

**ACORD 1/2018, de 10 de gener, del Ple
del Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

**Observacions al Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les
activitats del joc i de joc responsable**

El 5 de desembre de 2017, el director general d'Ordenació del Joc de la Secretaria d'Estat d'Hisenda va trametre a aquest Consell el Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc i de joc responsable (registre d'entrada núm. 906/2017), perquè n'emetés un informe.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, com a autoritat de regulació en l'àmbit del sector audiovisual a Catalunya, d'acord amb les competències que li atribueix la seva llei de creació i la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, emet, en tràmit d'informació pública, les observacions al Projecte de reial decret, que s'incorporen com annex a aquest Acord.

En aquest document es realitzen unes consideracions a l'articulat del Projecte de reial decret que inclouen tant observacions formals com substantives.

Per tot el que s'ha exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta, per unanimitat, el següent

ACORD

1. Aprovar el document d'observacions al Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc i de joc responsable, que s'incorpora com annex a aquest Acord.
2. Trametre aquest Acord a la Direcció General d'Ordenació del Joc de la Secretaria d'Estat d'Hisenda del Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques.

Barcelona, 10 de gener de 2018



Roger Loppacher i Crehuet
President



Daniel Sirera Bellés
Conseller secretari

Ref. exp.: 18V/2017

Observacions al Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc i de joc responsable

El 5 de desembre de 2017, el director general d'Ordenació del Joc de la Secretaria d'Estat d'Hisenda va trametre a aquest Consell el Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc i de joc responsable (registre d'entrada núm. 906/2017), perquè emetés un informe.

El Projecte ve acompanyat d'una Memòria d'anàlisi d'impacte normatiu que inclou els apartats relatius a la base jurídica i el rang normatiu del projecte, a l'oportunitat de la norma, al contingut, els objectius i la justificació de les mesures incloses en la regulació, així com a les mesures adoptades i la justificació de la iniciativa de joc responsable. En la Memòria s'hi inclouen, també, apartats relatius a la tramitació, les normes que queden derogades, l'impacte econòmic i sobre la competència, l'impacte sobre l'ordre constitucional de competències, l'impacte pressupostari, les càrregues administratives i l'impacte per raó de gènere.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, com a autoritat de regulació en l'àmbit del sector audiovisual a Catalunya, d'acord amb les competències que li atribueix la seva llei de creació i la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA) emet, als efectes oportuns, les observacions següents al Projecte de reial decret tramès a instància del Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques als efectes oportuns.

Consideracions prèvies a l'articulat del Projecte de Reial Decret

L'article 82 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya estableix que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya és l'autoritat reguladora independent en l'àmbit de la comunicació audiovisual pública i privada a Catalunya, que actua amb plena independència del Govern de la Generalitat en l'exercici de les seves funcions i competències, d'acord amb el que disposa la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (LGCA)¹, la Llei 22/2005,

¹ <<http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>>



de 4 de maig,² del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (LCA).³

La protecció dels menors i dels grups de risc és un dels objectius bàsics en tots els àmbits de regulació, i la normativa audiovisual no és aliena a la regulació del joc. En aquest sentit, amb l'objectiu de protegir la infància i l'adolescència, així com l'audiència més vulnerable, el paràgraf sisè de l'apartat 2 de l'article 7 de la LGCA estableix que els programes d'atzar i apostes només es poden emetre entre la 1 i les 5 de la matinada, si bé no estableix disposicions específiques a les comunicacions comercials sobre les activitats de joc. Malgrat això, cal tenir en consideració les disposicions genèriques que recullen les lletres *a*, *b* i *c* de l'apartat 3 de l'article 7 i l'apartat 3 de l'article 18 de la LGCA, en relació amb el perjudici moral o físic als menors i els comportaments nocius per a la salut, respectivament.

Ateses les repercussions que aquestes activitats poden tenir sobre els menors, els joves i les persones vulnerables, aquest informe presta una especial atenció a aquests col·lectius, per la consideració del joc patològic com a trastorn addictiu i la seva incidència en l'àmbit de la salut pública; en consonància amb el que preveu la Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc, sobre les accions preventives de sensibilització, intervenció i de control, així com de reparació dels possibles efectes negatius produïts, sens perjudici del dret a la publicitat dels operadors de joc com a instrument que permet visualitzar la seva activitat econòmica.

