIA · Cursos de bolsa En Código Trading ofrecemos formación para invertir en los mercados financieros, dicho de otra manera para ser Trader. Aprender en nuestra academia es fácil, divertido y adictivo. Nuestro contenido educativo es líder en el sector y cuenta con un alto porcentaje de graduados satisfechos. 📁 RESULTADOS · Cuentas auditadas Sabemos que antes de invertir en formación queréis ver nuestros resultados y por este motivo nuestras cuentas auditadas. Cuando un trader busca capital, le piden resultados auditados. Es comprensible que, si un aspirante a trader busca un mentor, le pida exactamente lo mismo.
Captura de pantalla	

El canal Código Trading se presenta como una “academia” de formación para invertir en los mercados financieros (*trading*) y la gran mayoría de los vídeos abordan este tema. Durante 2019 se publican tres vídeos en relación con el juego y las apuestas (que son los que se analizan).

El protagonista del canal también dispone de perfiles en otras redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn) así como un sitio web, que también se presentan bajo el nombre de Código Trading y que difunden el mismo tipo de contenido. El enlace a la web y a estos perfiles se incluye dentro del apartado de información del canal y/o en la descripción de los vídeos.

Cuadro 95. Canal Código Trading. Vídeos analizados (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Título	Fecha de publicación	Duración	Visualizaciones	Descripción
<i>TRADING DEPORTIVO en vivo y en directo en el EVENTO del AÑO</i>	27/11/19	12:44	1.161	El vídeo consiste en una entrevista al fundador de dos plataformas vinculadas al juego (JobBet y BeBetting), que presenta el lanzamiento de esta última y explica su funcionamiento.
<i>ENTREVISTA AL TRADER DEPORTIVO PROFESIONAL HÉCTOR DE JOBBET</i>	28/04/19	54:32	4.909	El <i>youtuber</i> entrevista al fundador de las plataformas JobBet y BeBetting, que explica en qué consiste el <i>trading</i> deportivo, las diferencias con el <i>trading</i> en bolsa y el lanzamiento de la plataforma JobBet.
<i>TRUCO PARA GANAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS 2019</i>	13/02/19	06:45	118.759	El <i>youtuber</i> explica qué son las <i>surebets</i> , un tipo de apuestas deportivas, así como la forma de evitar las limitaciones que, tal y como dice, ponen las casas de apuestas a las personas que las utilizan.

Protección de las personas menores de edad

El acceso al canal no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria.

Igualmente, ni el canal ni ninguno de los vídeos objeto de análisis incluye advertencia alguna que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad ni tampoco sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para este colectivo.

Presencia de contenidos publicitarios

Los tres vídeos analizados incluyen publicidad de operadores de apuestas deportivas (Betfair y Pinnacle), de plataformas intermediarias de apuestas (AsianConnect y BeBetting) y de webs “formativas” en este ámbito (JobBet).

En ningún momento se incluye mensaje alguno de advertencia de la presencia de este contenido promocional ni tampoco en relación con el juego responsable o el juego seguro. Uno de estos operadores, Pinnacle, no aparece con este nombre comercial en la relación de operadores con licencia que facilita la DG.

Así, de todas las referencias se elabora un discurso complaciente y se explican su funcionamiento y virtudes. En el caso de JobBet y BeBetting también se proporciona, explícitamente, la dirección web que permite su contratación:



(TRADING DEPORTIVO en vivo y en directo en el EVENTO del AÑO)

Por ejemplo, el autor insta a la audiencia a cambiarse a los operadores de juego Betfair y Pinnacle, que califica de “excelentes” y como “el futuro” de las apuestas:

“Si eres un jugador serio y estás dispuesto a ir más allá de las casas de apuestas deportivas en línea habituales, tienes otras opciones. Se trata de empezar a jugar en la gran liga de las apuestas, las apuestas de intercambios, que son precisamente el futuro. Considera seriamente dejar las casas tradicionales y pasarte a las apuestas de intercambio. El exchange de Betfair, Pinnacle y otras casas es una excelente plataforma, al apostar directamente contra otros usuarios.”

(TRUCO PARA GANAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS 2019)

Dos de los vídeos se centran en entrevistas al fundador de la plataforma JobBet⁴ y director ejecutivo de la plataforma BeBetting⁵, que destacan las características presentadas como positivas de los productos y aseguran su rentabilidad:

“Hoy venimos aquí para que nos hable de un nuevo proyecto, del cual también es el fundador, que se llama BeBetting. Y este próximo miércoles en una sala de Madrid con capacidad para 250 personas va a hacer la presentación y estáis invitados a ir allí”

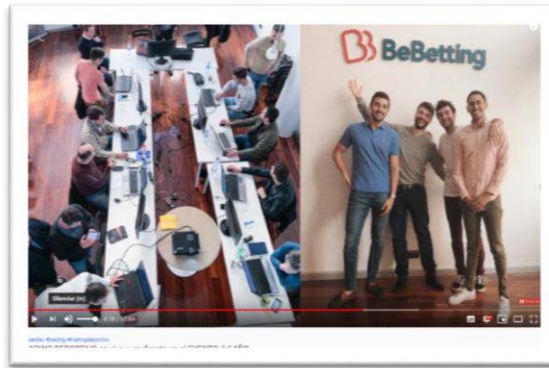
(TRADING DEPORTIVO en vivo y en directo en el EVENTO del AÑO)

“Por un lado el trader, que es el profesional que ejecuta las apuestas, las *surebet*, es quien te permite obtener una ganancia, pero por otro lado tenemos los clientes, todos aquellos que tienen sus casas de apuestas, que no tienen especial interés en desarrollar el trading deportivo, el *surebet*. Pues existe ahora la posibilidad, vamos a lanzar la plataforma donde macheamos al *trader* con un cliente que simplemente quiere invertir entre 500 y 5.000 euros.”

“Hemos creado un producto [*en referencia a BeBetting*] cuya rentabilidad que le puede ofrecer a un potencial inversor de unos ahorros de entre 500 y 5.000 euros, es bastante bastante elevada.”

⁴ JobBet se presenta como la “primera academia profesional de formación para el *trading* deportivo” y ofrece cursos presenciales, así como cursos *online* y gratuitos sobre esta temática.

⁵ BeBetting es una plataforma bajo demanda que tiene como objetivo ayudar a las personas usuarias a ganar dinero utilizando sus casas de apuestas y a través de la figura del *better* (persona experta), que se encarga de localizar las mejores *surebets*.



(TRADING DEPORTIVO en vivo y en directo en el EVENTO del AÑO)

Contenidos de los vídeos analizados

Los vídeos analizados **consideran el juego como una actividad económica**. En el contexto del canal, dedicado a la práctica de la inversión financiera, la actividad de las apuestas deportivas se presenta como una actividad profesional.

Así, todas las piezas se introducen de la siguiente forma: “Bienvenido a Código Trading. Soy Dave y te voy a acompañar en el camino hacia la libertad financiera”, seguido de una careta con la frase “Vive tu vida con libertad e independencia”.

Además, los vídeos coinciden en vincular el éxito en las apuestas con **la formación, la experiencia y la perseverancia**:

“Las cifras no engañan, ganar es difícil, pero con cabeza y mucha paciencia tenemos posibilidades de ganar dinero apostando”

(TRUCO PARA GANAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS 2019)

En esta línea argumental, se plantean las llamadas *surebet* como una **técnica segura y fácil de aprender para ganar dinero, de modo que se minimiza el azar**:

“La técnica más simple y segura es el arbitraje de apuestas, la *surebet*. Es muy simple y es una ganancia segura”

(TRUCO PARA GANAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS 2019)

“Son ganancias seguras [*en referencia a las surebet*]. Son ganancias más pequeñas pero constantes y estables en el tiempo. Entonces yo no sé si es la forma más rentable, pero que es una de las formas más estables y seguras, sí”

(*TRADING DEPORTIVO en vivo y en directo en el EVENTO del AÑO*)

Además, el *youtuber* **proporciona varios consejos para evitar las limitaciones que, afirma, ponen las casas de apuestas a las personas que hacen uso de las *surebets*:**

“Ésto haciéndolo repetidas veces durante el día en muchos mercados es la *surebet*. El truco en sí es muy simple, pero lo que pasa es que todas las casas de apuestas en países como España te van a limitar en cuestión de horas, minutos o días si te pones a utilizar esta técnica de forma intensiva”

“Te voy a dar cuatro trucos para intentar evitar las limitaciones en las casas de apuestas convencionales y a continuación te hablaré de la solución definitiva que son las casas de intercambio.

Punto 1: Apostar en mercados grandes y líquidos [...]

Punto 2: Evitar apostar grandes cantidades [...]

Punto 3: Apostar cifras redondas [...]

Punto 4: Distribuir tu operativa en cuantas más casas de apuestas mejor [...]

(*TRUCO PARA GANAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS 2019*)

Cuadro 96. Canal Código Trading. Presencia de elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas en los vídeos analizados

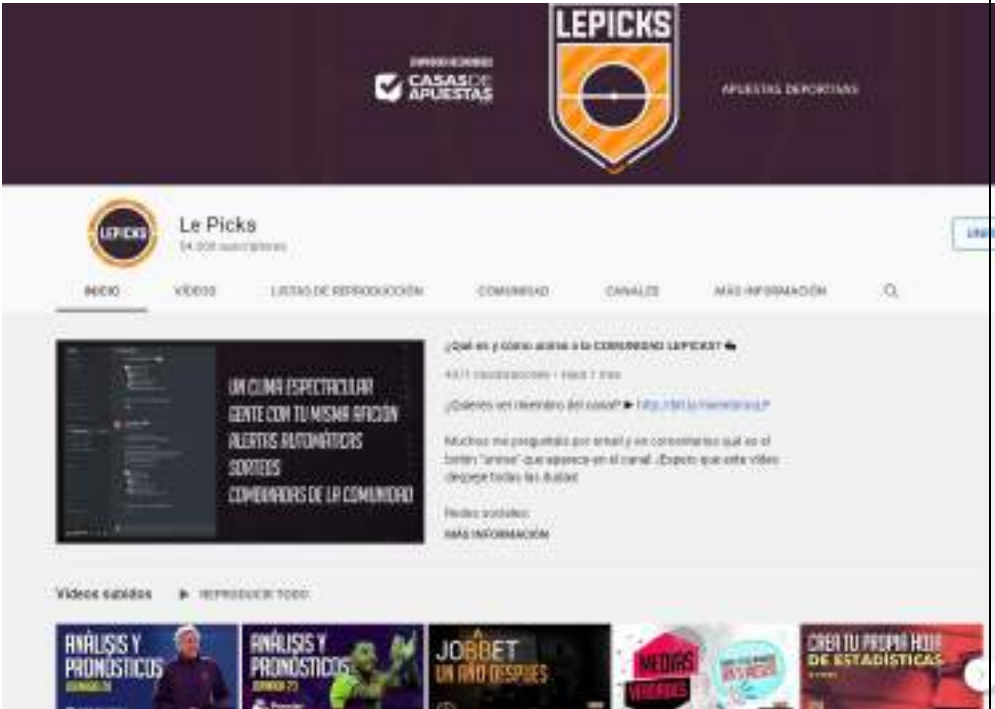
Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
TRUCO PARA GANAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS 2019	Sí (Betfair, Pinnacle, AsianConnect)	No	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro • Publicidad de operadores de juego que no aparecen, con este nombre comercial, en la relación de operadores con licencia que facilita la DG (Pinnacle y AsianConnect⁶) • Consejos para evitar las supuestas limitaciones que las casas de apuestas ponen a las personas usuarias	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego • Inducción a error sobre la posibilidad de ganar
TRADING DEPORTIVO en vivo y en directo en el EVENTO del AÑO	Sí (BeBetting, JobBet)	No	• Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica

⁶ AsianConnect no es un operador de juego, sino una plataforma intermediaria de apuestas que da acceso a varios operadores de juego y apuestas que no aparecen, con este nombre comercial, en la relación de operadores con licencia que facilita la DG.

