

**ACORD 31/2020, d'11 de març, del Ple
del Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

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

El 27 de febrer de 2020, la secretària general tècnica del Ministeri de Consum va trametre a aquest Consell el Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc, 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.

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, que s'incorpora com annex a aquest Acord.
2. Trametre aquest Acord a la Secretaria General Tècnica del Ministeri de Consum.

Barcelona, 11 de març de 2020

Roger Loppacher i Crehuet
President

Daniel Sirera Bellés
Conseller secretari

Ref. exp.: 4V/2020

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

El 27 de febrer de 2020, la secretària general tècnica del Ministeri de Consum ha tramès a aquest Consell el Projecte de reial decret de comunicacions comercials de les activitats de joc, perquè n'emeti un informe.

El Projecte ve acompanyat d'una Memòria d'anàlisi d'impacte normatiu que inclou els aspectes relatius a l'oportunitat de la proposta, el contingut, l'anàlisi jurídica i l'anàlisi d'impactes.

Aquest Projecte de regulació de les comunicacions comercials de les activitats de joc ve precedit dels impulsats els anys 2015 i 2017, dels quals el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va emetre informe mitjançant els acords 54/2015, de 15 d'abril, i 1/2018, de 10 de gener, respectivament.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, atesa la seva condició d'autoritat de regulació en l'àmbit del sector audiovisual a Catalunya i 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 les observacions següents al Projecte de reial decret, als efectes oportuns.

Observacions substantives

a) Objecte i àmbit d'aplicació subjectiu

El Projecte de reial decret té per objecte el desenvolupament reglamentari de les comunicacions comercials en matèria de joc i de determinats aspectes de les polítiques de joc responsable. Concretament, desenvolupa els articles 7 i 8 de la Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc.

L'àmbit d'aplicació subjectiu inclou tots els operadors que desenvolupin una activitat de joc inclosa en l'àmbit d'aplicació de la Llei 13/2011, incloent-hi els operadors designats per a la

comercialització dels jocs de loteries regulats en la llei esmentada i, pel que fa al títol I del Projecte de reial decret, les persones físiques o jurídiques, públiques o privades, que difonguin comunicacions comercials de les activitats de joc, com “prestadors de serveis de comunicació audiovisual o electrònica, prestadors de serveis de la societat de la informació, inclosos afiliats, pàgines web, xarxes socials, i qualsevol altre mitjà de comunicació”. Entenem que la referència als prestadors de serveis de la societat de la informació inclou els serveis d'intercanvi de vídeos mitjançant plataforma, atesa la seva naturalesa de prestador de serveis d'intermediació.

El Projecte estableix una regulació fonamentada en l'establiment de limitacions horàries a l'emissió de publicitat del joc pels serveis de comunicació audiovisual, ja siguin lineals o sota demanda, si bé en aquests darrers les restriccions s'han d'aplicar sobre les comunicacions comercials que puguin ser perfectament distingibles i separables del programa visionat. Aquesta equiparació resulta especialment necessària arran de l'aprovació de la Directiva (UE) 2018/1808, del Parlament Europeu i del Consell, de 14 de novembre de 2018, per la qual es modifica la Directiva 2010/13/UE, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual.

b) Protecció de menors

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 Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (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.

En l'àmbit de la protecció de menors, l'article 11 del Projecte estableix que les comunicacions comercials no es poden adreçar directament o indirectament als menors

d'edat ni poden ser destinades a la persuasió o a la incitació al joc. Establert aquest principi general, l'apartat 2 de l'article 11 disposa quines són les comunicacions comercials contràries a aquest principi i, per tant, prohibides.

Així mateix, l'apartat 3 de l'article 11 del Projecte estableix que en qualsevol comunicació comercial sobre activitats de joc s'hi ha d'incloure la prohibició de jugar als menors d'edat, i diferencia la manera de fer efectiu l'advertiment segons si es tracta d'un servei de comunicació audiovisual de televisió o bé d'un servei de comunicació audiovisual de ràdio.

Per als primers disposa que si l'advertiment es transmet de forma gràfica, ha de ser clarament visible durant tota la comunicació comercial o, si no hi és, ha d'ocupar tota la imatge, almenys durant dos segons al terme de la comunicació comercial. Si l'advertiment es transmet de manera oral, ha d'aparèixer sempre al final de la comunicació comercial durant dos segons, com a mínim.