Concretament, aquest Consell vol posar de manifest que són precisament les comunicacions comercials d'apostes durant les retransmissions en directe d'esdeveniments esportius, hípics o qualsevol altre de naturalesa competitiva les que més risc i addicció generen, especialment entre les persones menors d'edat.

² <http://www20.gencat.cat/portal/site/portaljuridic/menuitem.d15a4e5dfb99396dc366ec10b0c0e1a0/?vgnnextoid=b85297b5a87d6210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=b85297b5a87d6210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default&action=fitxa&documentId=229914&newLang=ca_ES>

³ <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/text_consolidat_llei_22-2005.pdf>





1. Observacions formals

La irrupció amb força del joc en línia i de la seva publicitat en els mitjans de comunicació, ja sigui mitjançant suports convencionals com per mitjà de webs i xarxes socials, ha esdevingut un fenomen rellevant socialment, especialment a partir de la consolidació dels serveis de la societat de la informació. Aquest fet ha comportat, paral·lelament, una preocupació per l'increment de les patologies associades a aquestes activitats, especialment en els adolescents i els joves, pel fet de ser els col·lectius més avesats a les tecnologies de la informació i atesa la seva immediatesa i la facilitat per accedir-hi en relació amb el joc presencial.

D'altra banda, com ja es va posar de manifest en l'informe que aquest Consell va redactar l'any 2015 sobre el primer Projecte de reial decret, continuem considerant que la previsió de desenvolupament reglamentari que fa l'article 7 de la Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc, en relació amb les comunicacions comercials de les activitats de joc, no és l'instrument més adequat. En aquest sentit, la matèria objecte d'aquest Projecte requeriria, tant pels seus efectes en la salut pública com per la seva incidència en la infància i adolescència i en altres grups de risc, una norma amb rang de llei que garantís una protecció adequada de tots els interessos que les activitats de joc poden posar en risc, de manera anàloga a com s'ha fet amb altres addiccions, com les de l'alcohol o el tabac.

Al marge d'aquestes observacions formals, a continuació s'exposen aquelles observacions que incideixen en el contingut substantiu del text i que completen les efectuades al Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc i de joc responsable, aprovades pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, mitjançant l'Acord 54/2015, de 15 d'abril.

2. Observacions substantives

a) Àmbit d'aplicació subjectiu

L'article 2 del Projecte disposa que l'àmbit d'aplicació se circumscriu a "les entitats que desenvolupin una activitat de joc inclosa en l'àmbit d'aplicació de la Llei 13/2011, de 27 de maig", i, pel que fa a les comunicacions comercials de les activitats de joc, a les persones físiques o jurídiques, públiques o privades, que: "[...]"





- a) Difonguin comunicacions comercials de les activitats de joc o dels seus operadors, sota qualsevol suport, com prestadors de serveis de comunicació audiovisual o electrònica, prestadors de serveis de la societat de la informació, inclosos afiliats, pàgines web i xarxes socials, i qualsevol altre mitjà de comunicació.
- b) Participin en fases intermèdies de l'elaboració, transmissió o difusió de comunicacions comercials, com xarxes publicitàries, agències de publicitat o prestadores de serveis d'intermediació."

La Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc, té per objecte "la regulació de l'activitat de joc, en les seves diferents modalitats, que es desenvolupi amb àmbit estatal [...]", circumscriuint el seu àmbit d'aplicació als subjectes i a les activitats de joc que recull l'apartat 1 del seu article 2.

Atès, per tant, que l'àmbit d'aplicació del Projecte resta circumscribit als subjectes i les activitats de joc d'àmbit estatal, entenem que aquest no envaeix la competència exclusiva en matèria de joc atribuïda a la Generalitat de Catalunya.

D'altra banda, com ja es va posar de manifest en l'Informe que aquest Consell va fer del primer Projecte de reial decret, entenem que el desenvolupament de les comunicacions comercials de les activitats de joc difoses pels mitjans de comunicació audiovisual "s'hauria de fer a partir de les previsions derivades de la legislació audiovisual o, si no n'hi ha, que la normativa en què s'efectuï realitzi una remissió expressa a la normativa audiovisual vigent, sobretot perquè la normativa audiovisual conté previsions relatives a la difusió de continguts de jocs d'atzar i apostes, i a les comunicacions comercials prohibides en els articles 7 i 18 de la LGCA", sens perjudici que les comunicacions comercials es recullin en aquest Projecte per a la resta de prestadors de serveis.

b) Restriccions horàries en l'emissió de les comunicacions comercials de les activitats de joc

En l'àmbit de la protecció de la infància i l'adolescència, la LGCA disposa diverses limitacions amb la finalitat de protegir aquests col·lectius, especialment vulnerables, dels continguts que puguin perjudicar el seu desenvolupament físic, mental i moral. En aquest sentit, l'apartat 2 de l'article 7 de la LGCA disposa que "[...] Els programes dedicats als jocs d'atzar i apostes, només es poden emetre entre la una i les cinc del matí. [...]", previsió a la qual remet la lletra b de l'apartat 2 de l'article 14 del Projecte de reial decret.