Video	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
ENTREVISTA AL TRADER DEPORTIVO PROFESIONAL HÉCTOR DE JOBBET	Sí (JobBet)	No		Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	- Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad - Se presenta el juego como una actividad económica

9.1.3 Canal Le Picks

Cuadro 97. Ficha de análisis (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Nombre del campo	Contenido
Identificación	
Título	Le Picks
Dirección	https://www.youtube.com/channel/UC9l0XimXvNtapFgMsdGXxQ/videos?view=0&sort=dd&flow=grid
Características	
Lengua	Castellano
Fechas	Creación del canal: 11/04/17 Último vídeo publicado: 29/01/20
Datos de audiencia	55.000 suscripciones 3.497.012 visualizaciones
Contenidos	
Presentación	Canal dedicado a las apuestas deportivas. Enseñar, compartir y sobre todo ganar dinero.
Captura de pantalla	

Le Picks es un canal especializado en contenidos vinculados a las apuestas deportivas, especialmente a las futbolísticas. Todos los vídeos están protagonizados por la misma voz *en off* masculina que ilustra el discurso con textos, infografías y/o capturas de pantalla diversas. Durante el año 2019 el canal ha publicado un total de 197 vídeos.

El canal incluye, principalmente, dos tipologías de vídeos.

La más frecuente corresponde a piezas en las que el protagonista del canal hace predicciones y análisis de las estadísticas de los partidos de fútbol de las principales competiciones, donde muestra en pantalla la comparativa de las cuotas de varios operadores de juego y apuestas *online* y recomienda la apuesta que le parece más conveniente. La segunda tipología corresponde a vídeos en los que la voz *en off* ofrece consejos y estrategias diversas para tener éxito en las apuestas deportivas basados en su propia experiencia.

Del conjunto de vídeos que constituyen el canal se han seleccionado, como ejemplo, los siguientes publicados durante 2019:

Cuadro 98. Canal Le Picks. Vídeos analizados (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Título de los vídeos	Fecha de publicación	Duración	Visualizaciones	Descripción
<i>¿Cuánto DINERO Necesitas para SEGUIR a un TIPSTER PREMIUM de APUESTAS DEPORTIVAS?</i>	25/11/19	20:00	4.315	Una voz <i>en off</i> explica la fórmula más adecuada para decidir cómo seleccionar una persona experta en apuestas (<i>tipster</i>).
<i>Sin ESTO NO Vas a PROGRESAR en las APUESTAS DEPORTIVAS</i>	18/11/19	11:19	7.310	Una voz <i>en off</i> da consejos para progresar en las apuestas deportivas
<i>5 LIBROS PARA MEJORAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS</i>	22/05/19	11:02	6.550	Una voz <i>en off</i> recomienda leer 5 libros antes de apostar, de los que se reproducen fragmentos en el transcurso del vídeo.
<i>BeBetting GANAR DINERO SIN RIESGO en las APUESTAS DEPORTIVAS</i>	11/03/19	12:03	12.073	Una voz <i>en off</i> explica el funcionamiento de la nueva plataforma BeBetting, que se presenta como una herramienta para ganar dinero sin riesgo en las apuestas deportivas.
<i>EL SANTO GRIAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE?</i>	26/02/19	13:40	10.228	Una voz <i>en off</i> se dirige a las personas que se inician en el mundo de las apuestas deportivas para ofrecerles consejos para que consigan una alta rentabilidad.

El *youtuber* también dispone de perfiles en otras redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter) que también se presentan bajo el nombre de Le Picks y que difunden el mismo tipo de contenido. El enlace a estos perfiles se incluye dentro del apartado de información del canal y/o en la descripción de los vídeos.

Protección de las personas menores de edad

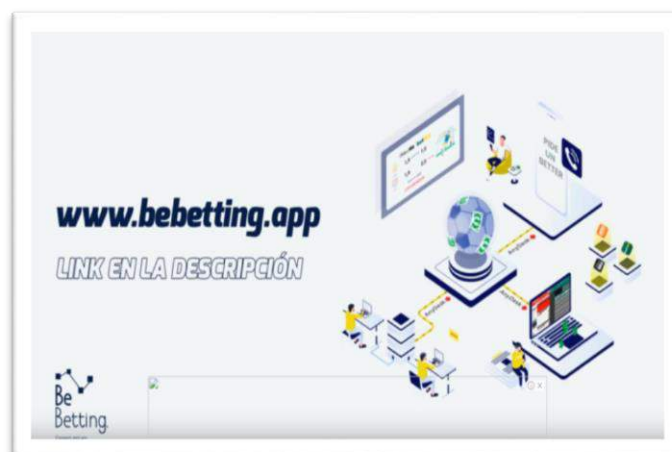
El acceso al canal no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria.

Igualmente, ni el canal ni ninguno de los vídeos objeto de análisis incluye advertencia alguna que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad ni tampoco sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para este colectivo.

Presencia de contenidos publicitarios

Uno de los vídeos analizados elabora **un discurso publicitario** de una aplicación de apuestas, BeBetting. En ningún momento se identifica la presencia de publicidad ni se incluye mensaje alguno de advertencia en relación con el juego responsable o el juego seguro.

En su transcurso se mencionan las virtudes de dicha aplicación y se realiza un discurso complaciente. Además, tanto en el vídeo como en el texto de la descripción se incluye el enlace de descarga de la aplicación móvil BeBetting que da acceso a la plataforma:



(BeBetting | GANAR DINERO SIN RIESGO en las APUESTAS DEPORTIVAS)

Contenido de los vídeos analizados

Los 5 vídeos objeto de análisis coinciden en considerar el juego como **una actividad económica o profesional**.

Así, en uno de los vídeos se promociona una plataforma llamada BeBetting que, tal como se dice, permite ganar dinero de forma segura en las apuestas deportivas mediante las llamadas *surebets*⁷ (apuestas seguras):

“BeBetting es una plataforma donde puedes realmente ganar dinero [...] Y os voy a explicar como funciona en este vídeo”

“BeBetting es una *surebet*, una apuesta segura. Una apuesta segura es un par de apuestas donde te aseguras un beneficio sí o sí”.

(*BeBetting | GANAR DINERO SIN RIESGO en las APUESTAS DEPORTIVAS*)

En otro caso se construye un discurso que normaliza la consideración de las apuestas como una posible actividad económica:

“Todos intentamos hacer lo mismo en mayor o menor medida cuando comenzamos y queremos tomarnos las apuestas deportivas en serio. Buscar una fórmula, buscar una estrategia perfecta, con unos parámetros ABC para ser ricos. Esto, evidentemente, no es nada fácil [...]”

(*EL SANTO GRIAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE?*)

Así, en este mismo vídeo la voz en *off* se dirige a las personas que se inician en las apuestas deportivas para ofrecerles consejos basados en su experiencia, en el supuesto de que quieran dedicarse a ello de forma profesional:

“Ésa es la pregunta que tienes que hacerte tú cuando empiezas a tomarte las apuestas deportivas como una inversión: ¿Cómo quieres conseguir ese rendimiento?” [...] Si tú quieres dedicarte a las apuestas deportivas de forma profesional o como primera fuente de ingreso debes saber que necesitas un capital.”

(*EL SANTO GRIAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE?*)

⁷ Una *surebet* es una apuesta mediante la cual se obtiene beneficio independientemente de lo que suceda en el acontecimiento deportivo. La forma de realizarla es aprovechar las diferentes cuotas que ofrecen las casas de apuestas para apostar en todas las opciones de un mercado sin posibilidades de pérdidas.

También se insta a apostar cantidades elevadas (superiores a 100 euros), dado que se afirma que con menos dinero los beneficios obtenidos no permitirían vivir del juego:

“Tú no puedes dedicarte a esto profesionalmente con un *bankroll* de 100€. Con 100€ no puedes pretender ganar 2.000 o 3.000€ al mes”

(EL SANTO GRIAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE??)

Dos de los vídeos analizados coinciden en presentar las apuestas deportivas **como una actividad que permite ganar dinero sin riesgos y que maximiza las posibilidades de ganar:**

“Pase lo que pase, ocurra lo que ocurra, con BeBetting siempre vas a salir ganando”

“BeBetting es un nuevo proyecto con el que puedes GANAR DINERO sin el riesgo que conllevan las apuestas deportivas. ¿No lo crees? ¡Atento al vídeo!”

(BeBetting | GANAR DINERO SIN RIESGO en las APUESTAS DEPORTIVAS)



Además, en la mayoría de los vídeos analizados se vincula el éxito en las apuestas con **los conocimientos y la perseverancia:**

“Hay tres cualidades que para mí son el verdadero santo grial de las apuestas deportivas. Y son estas tres cualidades: la práctica, la constancia y la paciencia”

“La práctica es necesaria [...] Hay que ser constante en el trabajo, constante en el estudio, constante en el análisis y constante en tu forma de ver las apuestas, de entender las apuestas o al fin y al cabo en tu estrategia [...]”

(EL SANTO GRAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE?)

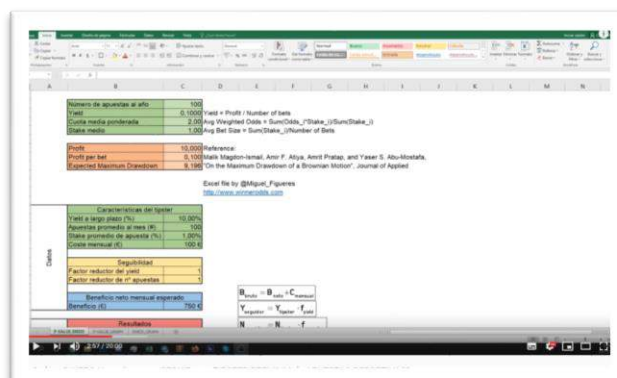
“¿Quiénes son para mí al menos a título personal los que están en esa zona naranja? Gente que está en el camino de la especialización. Han encontrado un sector, un nicho donde se sienten pues que entienden del mercado o del deporte o de la liga. Más o menos que han encontrado su camino a seguir, que comienza a tener resultados, quizás no muy regulares, hay meses que sí, semanas que sí, semanas que no, etc. [...] Gente, eso, que está en el camino hacia el éxito, pero que todavía no tiene esa constancia y no tiene esos resultados a largo plazo [...]

(Sin ESTO NO Vas a PROGRESAR en las APUESTAS DEPORTIVAS)



Este discurso se complementa con la recomendación de seguir los **consejos de los tipsters** (personas que se presentan como profesionales de las apuestas) y ofrece pautas para escoger el más adecuado. El discurso del vídeo atribuye a estas personas un alto grado de profesionalidad y experiencia en el ámbito del juego:

“Aquí vamos a plasmar toda la información que un *tipster* nos debería dar”



(¿Cuánto DINERO Necesitas para SEGUIR a ud
TIPSTER PREMIUM de APUESTAS DEPORTIVAS?)

También se destaca el hecho que **la plataforma BeBetting ofrece una solución a las limitaciones que, afirma, ponen las casas de apuestas** a las personas que hacen uso de las *surebets*:

“Las casas de apuestas en cuanto detectan este comportamiento [*en referencia al uso de las surebets*] te limitan la cuenta y te limitan la cantidad que puedes apostar [...] Por esto una persona es difícil que a largo plazo se dedique exclusivamente con sus cuentas a hacer *surebets*, porque les van a limitar y ahí nace BeBetting, con ese problema y buscando una solución a ese problema.”