Pel que fa als serveis de comunicació audiovisual radiofònica, l'advertiment haurà d'aparèixer, almenys, en una de cada dues comunicacions comercials realitzada de manera successiva per un mateix operador i pel mateix prestador de serveis, a diferència del que s'havia previst en l'anterior Projecte, on l'advertiment apareixia en una de cada tres comunicacions comercials.

Tot i la millora substancial que comporta aquesta modificació, considerem que la precisió específica que preveu per a les comunicacions comercials en els serveis de ràdio, pel que fa a l'advertiment de joc prohibit als menors d'edat, hauria d'aparèixer a totes les comunicacions comercials i no únicament en una de cada dues quan siguin realitzades de manera successiva per un mateix operador i pel mateix prestador de serveis. En aquest punt, entenem que el manteniment d'aquesta particularitat podria vulnerar l'observança del principi de protecció de menors, atès que els drets que pretén garantir aquest principi han de ser observats de manera permanent i sense excepcions.

c) Responsabilitat social

L'article 9 del Projecte de reial decret estableix que les comunicacions comercials s'han de fer amb sentit de la responsabilitat social. L'apartat 2 d'aquest article disposa quines

comunicacions comercials són considerades contràries al principi de responsabilitat.

En aquest sentit, es considera necessari incloure-hi la prohibició d'associar, vincular, representar o relacionar l'activitat del joc de manera intrínseca a l'esport, en línia amb la posició adoptada pel Col·legis de Metges de Catalunya¹ quan manifesta la importància de "limitar i restringir la publicitat que contingui missatges relacionats amb el joc com una activitat social i una forma de cohesió, també durant els esdeveniments esportius televisats". En aquest document de posicionament es considera que s'ha traspassat el llindar de normalització de les apostes esportives i que els adolescents d'entre 14 i 17 anys creuen que les apostes són una activitat implícita al joc.

d) Joc informat

En relació amb el joc responsable, l'apartat 3 de l'article 10 preveu una regulació igual com l'exposada en l'apartat anterior i diferencia la inclusió del missatge sobre joc responsable segons si es tracta de serveis de comunicació audiovisual de televisió o de ràdio. Vist aquest tractament, el Consell valora positivament la incorporació d'un missatge clarament visible durant tota la comunicació o bé ocupant tota la imatge durant dos segons al final de la comunicació comercial de televisió. Quan aquest missatge sigui transmès de forma oral, apareixerà a la finalització de la comunicació durant dos segons, com a mínim.

Pel que fa als serveis de comunicació audiovisual radiofònica, es continua considerant insuficient que el missatge també hi aparegui, almenys, en una de cada dos comunicacions comercials realitzades de manera successiva per un mateix operador i pel mateix prestador de serveis, sens perjudici del que estableix l'apartat 4 de l'article 21 en relació amb els concursos.

Malgrat la millora respecte del que preveia el Projecte anterior, cal recordar que el risc de les activitats de joc, i, per tant, de les seves comunicacions comercials, independentment del mitjà pel qual s'emeti, pot comportar conductes amb risc d'addicció, especialment sobre els col·lectius més vulnerables. Per tant, considerem que la difusió de missatges sobre el joc responsable en els termes exposats no garanteix una protecció efectiva de les persones

¹ *El joc d'aposta en línia: impacte en la salut d'un fenomen emergent*. Document de posició del Consell de Col·legis de Metges de Catalunya. Gener del 2019

usuàries dels serveis de comunicació audiovisual radiofònica davant comportaments de risc que poden arribar a comportar patologies importants.

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

L'article 18 del Projecte de reial decret disposa que les comunicacions comercials en serveis de comunicació audiovisual únicament es poden emetre entre la 1.00 i les 5.00 hores, sens perjudici de les regles especials que estableixen els articles 19 a 22.

No obstant això, l'article 19 del Projecte estableix que durant les retransmissions en directe d'esdeveniments esportius, hípics o qualsevol altre de naturalesa competitiva es poden emetre comunicacions comercials des de l'inici i fins al final, inclosos els descansos i les interrupcions reglamentaris, sempre que la retransmissió tingui lloc a partir de les 20.00 hores i fins a les 5.00 hores, amb un conjunt de condicionants que s'han de complir de manera acumulativa.