Així mateix, l'apartat 3 de l'article 7 de la LGCA disposa que "[...] les comunicacions comercials no han de produir perjudici moral o físic als menors", i l'article 18 de la mateixa norma remet a la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat, pel que fa a les comunicacions comercials prohibides. El Projecte no estableix, però, una prohibició general d'emissió de comunicacions comercials de les activitats de joc, sinó que preveu restriccions parcials aplicables a determinades tipologies de joc i a franges horàries diferents, segons el tipus de joc i en funció de si es tracta de comunicacions comercials difoses per televisió o per ràdio.

Ara bé, com a principal diferència respecte del redactat sobre el qual aquest mateix Consell va informar l'any 2015, cal destacar que, segons el que disposa l'apartat 4 de l'article 15 del Projecte, es podran emetre, per qualsevol mitjà, les comunicacions comercials d'apostes durant les retransmissions en directe d'esdeveniments esportius, hípics o qualsevol altre de naturalesa competitiva, des del seu inici fins al final, inclosos els descansos i les interrupcions reglamentaris, sempre que la retransmissió tingui lloc en qualsevol moment fora de les franges horàries de protecció reforçades que estableix l'apartat 2 de l'article 7 de la LGCA, els fets objectes d'aposta tinguin relació amb l'esdeveniment que es retransmeti i la comunicació comercial no inclogui una sèrie de referències, les quals apareixen de forma més detallada que en el Projecte anterior.

En relació amb aquest punt, cal clarificar que les comunicacions comercials realitzades durant les retransmissions esmentades s'ha de situar, en tot cas, fora de les franges de protecció reforçada quan aquestes retransmissions ocupin en algun moment alguna d'aquestes franges.

D'altra banda, aquest Consell valora positivament els elements que, d'acord amb el que disposa la lletra c de l'apartat 4 de l'article 15 del Projecte, no hauran de contenir les comunicacions comercials durant les retransmissions en directe d'esdeveniments esportius, hípics o qualsevol altres de naturalesa competitiva, molt especialment les referències directes o indirectes a promocions o bons.

No obstant això, observem que la narració de la comunicació comercial no hauria de ser realitzada per les mateixes persones que duen a terme la retransmissió de l'esdeveniment o



hi participin. En aquest sentit, entenem que la narració de la comunicació comercial per part de la mateixa o mateixes persones encarregades de la locució de l'esdeveniment pot causar confusió entre la comunicació comercial i la retransmissió en sí, fet que situaria la persona que realitza la locució de l'esdeveniment i les persones que hi intervenen, ni que sigui indirectament, com a incitadors de l'acció d'apostar.

En aquest sentit, el Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual, constituït el 4 de desembre de 2001 a iniciativa del CAC, va elaborar dos documents en què analitzava l'activitat del joc i la protecció dels menors. El primer, d'octubre de 2014, sota el títol *Els menors i la publicitat dels jocs d'atzar en línia. Propostes per fomentar les bones pràctiques*, efectuava, entre altres recomanacions, la prohibició de l'emissió de publicitat de jocs d'atzar en les franges horàries de protecció infantil (de 6 a 22 hores).

Concretament, davant la possibilitat de realitzar publicitat durant la retransmissió d'esdeveniments esportius sense límits de restricció horària, aquest document exposava que aquesta previsió "contradiu tota la legislació de protecció de menors, que estableix l'obligatorietat que la publicitat de jocs d'atzar s'emeti amb restriccions horàries determinades que no possibilitin que els menors puguin estar presents durant l'emissió d'anuncis de joc en línia".

El segon document elaborat pel Fòrum d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual al qual es feia referència en l'apartat anterior, de l'any 2016 i titulat *Amb els joves no s'hi juga. Anàlisi de la publicitat del joc en línia i propostes de bones pràctiques per minimitzar-ne els efectes en col·lectius vulnerables*, recomanava "establir la prohibició absoluta de la publicitat de joc en horaris de protecció del menor, de 6.00 a 22.00 hores, independentment del tipus de joc. També cal considerar la limitació publicitària a la ràdio, fins i tot quan està directament associada a la retransmissió de l'esdeveniment [...]".