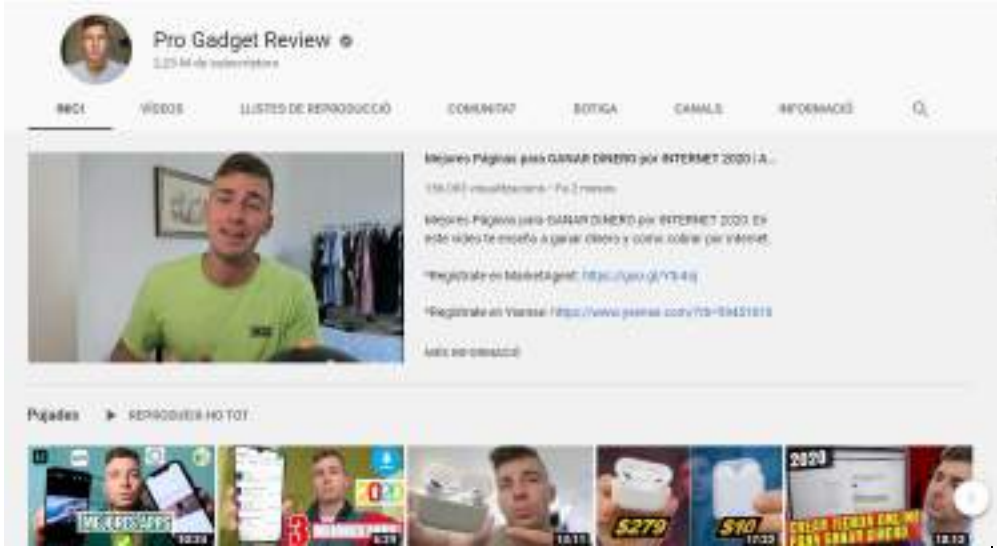
Cuadro 99. Canal Le Picks. Presencia de elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas en los vídeos analizados

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
EL SANTO GRIAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE?	No	--	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego
5 LIBROS PARA MEJORAR EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS	No	--			
¿Cuánto DINERO Necesitas para SEGUIR a un TIPSTER PREMIUM de APUESTAS DEPORTIVAS?	No	--			

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
Sin ESTO NO Vas a PROGRESAR en las APUESTAS DEPORTIVAS	No	--	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica
BeBetting GANAR DINERO SIN RIESGO en las APUESTAS DEPORTIVAS	Sí (Be Betting)	No	• Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro • Referencias a cómo evitar las limitaciones de las casas de apuestas	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego

9.1.4 Canal Pro Gadget Review

Cuadro 100. Ficha de análisis (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Nombre del campo	Contenido
Identificación	
Título	Pro Gadget Review
Dirección	https://www.youtube.com/channel/UCPrbArysdf6neOcQPaxzxFg
Características	
Lengua	Castellano
Fechas	Creación del canal: 25/05/10 Último vídeo publicado: 16/01/20
Datos de audiencia	2.240.000 suscripciones 273.706.262 visualizaciones
Contenidos	
Presentación	“Estás en el canal de Pro Gadget Review. Esto es algo más que un canal de tecnología donde podrás encontrar los mejores tutoriales y videos con los mejores juegos, aplicaciones y programas para Android y tu PC. TradeDoubler site verification 3047705.”
Captura de pantalla	

Pro Gadget Review se presenta como un canal dedicado a la tecnología, los juegos y la informática. Todos los vídeos están protagonizados por el mismo joven e incluyen contenidos como por ejemplo comparativas o *reviews* sobre dispositivos digitales y aplicaciones, tutoriales sobre el uso del móvil, así como varios consejos para obtener beneficio económico a través de internet, algunos de los cuales referidos a la actividad de juego y apuestas *online*.

Así, dentro del canal se ha detectado la presencia de una lista de reproducción que, bajo el título *Como Ganar Dinero y Premios por Internet REAL*, incluye 22 vídeos, 6 de los cuales presentan el juego y las apuestas como una actividad económica. De éstos, se analiza el único que ha sido publicado durante el año 2019:

Cuadro 101. Canal Pro Gadget review. Vídeos analizados (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Título de los vídeos	Fecha de publicación	Duración	Visualizaciones	Descripción
<i>Mejores Aplicaciones para GANAR DINERO POR INTERNET 2019 RAPIDO Y REAL</i>	24/03/19	16:44	633.227	El <i>youtuber</i> presenta 4 aplicaciones para móvil con las que, tal y como dice, se pueden obtener beneficios económicos. La primera a la que se refiere –que centra más de la mitad del vídeo–corresponde a una aplicación llamada Playfulbet, que permite jugar a hacer apuestas deportivas reales con dinero virtual. El <i>youtuber</i> explica como una de las formas para conseguir este dinero virtual es registrarse y hacer una primera apuesta en las webs de diferentes operadores de juego y apuestas <i>online</i> .

El *youtuber* también dispone de perfiles en otras redes sociales (Facebook y Twitter) que también se presentan bajo el nombre de Pro Gadget Review y que difunden contenidos similares. El enlace a estos perfiles se incluye dentro del apartado de información del canal y en la descripción de los vídeos.

Protección de las personas menores de edad

El acceso al canal no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria.

Igualmente, ni el canal, ni la lista de reproducción, ni el vídeo objeto de análisis incluye advertencia alguna que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad, ni tampoco sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para este colectivo.

Por otra parte, el protagonista del vídeo es un hombre joven: tal como explicita, tiene 21 años. Además, el contenido diverso de su canal, que incluye temas como los videojuegos y *reviews* de tecnología y aplicaciones, hace que sea susceptible de contar con personas menores de edad entre su audiencia.

Presencia de contenidos publicitarios

El vídeo analizado **presenta publicidad de varios servicios relacionados** con las apuestas *online*. En ningún momento se incluye un mensaje que advierta de la presencia de publicidad ni tampoco ningún tipo de advertencia en relación con el juego responsable o el juego seguro.

Así, el vídeo incluye publicidad de Betfair, dado que el *youtuber* se refiere a este operador reiteradamente y muestra el proceso de registro y de apuesta en el sitio web de este operador de juego, así como el ingreso de dinero en la cuenta:

“Yo voy a hacerlo con Betfair pues me van a dar 400.000 coins por registrarme y hacer una apuesta de 10 euros [...] Tenéis que darle al botón de registrarse y os llevará al enlace en la casa de apuestas para que os registréis [...] Yo, en mi caso, voy a hacerlo en Betfair...”



También incluye publicidad de una plataforma, Playfulbet, que permite apostar en diferentes acontecimientos deportivos con dinero virtual. El *youtuber* pone de relieve las características que, según él, ponen en valor esta aplicación y explica su funcionamiento.

“Vamos a empezar súper fuerte este vídeo [...] enseñando un método con el que vais a poder generar bastante dinero y, cuando digo bastante no me refiero a [...] 1 euro, 2... 3 si tienes suerte. De verdad, este truco que hoy te voy a enseñar vale oro. Además, me parece muy especial porque, si me seguís desde mis inicios en mi canal, vais a conocerla y quizás os haga tanta ilusión como a mí poder enseñaros esto ¿vale? Ya sabéis. Esta página se llama PlayFullBet”



*(Mejores Aplicaciones para GANAR DINERO POR
INTERNET 2019 | RAPIDO Y REAL)*

Contenidos de los vídeos analizados

Una de las características positivas que el relato atribuye a las apuestas deportivas y, concretamente, a las que se realizan a través del operador Betfair, **es la sencillez y la facilidad del proceso:**

“Una vez que lo tenéis hecho [*el registro en un operador de juego y apuestas online, en este caso Betfair*], tenéis que hacer una apuesta. Es así de sencillo y, en mi caso voy a hacer una apuesta cuota 2 y vamos a ver si tenemos suerte.”

El vídeo presenta las apuestas deportivas como **una actividad económica que permite obtener una cantidad importante de dinero**. Por ejemplo:

“Vamos a empezar súperfuerte este vídeo. Vamos a empezarlo, quizás, enseñando un método con el que vais a poder generar bastante dinero y cuando digo bastante no me refiero a enseñarte una aplicación en la que vas a poder hacer 1 euro, 2, 3 si tienes suerte. De verdad. Hoy este truco que yo te voy a enseñar hoy vale oro. Bueno, y además me parece también muy especial porque es una aplicación que, si me seguís desde mis inicios en mi canal, vais a conocerla [*en relación con la aplicación Playfulbet*] y quizá os haga tanta ilusión como a mí pues poder enseñaros esto ¿Vale? Ya sabéis.”

En este contexto, formula un discurso en el que **minimiza el factor de riesgo** inherente a la actividad del juego y las apuestas:

“Pues no es así porque aunque tienes que hacer un ingreso de 10 euros, automáticamente Playfulbet, por completar esta oferta, te va a regalar otros diez euros. O sea que tú prácticamente que no tienes que poner tu dinero porque Playfulbet, para esa apuesta, ellos te dan otros 10 euros de manera completamente gratuita.”

Cuadro 102. Canal Pro Gadget Review. Presencia de elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas en los vídeos analizados

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
Mejores Aplicaciones para GANAR DINERO POR INTERNET 2019 RAPIDO Y REAL	Sí (Betfair, Playfullbet)	No	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Se insta a la práctica compulsiva o irreflexiva del juego

9.1.5 Canal SUMAVERDES

Cuadro 103. Ficha de análisis (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Nombre del campo	Contenido
Identificación	
Título	SUMAVERDES
Dirección	https://www.youtube.com/channel/UCi0ir14elGWeZwzoNmdpNg
Características	
Lengua	Castellano
Fechas	Creación del canal: 23/09/13 Último vídeo publicado: 18/01/20
Datos de audiencia	21.800 suscripciones 715.772 visualizaciones
Contenidos	
Presentación	Canal de inversión en apuestas deportivas. Formación para apostar con metodología matemática, estadística, disciplina y control de bank. Sistemas de apuestas rentables, estrategias, trading deportivo y software de inversión en apuestas de valor.
Captura de pantalla	

SUMAVERDES es un canal que, tal y como se explicita, está especializado en inversión en apuestas deportivas. Todos los vídeos del canal están protagonizados por el mismo hombre adulto que ofrece información sobre software, páginas web y estrategias diversas que supuestamente facilitarían lograr el éxito en el mundo de las apuestas. SUMAVERDES ha publicado un total de 68 vídeos durante 2019, de los que se analizan los siguientes:

Cuadro 104. Canal SUMAVERDES. Vídeos analizados (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Título de los vídeos	Fecha de publicación	Duración	Visualizaciones	Descripción
<i>Sistema OVER 2.5 GOLES para NOVATOS con Mindscore</i>	17/01/20	15:37	2.352	Vídeo centrado en promocionar el programa de apuestas deportivas Mindscore, sobre el que se hace una demostración.
<i>VLOG - LA SUERTE NO INFLUYE A LARGO PLAZO</i>	21/05/19	13:27	1.825	El protagonista del canal se dirige a las personas jugadoras para dar consejos sobre apuestas deportivas
<i>COMO GANAR DINERO FÁCIL Y RÁPIDO EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS</i>	30/04/19	02:59	4.218	El <i>youtuber</i> se dirige a las personas que se inician en el juego para explicarles su método para ganar fácil y rápidamente en las apuestas deportivas.
<i>Vídeo reacción a BETFAIR + GEEKS TOY (después de 8 años)</i>	14/04/19	20:24	4.345	El <i>youtuber</i> promociona el <i>software</i> Geeks Toy para hacer apuestas deportivas
<i>BUENAS Y MALAS CASAS DE APUESTAS</i>	29/01/19	16:47	10.974	Vídeo dedicado a promocionar dos casas de apuestas: Betfair y Pinnacle

El *youtuber* también es, tal y como dice, el director ejecutivo del sitio web Betpractice, que se presenta como una plataforma de análisis estadístico de mercados de apuestas de fútbol. Algunos de los vídeos del canal se refieren al mismo en los contenidos e incluyen el enlace en la descripción.

El protagonista del canal también dispone de perfiles en otras redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter), así como un sitio web que también se presentan bajo el nombre de SUMAVERDES y que difunden el mismo tipo de contenido. El enlace a dicha web y a estos perfiles se incluye dentro del apartado de información del canal y en la descripción de los vídeos.

Protección de las personas menores de edad

El acceso al canal no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria.

Igualmente, ni el canal ni ninguno de los vídeos objeto de análisis incluye advertencia alguna que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad ni tampoco sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para este colectivo.