Atès que aquesta possibilitat comportaria la difusió de comunicacions comercials dins de la franja de protecció de menors, en aquest cas entre les 20.00 hores i les 22.00 hores, cal posar de manifest, una vegada més, que la LGCA estableix diverses limitacions amb la finalitat de protegir la infància i l'adolescència dels continguts que puguin perjudicar el seu desenvolupament físic, mental i moral.

Així, en coherència amb els posicionaments anteriors del Consell, es reitera que 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 tant pel que fa als serveis de comunicació audiovisual 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.

En aquest sentit, el Consell de Col·legis de Metges de Catalunya va manifestar que estudis recents mostren que els nois joves que fan apostes esportives són especialment vulnerables

a desenvolupar problemes de joc, especialment si tenen actituds positives cap a les estratègies publicitàries, i que la publicitat indueix els impulsos de jugar, especialment la que apareix durant els esdeveniments esportius.²

Per tant, en relació amb la difusió de comunicacions comercials durant les retransmissions en directe d'esdeveniments esportius, hípics o de qualsevol altra de naturalesa competitiva, es considera necessari reiterar que les comunicacions comercials realitzades durant aquestes retransmissions s'ha de situar, en tot cas, fora de la franja de protecció de menors pels mateixos motius argumentats en els apartats anteriors, relatius a la protecció de la infància i l'adolescència. En conclusió, la difusió de comunicacions comercials durant les retransmissions en directe d'esdeveniments esportius, hípics o de qualsevol altra de naturalesa competitiva, només s'hauria de poder realitzar entre les 22 i les 6 hores.

Dit això, considerem que, als efectes del que estableix aquest article, caldria especificar el moment en què es considera que té lloc l'inici i el final de la retransmissió de l'esdeveniment, als efectes d'aportar la seguretat jurídica necessària a les eventuais emissions de comunicacions comercials que tinguessin lloc en els espais previs i posteriors a l'esdeveniment esportiu, hípic o de qualsevol altra de naturalesa competitiva.

Sens perjudici del que s'ha observat més amunt i atès que l'apartat 3 de l'article 19 del Projecte recull una previsió perquè l'autoritat encarregada de la regulació del joc pugui limitar el nombre de comunicacions comercials retransmeses entre les 20.00 i les 5.00 hores, considerem oportú que aquesta limitació l'estableixi el Reial decret mateix amb un percentatge màxim de comunicacions comercials del joc incloses en la franja que definitivament s'estableixi per als esmentats esdeveniments en directe en serveis de comunicació audiovisual.

D'altra banda, es posa de manifest que l'apartat 2 de l'article 18 materialitza la no-distinció entre els mitjans d'emissió lineal dels serveis sota demanda quan les comunicacions comercials efectuades per aquests darrers puguin ser perfectament distingibles i separables del programa visionat. Entenem que aquesta equiparació resulta necessària i està en línia amb el que disposa la Directiva (UE) 2018/1808, del Parlament Europeu i del Consell, de 14

² *El joc d'aposta en línia: impacte en la salut d'un fenomen emergent*. Document de posició del Consell de Col·legis de Metges de Catalunya. Gener del 2019

de novembre de 2018, pel la qual es modifica la Directiva 2010/13/UE, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual.

No obstant això, caldria indicar-hi els mecanismes que haurien d'implementar els prestadors de serveis de comunicació audiovisual sota demanda per la publicitat distingible però no separable del programa visionat i, en qualsevol cas, l'adaptació de la publicitat difosa per aquests prestadors de serveis de comunicació audiovisual sota demanda a les franges horàries que estableix la normativa vigent. En aquest sentit, cal tenir present el considerand número 30 de la Directiva (UE) 2018/1808, el qual estableix que "És important que els menors estiguin eficaçment protegits de l'exposició a les comunicacions comercials relatives a la promoció dels jocs d'atzar".

f) Aparició de persones o personatges de rellevància o notorietat pública en comunicacions comercials

L'article 15 del Projecte prohibeix l'aparició de persones o personatges de rellevància o notorietat pública, siguin reals o de ficció, en les comunicacions comercials, si bé preveu algunes excepcions, com ara que els narradors de les retransmissions en directe puguin emetre les comunicacions comercials en el context de la narració de l'esdeveniment.