Malgrat la restricció de la difusió de la comunicació comercial, fora de la franja horària de protecció reforçada per als esdeveniments en directe, i l'establiment de regulacions diferents per a la resta de comunicacions comercials, segons la tipologia del joc, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya continua entenent que, en coherència amb el posicionament que hem adoptat en el passat en aquesta matèria, de conformitat amb les previsions de l'article 7 de la LGCA i atès el caràcter reglamentari de la norma, prevalen les restriccions horàries



que estableix la LGCA, és a dir, una prohibició d'emetre aquest tipus de comunicacions comercials en la franja horària de protecció de la infància i l'adolescència (de 6 a 22 hores), amb independència de la tipologia del joc, i pel que fa a les emissions pels serveis de comunicació audiovisual tant televisius com radiofònics, atès el risc per a la salut pública que pot generar l'activitat del joc, no només entre el públic infantil, sinó també per a la resta de menors d'edat.

De conformitat amb aquest plantejament, no compartim tampoc que la difusió de comunicacions comercials d'apostes en la retransmissió d'esdeveniments esportius, hípics o qualsevol altre de naturalesa similar es consideri que comença 20 minuts abans de l'inici real de l'esdeveniment, tal com preveu el penúltim paràgraf de l'apartat 4 de l'article 15 del Projecte. En efecte, tot i que la difusió de les comunicacions comercials esmentades en aquest punt únicament es poden fer fora de les franges de protecció reforçada, aquest increment de 10 minuts respecte del text inicial es considera inadequat, atès que la seva difusió fora de l'esmentada franja no fa desaparèixer el risc que en comportaria la visualització per part de persones menors d'edat.

c) Identificació de les comunicacions comercials

L'article 7 del Projecte estableix que les comunicacions comercials han de ser fàcilment identificables. L'apartat 2 del mateix article determina que la identificació s'ha fet correctament quan en la comunicació comercial figuri de manera clara i apreciablement, de manera adequada al suport a través del qual es difongui, la paraula "publicitat" i que, a diferència de l'anterior redacció, aquesta podrà substituir-se per la paraula "publi" o una altra de similar, o bé quan s'insereixi en blocs publicitaris clarament identificables com a tals pel receptor.

Atès que en aquesta versió del Projecte de reial decret s'hi continuen sense especificar, parcialment, els termes de la sobreimpressió, cal entendre que la sobreimpressió de la paraula "publicitat", "publi" o similar s'hauria de mantenir durant tota l'emissió de la comunicació comercial, independentment de quan s'emeti (dins o fora d'un bloc publicitari) i de quina sigui la forma de la comunicació. En relació amb els serveis de comunicació audiovisual radiofònics, caldria que el Projecte regulés la manera de donar compliment a la identificació de la comunicació comercial (apartat 2 de l'article 7), concretant que sí que té





lloc en el cas dels missatges relatius al joc amb responsabilitat. En aquest sentit, s'hauria d'establir un criteri coherent per als diferents tipus de comunicació audiovisual, pel que fa a la identificació de les comunicacions comercials.

D'altra banda, pel que fa a l'apartat 4 de l'article 7 del Projecte, s'observa que ha desaparegut l'obligació d'informar clarament sobre l'operador de joc quan la comunicació la realitzi una persona física o jurídica diferent d'aquest. Així, si bé el redactat preveu que únicament es poden fer referències a jocs o sortejos d'un altre operador quan aquest ho autoritzi prèviament, no és sobrer que en aquests supòsits es continuï fent referència a l'obligació d'identificar l'operador responsable del joc, malgrat que s'entengui que l'apartat 1 del mateix article inclogui aquesta obligació.

d) Principi de responsabilitat social

En relació amb el principi de responsabilitat social que recull l'article 9 del Projecte de reial decret, aquest Consell considera que l'apartat 1 d'aquest article hauria d'incloure, com ho feia la versió anterior del Projecte, els grups de risc o vulnerables, entre els col·lectius que requereixen d'una especial protecció i, per tant, caldria afegir-hi "així com protegir als menors d'edat i persones vulnerables".