Presencia de contenidos publicitarios

En el vídeo *BUENAS Y MALAS CASAS DE APUESTAS*, **el autor promociona casas de apuestas con un discurso publicitario de complacencia y con prominencia en las referencias a Betfair y Pinnacle:**

“Hoy quiero haceros un vídeo sobre las casas de apuestas.”

“Betfair.com y Betfair Exchange tenía todo lo que a mí me gustaba [...] y no te limitan.”

“Las únicas que yo os recomiendo son Pinnacle y Betfair.”

“Betfair es la casa con la que más dinero he ganado y Pinnacle es la casa de apuestas con la que he ganado dinero más rápido.”

“Y para finalizar, mi recomendación a todo el mercado hispanohablante. Casas de apuestas que yo más utilizo: Betfair.com, el Exchange de Betfair.com, Pinnacle, que lo utilizo con PS3838, a través de AsianConnect y también a través de AsianConnect recomendaría lo que es Orbitx.”

(*BUENAS Y MALAS CASAS DE APUESTAS*)

En un segundo caso **el autor promociona una aplicación de apuestas deportivas (Geeks Toy) y la casa de apuestas Betfair, con un discurso publicitario de complacencia.** El vídeo consiste en hacer una demostración de cómo funciona esta

aplicación, de modo que muestra en pantalla los enlaces correspondientes a los dos productos mencionados:

“Vamos a hablar de una aplicación que se llama Geeks Toy. Posiblemente es la mejor aplicación que existe para hacer *trading* deportivo en Betfair.com”

(Vídeo reacción a BETFAIR + GEEKS TOY (después de 8 años))

Estos vídeos no informan en ningún momento de la presencia de contenidos publicitarios ni tampoco incluyen advertencia alguna en relación con el juego responsable o el juego seguro.

La descripción de la mayoría de los vídeos también incluye un enlace directo a las webs de los operadores de juego y apuestas Betfair y Pinnacle, el segundo de los cuales no aparece, con este nombre comercial, en la relación de operadores con licencia que facilita la DG. Asimismo, otros vídeos contienen enlaces que dan acceso a los webs de varias empresas vinculadas al mundo de las apuestas: Betsuite, Betpractice, AsianConnect y el programa Mindscore.

Contenidos de los vídeos analizados

El autor presenta las apuestas deportivas como **una actividad económica**:

“Hoy vamos a hacer un aburrido vídeo de cómo ganar más dinero de la cuenta”

“Este vídeo está destinado a gente que quiere ganar dinero. Gente con mente abierta que quiere atraer dinero a su vida”

(Vídeo reacción a BETFAIR + GEEKS TOY (después de 8 años))

Además, se trataría, según se dice, de una **forma sencilla de ganar dinero**:

“Os voy a enseñar cómo se puede ganar más dinero que apostando en Betfair.com directamente en la web oficial.”

“Estamos ganando el 10% de la inversión en muy poco tiempo.”

“Este programa te hace ganar más dinero que apostar en Betfair.com [...]”

(VÍDEO REACCIÓN A BETFAIR + GEEKS TOY (DESPUÉS DE 8 AÑOS))

“¿Cómo puedes ganar dinero fácil y rápido en las apuestas deportivas si acabas de entrar y no tienes ni idea?

*(COMO GANAR DINERO FÁCIL Y RÁPIDO
EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS)*

Uno de los elementos que el discurso subraya reiteradamente como determinante para lograr dicho éxito es el **conocimiento, la experiencia** de la persona que juega y la **perseverancia, descartando el azar** como factor a tener en cuenta para ganar. Por ejemplo:

“Lo que a mí me ha ayudado para ser rentable en las apuestas de fútbol: dedicación, confianza en ti mismo, perseverancia, disciplina, gestión monetaria, gestión del riesgo, información, cálculo y control, etc.”

*(COMO GANAR DINERO FÁCIL Y RÁPIDO
EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS)*

“Búscate la vida si quieres ganar dinero. No me pongas pegas, ¿vale? Haz algo por ti. No esperes que una rubia te vaya a traer el dinero a la puerta de tu casa”

(VÍDEO REACCIÓN A BETFAIR + GEEKS TOY (DESPUÉS DE 8 AÑOS))

“Necesitas información veraz para poder ganar este partido.”

“¿Qué es lo que influye a largo plazo? Las estadísticas. No me cuentes historias de que la estadística no cuenta para nada.”

(VLOG - LA SUERTE NO INFLUYE A LARGO PLAZO)

Cuadro 105. Canal SUMAVERDES. Presencia de elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas en los vídeos analizados

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
Sistema OVER 2.5 GOLES para NOVATOS con Mindscore	Sí (Mindscore)	No	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad
Vídeo reacción a BETFAIR + GEEKS TOY (después de 8 años)	Sí (Geeks Toy, Betfair)	No		• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego • Inducción a error sobre la posibilidad de ganar
VLOG - LA SUERTE NO INFLUYE A LARGO PLAZO	No	--		• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
COMO GANAR DINERO FÁCIL Y RÁPIDO EN LAS APUESTAS DEPORTIVAS	Sí (Betpractice, Betsuite, AsianConnect, Betfair, Pinnacle)	No	• El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro • Publicidad de un operador de juego que no aparece, con este nombre comercial, en la relación de operadores con licencia que facilita la DG (Pinnacle)	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego • Inducción a error sobre la posibilidad de ganar
BUENAS Y MALAS CASAS DE APUESTAS	Sí (Betfair, Pinnacle)	No	• Ninguna advertencia que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro • Publicidad de un operador de juego que no aparece, con este nombre comercial, en la relación de operadores con licencia que facilita la DG (Pinnacle)	• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Apelación a los conocimientos y la perseverancia para lograr el éxito en el juego • Inducción a error sobre la posibilidad de ganar

9.1.6 Canal TOBBALink

Cuadro 106. Ficha de análisis (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Nombre del campo	Contenido
Identificación	
Título	TOBBALink
Dirección	https://www.youtube.com/channel/UCjmJM5s3EbJYg5jv7C5-Eeg/featured
Características	
Lengua	Castellano
Fechas	Creación del canal: 08/03/16 Último vídeo publicado: 26/01/20
Datos de audiencia	1.840.000 suscripciones 374.860.708 visualizaciones
Contenidos	
Presentación	“Este canal esta creado con la mentalidad de ayudar tanto a los novatos que estan enpezando a jugar, como a los expertos del fifa, que llevan jugando a él desde el principio del ultimate, y estos últimos también podrían dejar sus comentarios y opiniones, asi me podrán ayudar tanto a mi como a le gente nueva, porque a lo mejor tienen otro punto de vista de las cosas. Yo os enseñaré mis métodos de tradeo, precios, equipos e incluso comparo jugador /precio, si os compensaría para vuestro equipo. También en un futuro espero tolear un poquito con equipo creados por mis subs sin ninguna compenetración y grabarlo todo para reirnos un poquito del Handicap. OPSKINS Si quereis más información dejáros de leer esto que es un tostón y ponerlos a ver mis videos y ya me direis que os parece. CONTACTO COMERCIAL: contacto.tobbalink@gmail.com.”
Captura de pantalla	

TOBBALink se presenta como un canal dedicado al *gaming* y, en concreto, a los videojuegos de temática futbolística, aunque también incluye varios contenidos de entretenimiento.

Dos vídeos de este canal incluyen contenidos que hacen uso de aplicaciones de operadores de juego y apuestas *online*, que son los que se analizan a continuación.

Cuadro 107. Canal TOBBALink. Vídeos analizados (datos actualizados en fecha 31/01/20)

Título	Fecha de publicación	Duración	Visualizaciones	Descripción
APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO *	04/06/19	14:32	93.195	El protagonista del canal muestra cómo va al partido de fútbol de la final de la Champions League y, con el asesoramiento de un pronosticador, realiza una apuesta de 2.000 euros que acaba ganando. Para realizar la apuesta utiliza la aplicación para móvil del operador Betfair.
APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ ...	22/01/19	14:07	128.122	Vídeo en el que el <i>youtuber</i> va a ver un partido de fútbol al estadio Santiago Bernabeu de Madrid, realiza una apuesta de 2.000 euros a un resultado y la gana. Le acompaña un pronosticador de apuestas que le asesora. Para realizar la apuesta utiliza la aplicación para móvil del operador Betfair. También visita una casa de apuestas física, de Luckia, y realiza otra apuesta.

Protección de las personas menores de edad

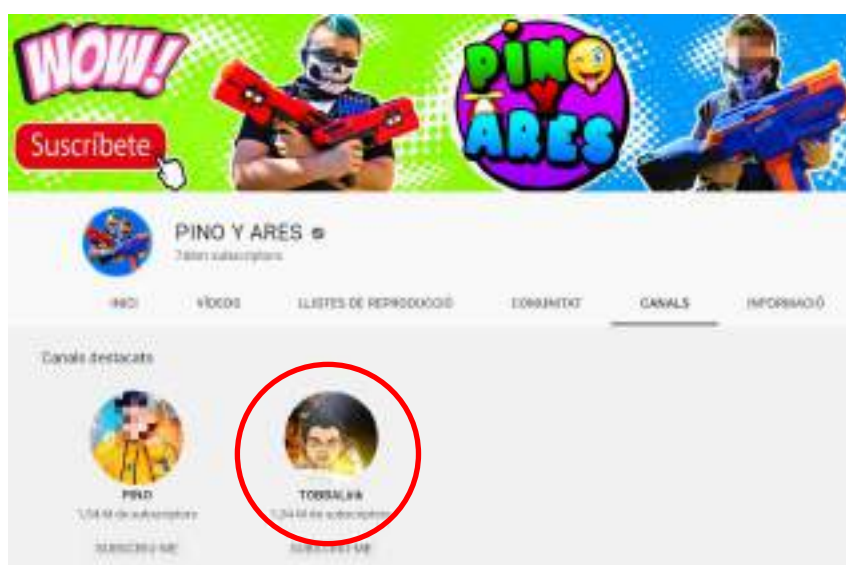
El acceso al canal no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria.

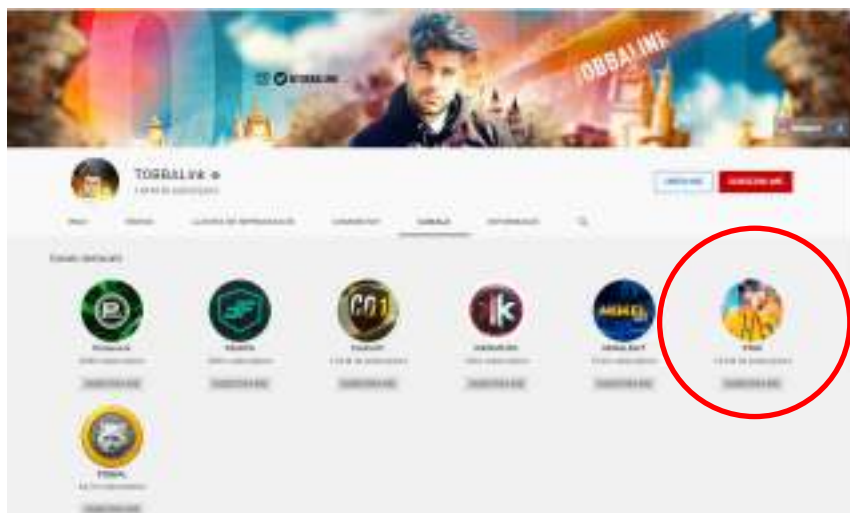
En los dos vídeos analizados con presencia de actividad de apuestas, el *youtuber* incluye, en la parte final, un mismo clip con imágenes diversas de sus contenidos, en el que aparece acompañado de dos menores de edad. Este clip también aparece en la mayoría del resto de vídeos del canal:



Además, se ha detectado la presencia en el canal de varios vídeos, agrupados en una lista de reproducción, en los que Tobbalink comparte protagonismo con estos dos niños, a los que presenta como sus sobrinos y que, a su vez, también son *youtubers* infantiles (Pino y Ares).

Por otra parte, los canales TOBBALink y el canal PINO y ARES (protagonizado por los dos niños) aparecen vinculados en YouTube. Así, en el apartado en el que la plataforma permite incluir el enlace a otros canales, ambos aparecen referenciados mutuamente:





Los dos vídeos analizados incluyen referencias en relación con la protección de las personas menores de edad:

- En el primero se incluye una sobreimpresión de 5 segundos de duración en tres momentos diferentes (minuto 01:40, minuto 04:10 y minuto 12:20) con el texto “+18”.
- En el segundo se hace referencia a la limitación del juego y las apuestas a las personas menores de edad. Por ejemplo:

“Sobre todo, y digo sobre todo, tendréis que ser mayores de edad” (minut 0:25 del vídeo)

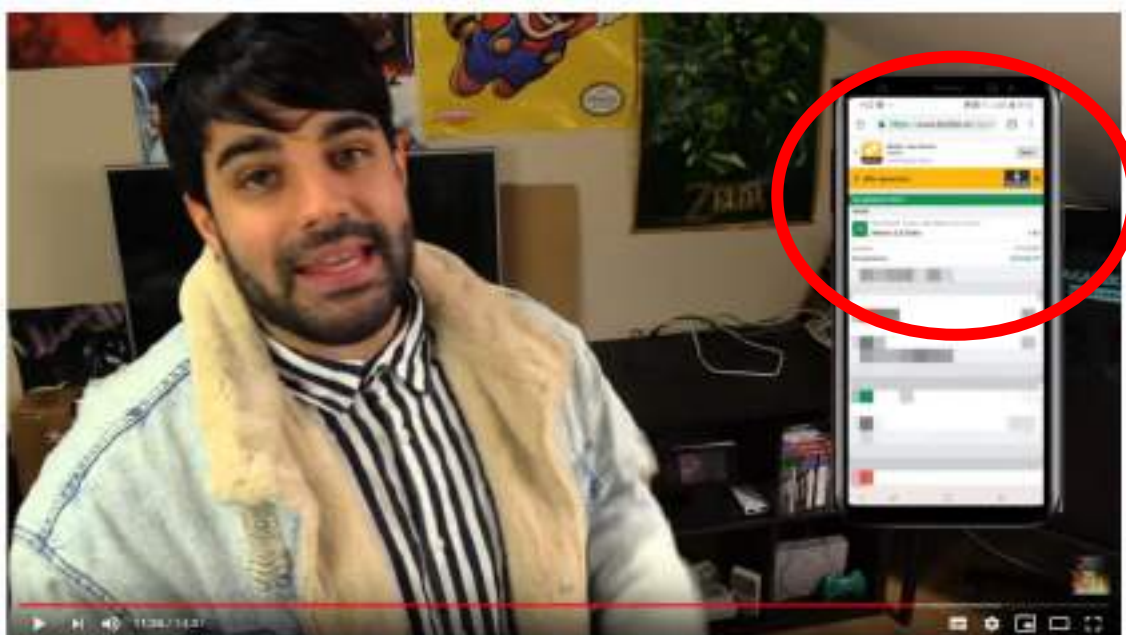
“Recordad, tenéis que tener 18 años para este tipo de apuestas” (minut 12:20. Final del vídeo)

El contenido diverso del canal, que incluye temas como los videojuegos y contenidos de entretenimiento, hace que sea susceptible de contar con personas menores de edad entre su audiencia.

Presencia de contenidos publicitarios

Los dos vídeos analizados **contienen publicidad de operadores de juego y apuestas on line** y no incluyen ningún mensaje de advertencia de la presencia de este contenido promocional.

Ambos incluyen publicidad de Betfair, dado que muestran en pantalla el proceso detallado de realizar una apuesta en este operador desde la aplicación para móviles. En cada uno de los vídeos se muestra en pantalla cómo se apuestan 2.000 euros, respectivamente, y como se activa el botón de apostar en la aplicación del operador:



APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ

“Estáis viendo aquí la aplicación con el resultado final donde ya nos han ingresado el dinero. [Una vez ganada la apuesta]”

(APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ...)

“Tenéis aquí, lo estáis viendo. Está la apuesta ya hecha y fijaros: a la de 3 [Activa el botón de confirmación de la apuesta.] ¡Ay, Dios!”

(APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*)

También se incluye publicidad de la casa de apuestas Luckia, cuando se muestra como el *youtuber*, previamente al partido de la Champions, visita uno de sus locales, realiza una apuesta y muestra el ticket en pantalla:



(APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*)

En cuanto a la presencia de advertencias en relación con el juego responsable o seguro, se detecta una única referencia en uno de los vídeos analizados: una superimpresión con la expresión “Juega con responsabilidad” durante 5 segundos, que aparece en tres ocasiones (minutos 01:40, 04:10 y 12:20):



(APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*)

Contenidos de los vídeos analizados

Los dos vídeos analizados presentan las apuestas deportivas como **una actividad económica que permite obtener cuantiosos beneficios**. Además, en ambos el *youtuber* gana las apuestas y obtiene sumas elevadas de premio. Por ejemplo:

“Quiero que veáis aquí cómo me hago rico con esta apuesta.”

“¡Se acaba el partido y hemos ganado! [la apuesta deportiva] [...] ¡Hoy te invito yo a cenar!”

(APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ ...)

“Minuto 76 y si el partido finaliza así ganaríamos la apuesta y nos llevaríamos mucha, mucha pasta. Así que vamos a ver qué pasa...”

“¡Toma! ¡Sí! ¡1.600 euros! ¡Toma!” [Tobbal apuesta 2.000 euros y gana 3.600]

*(APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*)*

En ambos vídeos se realizan **apuestas de alto riesgo**, dado que el importe económico apostado es elevado (2.000 euros). Se muestran las apuestas en pantalla y el margen de beneficio que se obtendría si resultaran ganadoras.

“Hoy puede ser una de mis mejores apuestas o puede ser una de las peores [...] Estoy muy, muy nervioso porque nos acabamos de jugar un montonazo de pasta.”

*(APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*)*

También vinculan el éxito en las apuestas con **los conocimientos y muestra un perfil profesional de experto en apuestas deportivas**, el pronosticador que le acompaña en sus apuestas:

“En todo momento estaré acompañado de Dani, un pronosticador experto en deportes y, más exclusivo, en el fútbol.”

“Dani, hola, Bro. Me dijeron que eres el mejor pronosticador y hoy te necesitamos más que nunca ya que vamos a gastar 2.000 euros.”

Dani 'Disaster Bet' (pronosticador): "Hay una apuesta muy buena, Tobbal, tío, 'menos de 3 con 5 goles' [...] métele a 'menos de 3 con 5 goles' que nos la llevamos, que nos llevamos la pasta de verdad. Seguro. Hazme caso, tío, que yo me dedico a esto."

(APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ...)

Así, se ofrece un discurso que **maximiza las posibilidades de ganar en el juego y las apuestas deportivas**:

Dani 'Disaster Bet' (pronosticador): "Aquí lo tenemos, 'menos de 3 con 5 goles', Madrid-Sevilla, 2.000 pavos... Vamos a darle ¿Los apostamos? ¡Ya la tenemos! Tranquilo, que ésta te la llevas. Ésta te la llevas seguro, créeme".

(APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ...)

Dani 'Disaster Bet' (pronosticador): "¿Tú no viste la última vez? La última vez te hice ganar, tío. Hoy también, tío. Confía en mí, tío, confía en mí. [...] Házmelo caso, hoy hay 'menos de 2 con 5 goles', lo tengo estudiadísimo, tío.

Tobbal: Vale, si lo dices tú me fío, tío".

(APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*)

En ambos vídeos, pese a que se hacen apelaciones a que hay que jugar "con cabeza" se hacen apuestas con una cantidad de dinero muy elevada a un solo resultado, de modo que se presenta una **práctica irreflexiva** por parte de quien realiza la apuesta:

Tobbal: "Veréis que me juego muchísimo dinero en un único partido. Tal vez muchos de vosotros cuando veáis la cantidad de dinero que me voy a jugar en ese partido pensaréis que es una locura. Efectivamente, lo será."

Tobbal: "Y me la voy a jugar y voy a jugar 2.000 euros a una sola apuesta ¿vale? [...] Me parece jodido apostar 2.000 euros. Vamos a hacer 2.000 euros a una sola apuesta. Es mucha pasta".

(APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ...)

Tobbal: "Van dos de dos [*en referencia a las apuestas deportivas ganadas*]. Muchas gracias, chaval."

Dani: ¿Vamos a por la tercera o qué?

Tobbal: Cuando quieras, chaval. Sólo tenéis que reventar este vídeo a 'likes' para volver a hacer otra con Dani, en cualquier otro partido, el que más os guste y apostaremos mucha pasta y nos llevaremos más."

(APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*)

Cuadro 108. Canal TOBBALink. Presencia de elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas en los vídeos analizados

Vídeo	Publicidad		Análisis en relación con el respeto a los principios generales de las comunicaciones comerciales de las actividades de juego y apuestas		
	Presencia	Identificación	Protección de menores de edad	Responsabilidad social	Juego responsable
APUESTO 2.000€ EN LA FINAL DE LA CHAMPIONS!! *Y PASA ESTO*	Sí (Luckia, Betfair)	No	• Advertencia gráfica +18 años en tres ocasiones • El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe de que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad	• Ninguna referencia a jugar en un entorno seguro	• Incluye la sobreimpresión “Juega con responsabilidad” en tres ocasiones • Se presenta el juego como una actividad económica • Se vincula el juego con el éxito • Se insta a la práctica compulsiva o irreflexiva del juego • Inducción a error sobre la posibilidad de ganar
APOSTÉ 2.000€ Y ESTO ES LO QUE PASÓ ...	Sí (Betfair)	No	• Referencia verbal a la limitación del juego y las apuestas a las personas menores de edad en dos ocasiones • El acceso a los contenidos no requiere la acreditación de la mayoría de edad de la persona usuaria • Ninguna advertencia que informe que sus contenidos no son adecuados para las personas menores de edad • Ninguna advertencia sobre la prohibición de la práctica del juego y las apuestas para las personas menores de edad		• Ninguna referencia a jugar bien o con responsabilidad • Se presenta el juego como una actividad económica • Se vincula el juego con el éxito • Se insta a la práctica compulsiva o irreflexiva del juego • Inducción a error sobre la posibilidad de ganar

10. Conclusiones

El presente informe sigue la serie iniciada por el CAC en los informes 9/2017 *Análisis de la presencia de contenidos en relación con el juego y las apuestas en línea* y 57/2018 *Análisis de la presencia de contenidos de promoción del juego y las apuestas en línea*.

Se analizan los servicios de comunicación audiovisual lineales (11 canales de televisión y 5 de radiodifusión), los sitios web que incluyen los servicios de televisión a la carta y los contenidos difundidos por la principal plataforma de intercambio de vídeos (YouTube). También se muestra la evolución de los datos, metodológicamente comparables, respecto a la muestra del año 2018 y que constan en el Informe 57/2018.

Las principales conclusiones del análisis son:

La audiencia menor de edad está expuesta a publicidad de juego y apuestas en horario protegido que, además, se emite en el contexto de programas susceptibles de ser de su interés, como las retransmisiones de fútbol.

El 54,5% de las comunicaciones comerciales televisivas y el 80% de las de radio se emiten en este horario. Sin embargo, las proporciones varían según el canal (véanse las figuras 5 y 6). Además, el 15,1% en la televisión y el 28,6% en la radio se emiten en horario de protección reforzada.

La principal causa radica en la presencia de publicidad de apuestas deportivas emitida en el transcurso de las retransmisiones deportivas, incluso en horario de protección reforzada, ubicación permitida explícitamente en el *Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego*, acordado por la asociación Autocontrol y la administración competente. Se trata, además, de una tipología de programas que cuenta con audiencia menor de edad.