Així mateix, l'apartat 2 hauria d'expressar que les comunicacions comercials de les activitats de joc resten prohibides, tal com també es disposava en la redacció inicial del Projecte, en lloc de referir-se a comunicacions comercials contràries al principi de responsabilitat social.

e) Principi de joc responsable

En relació amb la manera de donar compliment al principi de joc responsable, el Consell considera necessari efectuar les observacions següents:

En primer lloc, de conformitat amb l'observació feta en l'apartat anterior, considerem que el redactat de l'apartat 2 de l'article 10 del Projecte hauria de fer referència a les comunicacions comercials prohibides, en lloc d'indicar les que es consideraran contràries al principi de joc responsable, modificació que aporta més seguretat jurídica en l'aplicació del procediment sancionador que estableix el títol II del Projecte.



Així mateix, pel que fa a les comunicacions prohibides per fet de ser contràries al principi de responsabilitat social, considerem necessari redactar la lletra *b* del mateix apartat de manera que inclogui també “qualsevol altra modalitat de crèdit als participants d'un joc”, recuperant així l'abast de la versió anterior del Projecte.

En relació amb la lletra *h* del mateix apartat, considerem que la redacció anterior garantia d'una manera més adient l'observança del principi de joc responsable. Així, entenem que s'hauria de recollir també la referència a les “formes directes de comunicació comercial com el correu electrònic o altre mitjà de comunicació electrònica equivalent que es realitzi de forma nominativa o individualitzada” com a comunicacions comercials prohibides quan es dirigeixin específicament a persones que s'hagin autoexclòs.

Pel que fa als serveis de comunicació audiovisual de televisió, considerem que la regulació que recollia la versió anterior del text garantia de forma més adequada els drets dels consumidors, atesos els riscos que comporten les activitats de joc. En aquest sentit, el missatge “Juga amb responsabilitat” es mantenia durant tota l'emissió de la comunicació comercial, a diferència dels dos segons, com a mínim, que disposa ara a l'apartat 3 de l'article 10 del Projecte de reial decret. El Consell proposa que el missatge sigui visible durant tota l'emissió de la comunicació comercial per televisió.

Pel que fa als serveis de comunicació audiovisual de ràdio, no resulta comprensible el tractament diferenciat dels serveis de ràdio respecte de la resta de serveis de comunicació audiovisual, pel que fa a la inclusió del missatge “Juga amb responsabilitat” a totes les comunicacions comercials, atès que el risc d'aquest tipus d'activitat, independentment del mitjà a través del qual s'emeti, pot comportar conductes amb risc d'addicció. Per tant, considerem que difondre el missatge “almenys, en una de cada tres comunicacions comercials realitzades de manera successiva per un mateix operador” no garanteix una protecció efectiva dels usuaris d'aquest serveis de comunicació audiovisual. En coherència, atès que s'equipararien els serveis de comunicació audiovisual de ràdio als de televisió, pel que fa a l'observança del principi de joc responsable, caldria suprimir el penúltim paràgraf de l'article 10 .

En relació amb l'aparició a les comunicacions comercials de persones o personatges de



rellevància o notorietat pública, reals o de ficció, l'apartat 4 de l'article 11 del Projecte en prohibeix la participació quan resultin atractius, principalment o específica, per al públic menor d'edat. Fora d'aquest supòsit, l'apartat 4 de l'article 10 del Projecte estableix que únicament serà admissible l'aparició de persones o personatges de rellevància o notorietat pública en les comunicacions comercials o la seva al·lusió quan aquests haguessin adquirit rellevància o notorietat pública a conseqüència de la mateixa comunicació comercial o quan aquests protagonitzin de forma directa, amb la seva veu i, en el seu cas, imatge, el missatge "Juga amb responsabilitat" en la comunicació comercial mateixa i, addicionalment, no es faci una associació directa entre l'activitat del joc i l'èxit professional, rellevància o notorietat d'aquells.

No podem considerar adequada la previsió que disposa la lletra *a* de l'apartat 4 de l'article 10. Tot i que limita l'aparició de persones o personatges rellevants a casos molt concrets, l'establiment d'aquesta excepció obre la porta a la publicitat testimonial, en aquest cas de jugadors famosos o referències a famosos, fet que podria suposar una associació entre l'èxit o la rellevància social de persones o personatges, amb el joc publicitat.