Figura 5. Comunicaciones comerciales de operadores de juego y apuestas según horario de emisión en los canales de televisión

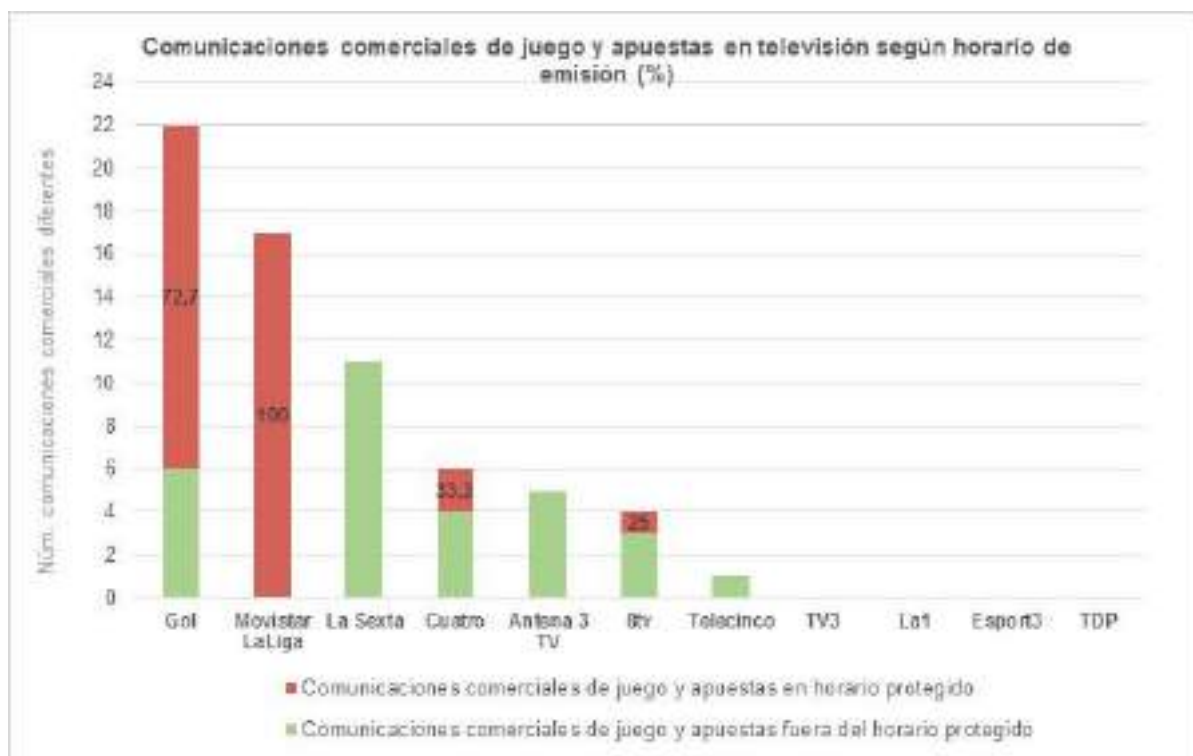
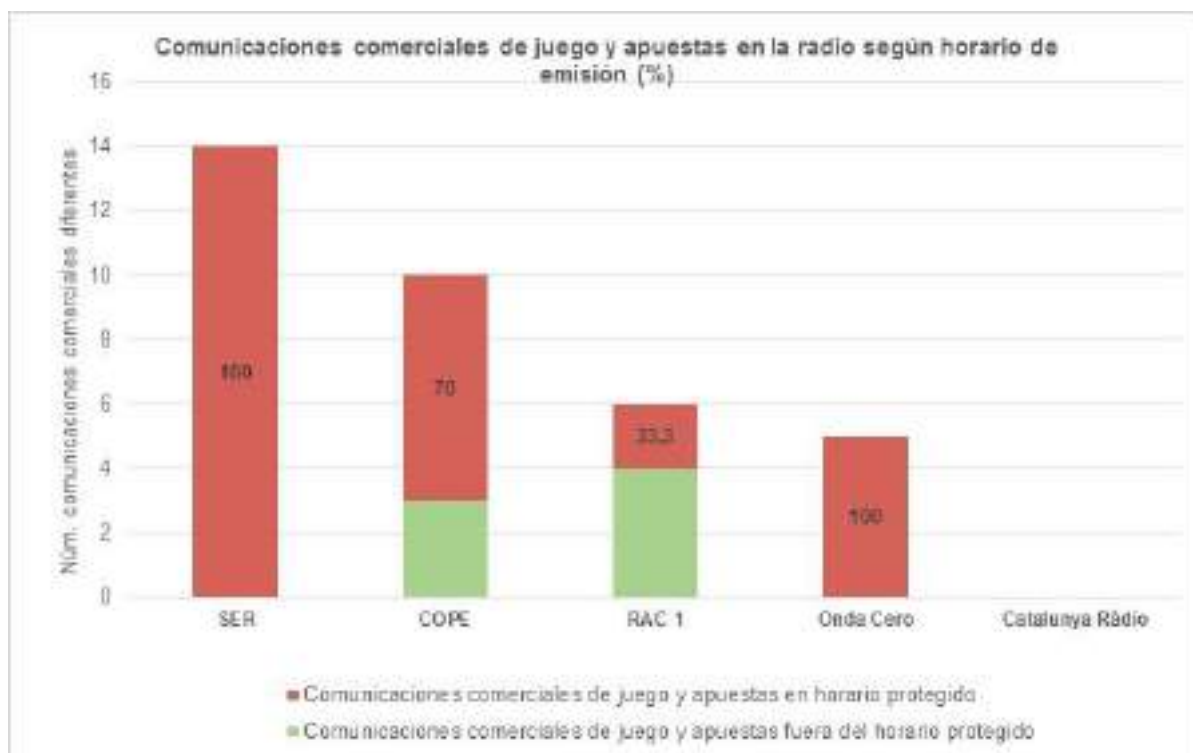


Figura 6. Comunicaciones comerciales de operadores de juego y apuestas según horario de emisión en las emisoras de radio



Este mismo interés de la audiencia menor de edad respecto al fútbol profesional hace que la publicidad con presencia, como prescriptores, de varios jugadores de fútbol en activo, sea más atractiva para niños y jóvenes. Es el caso de los anuncios de apuestas deportivas de un operador en los que aparecen jugadores del primer equipo del Real Madrid, que suponen el 10,2% de los anuncios diferentes.

En cuanto a la señalización, igual que en la publicidad analizada en 2018, todas las formas publicitarias de juego y apuestas emitidas en los canales de televisión analizados incluyen la advertencia de que se trata de una actividad dirigida a personas mayores de edad, una de las normas éticas fijadas por dicho *Código de conducta*.

En cambio, en la radio este aviso se introduce de forma desigual en las emisoras analizadas y en el conjunto de la publicidad radiofónica se incrementa la presencia de esta advertencia, que pasa del 16,7% (2018) al 48,3% (2019).

La presencia de publicidad de juego y apuestas es habitual en la mayoría de las webs de prestadores de televisión

El análisis no muestra cambios sustanciales respecto a la situación descrita en informes anteriores: la presencia de contenidos publicitarios de juego y apuestas sigue siendo habitual en la mayoría de los webs de los prestadores de servicio de televisión analizados y con formatos diversos, aunque con predominio de los banners. De las 21 webs analizadas sólo 7 no incluyen ningún contenido publicitario de operadores de juego y apuestas (RTVE, 8tv, Energy, Atreseries, Super3, Clan y Boing).

Además, cabe considerar que, independientemente del formato, estas formas publicitarias en línea tienen como elemento característico la inclusión de un enlace integrado que da acceso directo a los webs de los operadores de juego promocionados.

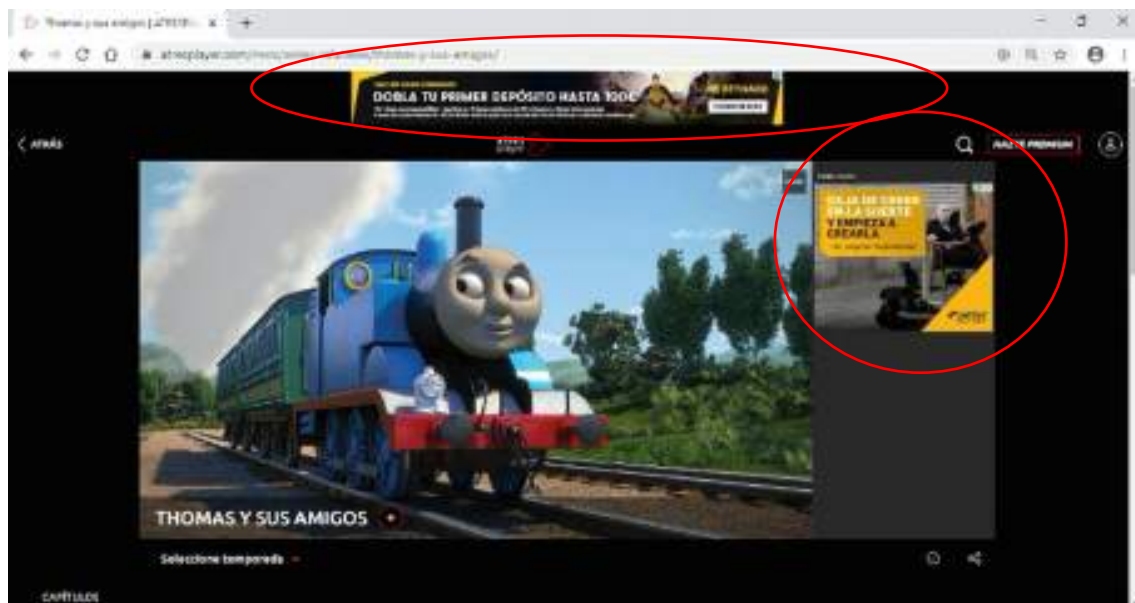
Dos webs de un prestador de servicios de televisión no limitan la inclusión de publicidad de juego y apuestas en paralelo a la reproducción de contenidos dirigidos al público infantil.

La web que reúne el contenido infantil del grupo Atresmedia, NeoxKidz, no evita la presencia de contenido publicitario de juego y apuestas. Igualmente, el servicio

Atresplayer, que ofrece contenido a la carta del grupo, tampoco limita la inclusión de publicidad de operadores de juego y apuestas en forma de banner durante el visionado de contenidos dirigidos al público infantil.

Por el contrario, las webs de Super3, Clan y Boing no presentan ninguna comunicación comercial de juego y apuestas, y, en el caso de Super3 y Boing, muestran un mensaje de aviso cuando se abandona el sitio.

Imagen 15. Captura de pantalla de la web de Atresplayer con presencia de publicidad de un operador de juego y apuestas durante el visionado de contenido dirigido al público infantil



La publicidad de actividades de juego y apuestas se circunscribe a los prestadores de titularidad privada en los servicios de televisión y radio lineales

Los prestadores públicos de televisión (TV3, La1, Esport3 y TDP) y radio (Catalunya Ràdio) analizados no incluyen ninguna comunicación comercial, mientras que los privados (laSexta, Cuatro, Antena 3 TV, 8tv y Telecinco, Gol y Movistar LaLiga; RAC1, SER, COPE y Onda Cero), en diferente cantidad, sí (véanse las figuras 7 y 8).

Figura 7. Comunicaciones comerciales de operadores de juego y apuestas en los canales de televisión

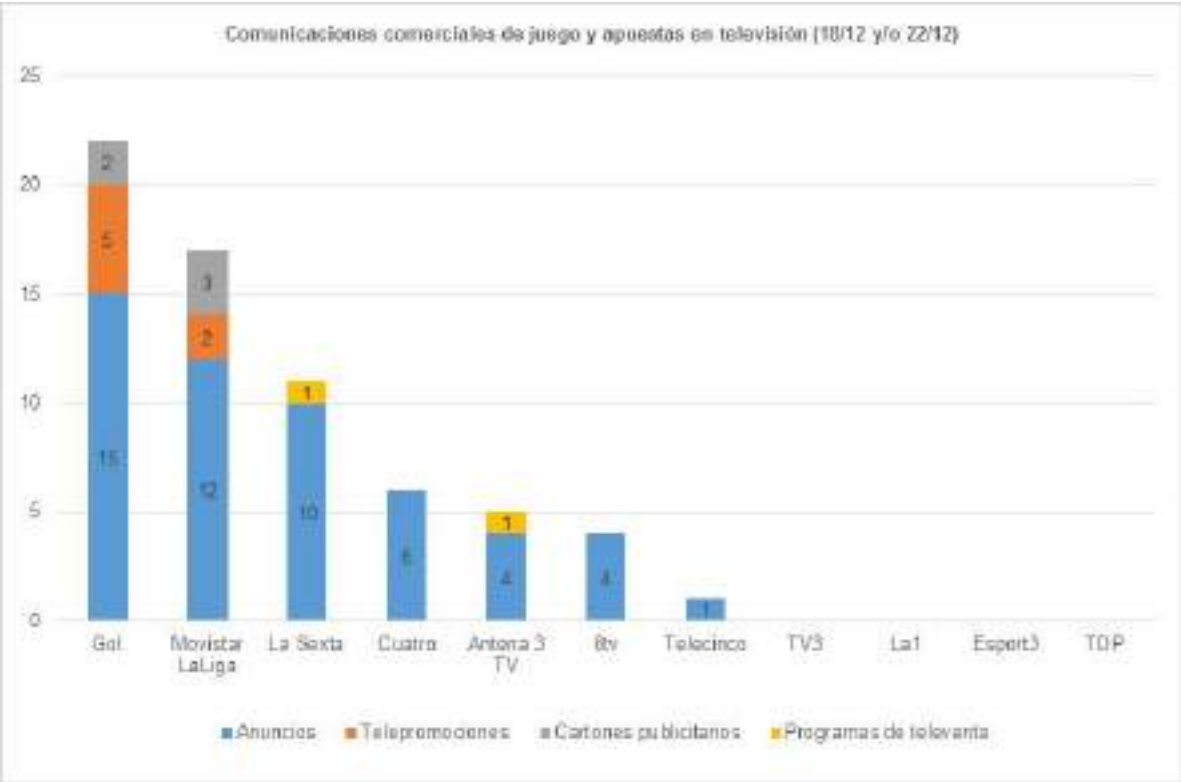
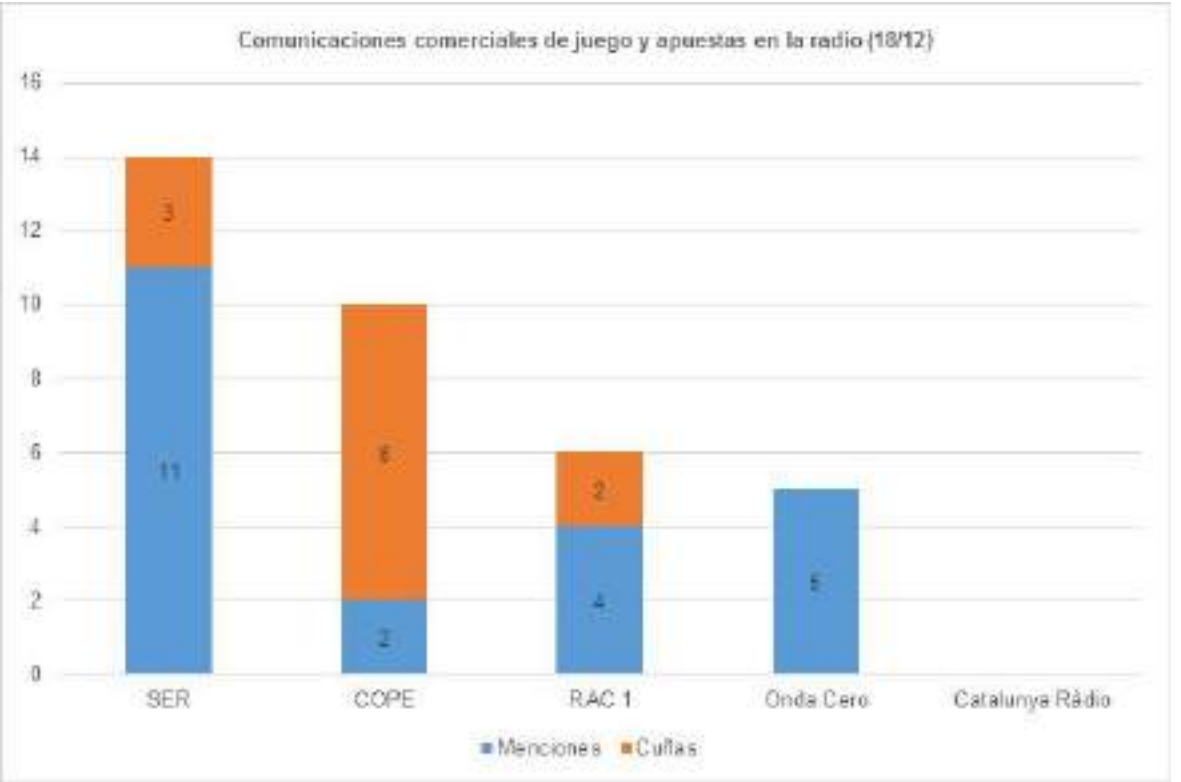


Figura 8. Comunicaciones comerciales de operadores de juego y apuestas en las emisoras de radio



Existe una relación directa entre programación deportiva y publicidad de juego y apuestas, tanto en cuanto al producto o servicio publicitado como en la ubicación en la parrilla.

El 83,7% de las diferentes formas publicitarias en la televisión y el 96,4% en la radio son apuestas deportivas. La publicidad de juego (como por ejemplo casino, bingo, blackjack, póquer, ruleta, slots) es minoritaria y ha experimentado un descenso notable en la televisión (de 30 puntos porcentuales) respecto a las cifras que aparecen en el Informe 57/2018.

Así, las dos televisiones privadas especializadas en deportes que tienen los derechos del fútbol masculino de primera y segunda división (GOL y Movistar LaLiga) son las que presentan más publicidad.

El análisis de la publicidad emitida en el transcurso de la transmisión del partido FC Barcelona-Real Madrid (18/12/19 entre 19 h y 22 h) en la televisión y en la radio, ejemplifica esta relación. En Movistar LaLiga, el 37% de la publicidad de la franja horaria que ocupa la retransmisión de este partido es de apuestas deportivas. En las emisoras de radio, las proporciones son diversas: la SER, un 25%, Onda Cero, un 16,1%, COPE, un 9,8% y RAC1, un 3,1% de publicidad de juego y apuestas. Catalunya Ràdio no emite ninguna comunicación comercial de juego y apuestas durante la retransmisión. El cuadro 109 muestra la comparación entre los resultados de las retransmisiones de este partido analizado en el marco del presente informe y los correspondientes a la retransmisión analizada en el marco del Informe 57/2018.

Cuadro 109. Comparativa publicidad juego y apuestas durante el Barça-Madrid (2019-2018)

Medio	FC Barcelona – Real Madrid 18/12/2019		FC Barcelona – Real Madrid 28/10/2018	
	Número de comunicaciones de juego y apuestas	% total comunicaciones comerciales	Número de comunicaciones de juego y apuestas	% total comunicaciones comerciales
Movistar LaLiga	17	37%	17	35,4%
Catalunya Ràdio	0	--	0	--
RAC1	2	3,1%	5	9,4%
SER	11	25%	10	15,9%
COPE	5	9,8%	10	17,2%
Onda Cero	5	16,1%	0	--

La televisión lineal identifica más claramente la publicidad de juego y apuestas que la radio

Todas las comunicaciones comerciales televisivas analizadas aparecen identificadas como publicidad, igual que en 2018: los spots se emiten dentro de los bloques publicitarios y las telepromociones y los cartones publicitarios (en Gol y Movistar LaLiga) contienen la sobreimpresión “Publicidad” (un requerimiento legal para estas formas comerciales, independientemente del producto o servicio).

En cuanto a la radio, la continuidad en la narración hace que la diferenciación de la mención –que es la forma publicitaria más extendida– no sea clara, como sí que lo es en formatos grabados previamente. Por el contrario, las cuñas identifican claramente el mensaje publicitario por su ubicación en bloques publicitarios (el 20,7% de las formas diferentes en 2019 y el 13,1% en 2018).

La publicidad de juego y apuestas, tanto en la televisión como en la radio, sigue presentando elementos que favorecen un juego no responsable y que apelan a un comportamiento no reflexivo.

El juego responsable, entendido como cualquier elemento que favorezca una decisión “informada y sensata” y que reduzca el riesgo de conductas de riesgo,⁸ tiene ciertas implicaciones en el diseño y contenido de la publicidad de las actividades de juego y apuestas.

Así, en cuanto a la inclusión de mensajes o logotipos en la publicidad, una de las normas del Código de conducta, la frase “**juega con responsabilidad**”, **se incluye en todas las comunicaciones comerciales televisivas** (como en 2018) **y en el 96,6% de las radiofónicas** (con una mejora de 26 puntos respecto a 2018). La mayoría de la publicidad de juego y apuestas en la televisión (el 53,1% de las formas publicitarias diferentes analizadas) también incluye una referencia a la suspensión voluntaria para restringir el propio acceso al juego, mediante el símbolo de autoexclusión.

Todas las comunicaciones comerciales televisivas (excepto una telepromoción en Movistar LaLiga) emitidas a partir del 15 de enero de 2020 incluyen una pantalla final o un banner con la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de

⁸ Así lo define el documento de la DG de Ordenación del Juego *Indicaciones relativas a la promoción de comportamientos responsables de juego en el entorno online*.

edad, en respuesta a una de las modificaciones de las normas de autorregulación del Código de conducta que entran en vigor en esa fecha.

Otros elementos presentes en la práctica comercial de los operadores de juego son factores contrarios a propiciar un juego responsable y, pese a que actualmente no son objeto de legislación específica, sí aparecen en las normas éticas que propone el Código de conducta.

Así, por ejemplo, **el ofrecimiento de bonos o promociones** aparece en el 61,2% de las formas publicitarias diferentes en el conjunto de las televisiones y en el 58,6% en la radio. Las cantidades van desde los 10 € hasta los 200 €. Habitualmente se trata de ofertas de bienvenida y, por lo tanto, destinadas a iniciar a personas en el juego y las apuestas.

Respecto a la muestra analizada en 2018, la aparición de bonos en la publicidad televisiva y en la radio es inferior (baja 20 puntos porcentuales). Igualmente, en la publicidad analizada posterior al 15 de enero, televisiones y radios ya no ofrecen bonos en el transcurso de las retransmisiones deportivas.

En cuanto al relato publicitario, **el 28,6% de las comunicaciones comerciales televisivas** (40,2% en 2018) **y el 41,4% de las radiofónicas** (13,1% en 2018) **introducen mensajes que instan a conseguir la participación inmediata** y que, por lo tanto, contradicen el objetivo de promocionar una práctica de juego no compulsiva.

Se trata de mensajes como, por ejemplo,

“Regístrate **ahora**” (Telecinco, Antena 3 TV y laSexta)

“Regístrate **ya** y descubre una casa de apuestas top” (8tv)

“**No dejes pasar esta oportunidad**” (GOL)

“**¿A qué esperas? ¡Vamos!**” (COPE)

“**Corre, vuela, apuesta**” (SER)

La publicidad incluye figuras de relevancia pública como reclamo publicitario.

La intervención de personas **con relevancia pública, que aumentan el conocimiento y la credibilidad de la marca, continúa presente en la publicidad de**

apuestas deportivas y se sitúa en el 20,4% de las formas publicitarias televisivas (13,5% en 2018) y en el 3,4% en la radio (5,6% en 2018).

Es el caso de los anuncios de apuestas deportivas de un operador con presencia de varios jugadores de fútbol, en activo, del Real Madrid, pese a que no realizan actividades de juego ni las prescriben explícitamente, y que se emiten en Cuatro, Antena 3 TV y laSexta (en horario no protegido); la presencia de un actor (spot en Cuatro, Gol y Movistar LaLiga), de un exfutbolista y comentarista deportivo (telepromociones en Gol), y de un periodista deportivo (cuña en la COPE).