Així mateix, tampoc considerem adequada la lletra *b* del mateix apartat, atès que entenem que l'aparició d'aquests subjectes, en qualsevol cas, podria resultar estèril si la mateixa norma que la prohibeix permet, en canvi, que "protagonitzin" un missatge de joc responsable. Així mateix, creiem indispensable insistir en la necessitat de no confondre les campanyes de prevenció amb les comunicacions comercials de les activitats de joc. En aquest sentit, l'aparició de personatges famosos o referències a famosos, així com de rellevància pública s'hauria de circumscriure únicament a les eventuais campanyes específiques de prevenció dels riscos del joc que duguin a terme les administracions públiques o les entitats que no tinguin cap identificació amb cap operador de joc.

Cal tenir present, a més, que en funció del supòsit concret d'anàlisi, aquesta comunicació comercial podria arribar a tenir cabuda en la prohibició que les comunicacions comercials explotin una especial relació de confiança que els menors disposen en els seus pares, professors, o altres persones, d'acord amb el que disposa la lletra *c* de l'apartat 3 de l'article 7 de la LGCA i que estableix també la lletra *c* de l'apartat 2 de l'article 11 del Projecte. Per tant, davant una eventual contradicció entre dos preceptes normatius de rang diferent, resultaria òbvia, en l'àmbit dels serveis de comunicació audiovisual, l'aplicació de la LGCA.



f) Protecció de menors

Entre els principis sobre els quals es fonamenta el Projecte de reial decret, un dels més importants és el de la protecció dels menors, que estableix l'article 11, on es consideren contràries al principi de protecció de menors una sèrie de comunicacions comercials. En coherència amb el que s'ha exposat més amunt, entenem que l'apartat 2 d'aquest article hauria de fer referència, novament, a les comunicacions que haurien de quedar prohibides. Per tant, es proposa que l'article es refereixi a les comunicacions comercials que "es prohibeixen" o "queden prohibides".

Així mateix, s'observa que en la redacció actual de l'apartat 1 de l'article 11 del Projecte hi ha desaparegut la referència expressa al fet que les comunicacions comercials no resultin perjudicials per a la formació i el desenvolupament físic, mental o moral dels menors. Entenem necessari que es recuperi la redacció anterior.

D'altra banda, l'apartat 3 de l'article 11 del Projecte estableix que en qualsevol comunicació comercial sobre activitats de joc s'hi ha d'incloure l'avertiment que els menors d'edat no poden participar-hi. En consonància amb l'observació que hem realitzat en matèria d'identificació de les comunicacions comercials, entenem necessari que la norma disposés que aquest missatge de prohibició es mantingui al llarg de tota l'emissió de la comunicació comercial, en lloc de difondre'l "durant com a mínim dos segons" quan finalitzi. Així mateix, cal clarificar que la icona que han d'incorporar les comunicacions comercials, relativa a la prohibició que els menors de 18 anys puguin participar en les activitats de joc, no és una senyalització orientativa d'avertiment, sinó una prohibició.

En coherència amb el criteri exposat en el paràgraf anterior, pel que fa als serveis de comunicació audiovisual de ràdio, considerem del tot necessari advertir sobre aquesta prohibició de participar en el joc de les persones menors d'edat en totes les comunicacions comercials i no en una de cada tres. L'excepció de dos de cada tres comunicacions comercials que preveu el Projecte vulnera l'observança del principi de protecció de menors, atès que els drets que pretén garantir aquest principi han de ser observats de forma permanent i sense excepcions.

Així mateix, aquest Consell continua considerant adequat introduir en la norma una previsió



relativa a la necessitat d'incorporar un avís en les comunicacions comercials de les activitats de joc (al principi o al final de la comunicació comercial), com a advertiment dels perills i els riscos que comporten aquestes activitats.

Igualment, considerem necessari tornar a introduir la lletra e del paràgraf 2 de l'article 11 de la versió anterior del Projecte de reial decret, que prohibia la utilització d'arguments, estils, tipografia, veus, imatges o dissenys associats a la cultura infantil o juvenil, atès que poden persuadir o incitar al joc a aquest segment de la població.

g) Activitats de patrocini

L'article 12 del Projecte regula les activitats de patrocini. El seu apartat 1 disposa que, a diferència de l'anterior versió, l'emissió o difusió del patrocini no podrà incitar o interpel·lar "expressament" a la participació del públic en activitats o modalitats de joc, si bé entenem que seria necessari que l'apartat esmentat disposés que tampoc no podrà incitar o interpel·lar de forma indirecta.