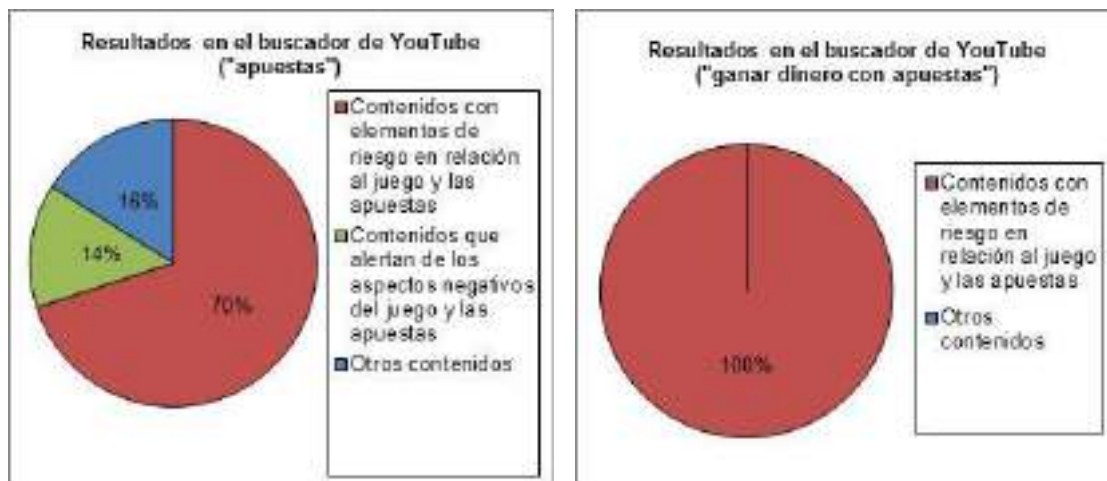
Los spots con participación de jugadores del Real Madrid en activo siguen emitiéndose después del 15 de enero, pese a la revisión del Código de conducta, que limita la presencia de deportistas en activo como “prescriptores” de una actividad de juego o de apuestas.

La mayoría de los contenidos vinculados al juego y las apuestas que pueden encontrarse en la red son de riesgo

En YouTube, el 100% de los 50 primeros vídeos incluyen elementos de riesgo en relación con el juego y las apuestas a partir de la búsqueda “ganar dinero con apuestas”. Se trata de vídeos con la presencia, entre otros, de mensajes complacientes en torno a la actividad de juego o que incitan a jugar, que minimizan la intervención del azar en el éxito de las apuestas o que presentan el juego como una actividad económica.

Cuando se utiliza un término de búsqueda neutro, como *apuestas*, los resultados también dan preeminencia a los contenidos de riesgo: el 70% de los 50 primeros corresponde a vídeos con elementos de riesgo. Por el contrario, únicamente el 14% son vídeos que ponen el acento en los aspectos negativos de esta actividad. Así, por cada vídeo de YouTube que alerta de las consecuencias negativas del juego se pueden encontrar 5 con contenidos que lo promocionan.

Figura 9. Resultados de la búsqueda de la palabra *apuestas* y de la expresión *ganar dinero con apuestas* en el buscador de YouTube. 50 primeros resultados (23/01/20)



Más de 1,1 millones de visionados en 21 vídeos de YouTube que promueven conductas de riesgo en relación con el juego y las apuestas

La promoción y la publicidad del juego y las apuestas en los contenidos de las plataformas de intercambio de vídeos, concretamente en YouTube, cuentan con una notable audiencia. Así, los 21 vídeos seleccionados, que representan una parte del total que hay en la plataforma, cuentan con más de 1 millón de visionados y los canales que los reúnen, más de 4 millones de suscripciones.

Se trata, además, de un servicio con audiencias crecientes: los dos canales dedicados exclusivamente a juego y apuestas que también se analizaron en el estudio precedente han aumentado las suscripciones un 45% (Sumaverdes) y un 175% (LePicks) en el plazo de un año.

Los vídeos presentan las apuestas como una actividad profesional, no como una actividad lúdica: la formación y la experiencia se convierten en claves para ganar, no el azar.

El análisis muestra que, más allá de los canales de YouTube que se dedican exclusivamente a promocionar el juego y las apuestas, los contenidos de riesgo en relación con el juego están presentes en otros de temática diversa. Así, por ejemplo, es relevante su presencia en canales que, principalmente, se dedican a dar supuestos consejos de inversión financiera. En este contexto, el juego y las apuestas toman un

carácter **de actividad económica: apostar deja de ser un juego para convertirse en una profesión**. Esta idea contradice el mensaje “sin diversión no hay juego” que el *Código de conducta* promueve en las comunicaciones comerciales. Por ejemplo:

“¿De verdad se puede ganar mucho dinero con las apuestas deportivas e incluso vivir de ellas? Esta pregunta seguro que te la has planteado miles de veces si eres apostador, y la respuesta es sí”.

(CÓMO Crear un Sistema GANADOR para las APUESTAS DEPORTIVAS 🏆)

Y, en consecuencia, la ganancia en las apuestas ya no dependería, según este planteamiento, del azar, sino de la **introducción de factores como la perseverancia o la formación que, en este discurso, limitarían la probabilidad de perder**:

“Hay tres cualidades que para mí son el verdadero santo grial de las apuestas deportivas. Y son estas tres cualidades: la práctica, la constancia y la paciencia.”

“La práctica es necesaria [...] Hay que ser constante en el trabajo, constante en el estudio, constante en el análisis y constante en tu forma de ver las apuestas, de entender las apuestas o al fin y al cabo en tu estrategia [...]”

(EL SANTO GRIAL DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS ¿EXISTE?)

En uno de los vídeos, además, este mismo hilo argumental conduce a la **banalización de la ludopatía**: las personas adictas lo son por falta de “profesionalidad”:

“Conozco a muchos ludópatas y todos pierden dinero [...] Yo soy el único de todo mi entorno que gana dinero con apuestas deportivas y es porque tengo un *tipster* profesional. El requisito indispensable para ganar dinero en apuestas deportivas es no ser un ludópata, porque si tienes la necesidad de apostar, vas a apostar a todo lo que pilles y vas a perder tu dinero porque no estás especializado. No es lo mismo entender que ser un experto. Los ludópatas creen que son buenos y que saben a dónde apostar pero no saben una m* [...] Yo aún no he perdido dinero con él [en referencia a un *tipster*].”

*(Como Ganar Dinero Con Apuestas Deportivas
LA VERDAD – LUDÓPATAS y la LUDOPATÍA)*

Dos de cada tres vídeos analizados desarrollan una actividad publicitaria, que además es encubierta

La mayoría de los vídeos analizados (el 66,6%, con 1 millón de visualizaciones) se caracterizan por contener mensajes publicitarios. El formato más habitual es la integración de la promoción de un operador de juego o de una plataforma que se vincula al discurso del *youtuber*. Así, el protagonista del canal construye un discurso complaciente sobre el servicio o el producto, expresa sus preferencias y, en ocasiones, adopta el formato de tutorial para mostrar como apostar o utilizar una determinada aplicación:

“Yo voy a hacerlo con Betfair pues me van a dar 400.000 *coins* por registrarme y hacer una apuesta de 10 euros [...] Tenéis que darle al botón de registrarse y os llevará al enlace en la casa de apuestas para os registréis [...] Yo, en mi caso, voy a hacerlo en Betfair...”

*(Mejores Aplicaciones para GANAR DINERO POR
INTERNET 2019 | RAPIDO Y REAL)*

Además, en el 35,7% de estos vídeos se ofrecen enlaces de operadores de juego y apuestas o de aplicaciones y plataformas vinculadas al juego que permiten contratar el servicio. Esta práctica está explícitamente prohibida por las normas de YouTube.

Pese a desarrollar una actividad publicitaria, el *youtuber* nunca explicita que se trata de una promoción, ni en el discurso, ni con la inclusión de una sobreimpresión, ni a través de la funcionalidad que ofrece la plataforma. Así, pues, se crea confusión en la audiencia sobre el carácter promocional de los productos y servicios que aparecen en los vídeos.

El 14,3% de los vídeos analizados hace publicidad de operadores de juego y apuestas que no aparecen, con ese nombre comercial, en la relación de operadores con licencia que facilita la DG.

Dos de los canales analizados, con contenidos atractivos para menores de edad, promocionan también el juego y las apuestas

El público menor de edad puede acceder a todos los contenidos de promoción y de publicidad del juego de los canales analizados, libremente y sin sistemas de control de la edad.

Además, en dos de los canales analizados, los contenidos vinculados al juego se encuentran intercalados entre otros de evidente atractivo para una audiencia menor de edad, como los videojuegos (TOBBALink) o la tecnología de consumo (ProGadget). Estos canales son los que registran, con diferencia, el mayor número de suscripciones de la muestra (conjuntamente suman más de 4 millones).

Un canal con vídeos con publicidad de juego y apuestas (TOBBALink) recomienda canales de *youtubers* infantiles y viceversa

En este canal se produce una vinculación directa con dos exitosos *youtubers* infantiles, con dos canales que suman más de 2 millones de suscripciones. Esta relación se establece mediante la presencia de los dos niños en el cierre de los vídeos del canal TOBBALink (incluidos los que promueven apuestas deportivas) y con la inclusión del enlace a uno de sus canales (PINO) en el apartado “canales destacados” (imágenes 16 y 17). Esta relación es de doble sentido: el canal infantil Pino y Ares también recomienda y proporciona el enlace directo al canal TOBBALink.

Imagen 16. Apartado *Canales destacados* del canal de YouTube TOBBALink donde se referencia el canal infantil PINO

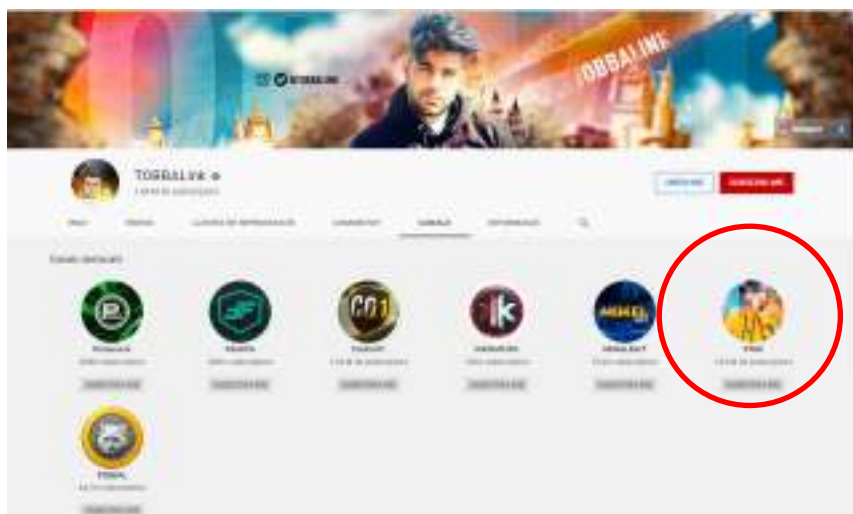


Imagen 17. Presencia de personas menores de edad en los vídeos con elementos de promoción del juego del canal de YouTube TOBBALink



En resumen,

Niños y adolescentes siguen expuestos a publicidad de juego y de apuestas, tanto en los medios lineales (incluso en horario de protección reforzada) como en internet, donde canales y vídeos, con audiencias en incremento constante, permiten un acceso totalmente libre.

Aún más, la vinculación recíproca de un canal de *youtuber* infantil con un canal que presenta vídeos con promoción de apuestas deportivas es un hecho que pone de manifiesto la facilidad con la que menores de edad pueden acceder a contenidos de riesgo en YouTube: el sistema de recomendaciones y de relaciones entre canales de esta plataforma favorece el acceso, sin ni siquiera necesidad de efectuar una búsqueda específica.

Barcelona, 11 de febrero de 2020