Així mateix, l'apartat 3 de l'article 12 disposa que no s'utilitzarà, en cap cas, la imatge de marca, nom comercial, denominació social, material o missatges promocionals dels patrocinadors en esdeveniments, béns o serveis dissenyats per a menors d'edat o destinats principalment a ells. Cal observar que aquest redactat suprimeix l'excepció que el text anterior preveia per als patrocinadors i patrocinats que desenvolupessin conjuntament, durant la vigència del patrocini, iniciatives o campanyes educatives expressament destinades a menors d'edat, i amb l'objecte d'informar i sensibilitzar dels riscos per la salut pública que podia generar l'activitat de joc.

Valorem positivament la supressió de l'excepció esmentada, si bé cal observar que en l'article 12 del Projecte hi ha desaparegut la referència a la identificació clara del patrocini. En efecte, en aquesta nova versió no s'hi inclou que la relació de patrocini entre l'operador patrocinador i els béns, serveis, programes, activitats o esdeveniments patrocinats sigui clarament identificable. Entenem, no obstant això, que el patrocini de les activitats de joc resta subjecte, com no pot ser de cap altra manera, a les condicions que estableix l'article 16 de la LGCA, en matèria de mitjans de comunicació audiovisual. No obstant això, entenem que no seria sobrer indicar aquesta obligació en el Projecte de reial decret.



D'altra banda, pel que fa a l'apartat 4 de l'article 12 del Projecte, cal posar de manifest que en allò relatiu a l'emissió o difusió del patrocini es clarifiqui el redactat de manera que l'establert en aquest apartat no comporti una modificació de les restriccions que disposa la LGCA, que òbviament no seria possible de realitzar mitjançant un reial decret.

h) Activitats de promoció

L'apartat 5 de l'article 13 preveu la possibilitat que els operadors de joc ofereixin, en les seves plataformes, aplicacions de joc gratuït com a element promocional. Aquest Consell considera que s'hauria de recollir expressament la prohibició d'accés dels menors a aquestes aplicacions de joc gratuït en les comunicacions comercials, atès que poden ser la porta d'entrada al joc i generar un hàbit que, en arribar a la majoria d'edat, podrien comportar, entre altres efectes, una addicció al joc.

Així mateix, l'article 13 del Projecte preveu la possibilitat que l'operador de joc realitzi activitats de promoció per a l'oferta dels jocs que comercialitzi, incloses les circumscrites a jocs específics o participacions o apostes concretes, podent oferir bons o bonificacions per a la inscripció o participació de la persona que jugui, sempre que es compleixin unes cauteles determinades.

A diferència de l'anterior redactat, ara s'estableix de forma explícita que les activitats de promoció es poden dur a terme sempre que es compleixin unes condicions i de forma acumulada. Tot i això, considerem necessari posar de manifest que, atès el caràcter d'incentivació al joc d'aquest tipus de promocions i els seus efectes, d'aquestes activitats, tant de bons i bonificacions com d'ofertes de joc gratuït, no se n'ha de donar publicitat en els mitjans de comunicació. En conseqüència, continuem considerant que caldria incloure-les en la relació de les comunicacions comercials prohibides que preveu l'apartat 2 de l'article 9 i l'apartat 2 de l'article 10 del Projecte.

Efectuem aquesta consideració en consonància amb la recomanació que s'establia en el document *"Amb els joves no s'hi juga. Anàlisi de la publicitat del joc en línia i propostes de bones pràctiques per minimitzar-ne els efectes en col·lectius vulnerables"* del **Forum** d'entitats de persones usuàries de l'audiovisual, el qual recomana "prohibir per llei els bons de regal o bonificacions per la inscripció o participació de la persona jugadora, que





serveixen per fidelitzar clients, però també, preferentment, per crear-ne de nous", operant en contra de la protecció de les persones menors d'edat, en la mesura que es mostren continguts que promociónen la introducció en el joc i les apostes.

i) Difusió audiovisual de comunicacions comercials de concursos

De conformitat amb les observacions efectuades en aquest document, relatives a l'equiparació entre els prestadors de serveis de comunicació audiovisual de televisió i de ràdio, cal observar que, atesa la proposta de modificació de l'apartat 3 de l'article 10 del Projecte, caldria suprimir l'apartat 5 de l'article 16 per decaure la previsió que conté aquell apartat.

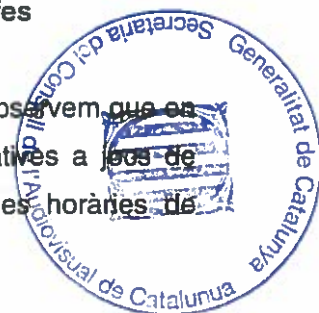
j) Difusió audiovisual de comunicacions comercials d'altres jocs

En relació amb el joc del bingo, l'article 17 del Projecte de real decret disposa que en els serveis de comunicació comercial televisiva, les comunicacions comercials relatives exclusivament al joc del bingo es poden emetre fora de les franges horàries de protecció reforçada que estableix l'apartat 2 de l'article 7 de la Llei 7/2010, de 31 de març, o dels blocs publicitaris immediatament anteriors o posteriors a programes dirigits específicament o principalment al públic infantil, en el mateix sentit que recull el *Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego*.

No obstant això, aquest Consell considera que l'emissió de comunicacions comercials de jocs de bingo pot vulnerar els interessos dels menors d'edat, atès que en aquest joc hi ha un component dinerari i, per tant, pot produir els mateixos efectes perjudicials sobre els menors. Així, l'eventual accés de les persones menors d'edat a les comunicacions comercials de jocs de bingo seria contrari a la prevenció efectiva de conductes addictives i, com a tals, s'haurien de situar fora de la franja horària de protecció de menors.

k) Difusió audiovisual de comunicacions comercials de loteries i rifes

Comparant el text de la primera versió del Projecte amb el redactat actual, observem que en els serveis de comunicació audiovisual les comunicacions comercials relatives a jocs de loteria instantània o presortejada no es poden metre dins de les franges horàries de





protecció reforçada, ni tampoc en els blocs publicitaris immediatament anteriors o posteriors a programes dirigits específicament o principal al públic infantil. En efecte, aquesta disposició difereix del que establí la versió inicial, la qual disposava que, per la televisió, únicament es podrien emetre entre les 22 i les 6 hores; mentre que a la ràdio establí les mateixes limitacions que disposa ara el text objecte d'anàlisi.

Si bé considerem positiu unificar la regulació per als serveis de ràdio i televisió, aquest Consell considera que, d'acord amb el criteri ja exposat en aquest informe, convé continuar limitant l'emissió de les comunicacions comercials de loteries i rifes entre les 22 i les 6 hores.

Així mateix, pel que fa al règim específic previst per a les comunicacions comercials de la Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E, S.A. i l'Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), les disposicions addicionals primera i segona del Projecte disposen que a aquestes societats no els serà d'aplicació les disposicions que preveu el títol I d'aquest Reial decret, sempre que les seves comunicacions comercials no s'orientin o no continguin referències a l'activitat o a productes de joc. Altrament, entenem que la difusió d'aquestes comunicacions hauran de tenir lloc entre les 22 i les 6 hores de l'endemà.

l) Disposicions específiques en funció del canal de comunicació

D'acord amb les previsions que estableix la LGCA, pel que fa a la protecció de la infància i l'adolescència i d'altres grups de risc, el Consell reitera que, tot i les millores introduïdes en aquest Projecte, caldria establir limitacions a les comunicacions comercials efectuades mitjançant serveis de comunicació audiovisual sota demanda. En aquest sentit, atès que els usuaris d'aquests serveis poden accedir-hi sense restricció horària, sí que s'hi podria establir algun tipus de restricció d'accés condicionat.

m) Règim de supervisió, inspecció i control

El règim de supervisió que estableix l'apartat 5 de l'article 29 del Projecte disposa que, sense perjudici del que estableix l'apartat 4, l'autoritat encarregada de la regulació del joc i la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia s'han d'informar, recíprocament, dels requeriments de cessament que siguin remesos per les autoritats respectives als prestadors.





de serveis de comunicació audiovisual i de l'obertura de procediments sancionadors en els seus àmbits competencials respectius en matèria de publicitat d'activitats de joc.

En aquest punt, aquest Consell considera adient incloure-hi, sempre en el marc de la col·laboració i la coordinació institucionals que disposa l'article 4 del Projecte i en el marc de les competències de cada administració, les autoritats reguladores dels mitjans de comunicació audiovisual d'àmbit autonòmic, com és el cas d'aquest Consell.

n) Mecanismes de control

Finalment, pel que fa als efectes de la suspensió de comptes de joc, l'article 27 del Projecte ha deixat de preveure que la persona usuària que suspengui el seu compte no pugui rebre cap comunicació comercial mentre duri la suspensió, aspecte que sí que recollia l'article 28 de l'anterior versió del Projecte. Aquest Consell considera adient recuperar la redacció inicial.

Barcelona, 10 de gener de 2018