En aquest aspecte, la lletra c de l'apartat 1 de l'article 19 del Projecte disposa que la comunicació comercial per part de les persones encarregades de la narració de l'esdeveniment en directe ha de resultar "perfectament identificable" i que la comunicació comercial s'ha de presentar de manera neutra, sense que el/la narrador/a o els seus interlocutors puguin resultar protagonistes de l'aposta.

Aquest Consell considera adient posar de manifest que la narració en directe d'esdeveniments o competicions que tenen lloc de manera periòdica acostuma a ser narrada per un mateix equip de persones. Així, la realització de les comunicacions comercials per part dels encarregats de la narració pot crear en la persona espectadora o oient una percepció de familiaritat i proximitat. En definitiva, una relació de confiança amb l'equip de narració que pot induir a confusió o, si més no, a considerar la comunicació comercial com una invitació al joc, fet que ens fa concloure que la comunicació comercial no

hauria de ser duta a terme, en cap cas, per les mateixes persones que retransmeten l'esdeveniment o bé hi participen.

Es preveu una altra excepció a l'aparició de persones o personatges de rellevància o notorietat pública en les comunicacions comercials per a les persones que hagin adquirit aquesta condició a conseqüència de la comunicació comercial mateixa. En aquest sentit, el fet de considerar com a persona rellevant o amb notorietat pública la que hagi adquirit aquesta condició mitjançant el joc pot comportar l'associació del joc amb l'èxit. Per aquest motiu, considerem que també s'hauria de suprimir aquesta excepció.

En qualsevol cas, l'aparició de personatges famosos o les referències a aquests personatges, així com a persones 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.

Per tant, es considera necessària la modificació dels articles 15 i 19 del Projecte, en els termes exposats.

Finalment, la disposició transitòria tercera del Projecte de reial decret estableix un marge per adaptar les campanyes publicitàries amb persones famoses, les quals es podran continuar realitzant durant els tres mesos posteriors a l'entrada en vigor d'aquesta norma, una transitorietat que des d'aquest Consell es considera innecessària.

g) Identificació de les comunicacions comercials

La redacció de l'article 7 de l'actual Projecte continua establint que les comunicacions comercials han de ser fàcilment identificables i reconeixibles. El paràgraf segon del mateix apartat determina que la identificació s'ha fet correctament quan en la comunicació comercial figuri de manera clara i apreciablement, de manera adequada al suport mitjançant el qual es difongui, la paraula "publicitat", abreviatura "publi" o similar, o bé quan s'insereixi en blocs publicitaris clarament identificables com a tals pel receptor.

S'observa que en aquesta versió del Projecte de reial decret continuen sense especificar-se la durada de la sobreimpressió en els serveis de comunicació audiovisual de televisió o la manera de donar compliment a la identificació en els serveis de comunicació audiovisual radiofònics.

h) Activitats de patrocini

L'article 12 del Projecte regula les activitats de patrocini, sense establir-ne la prohibició. En el redactat del Projecte anterior, es disposava que l'emissió o difusió del patrocini no incités o interpel·lés expressament a la participació del públic en activitats o modalitats de joc. Es considera necessari que aquest article mantingui la referència esmentada, sens perjudici que el patrocini de les activitats de joc resti subjecte a les condicions que estableix l'article 16 de la LGCA, en matèria de mitjans de comunicació audiovisual.

Com succeeix amb l'aparició de persones o personatges de rellevància o notorietat pública, també s'estableix un règim transitori dels patrocini existents, els quals s'hauran d'adaptar al que estableix el Reial decret en el termini de tres mesos des de la seva entrada en vigor (disposició transitòria segona).

i) Activitats de promoció

L'apartat 1 de l'article 13 del Projecte prohibeix la realització de "comunicacions comercials sobre promocions de captació de clients que recullin quanties econòmiques de cap tipus", aspecte que es valora positivament.

Més enllà d'aquesta prohibició, l'apartat 3 del mateix article disposa de forma explícita els requisits que han de tenir les comunicacions comercials en altres activitats de promoció. En aquest sentit, preveu l'existència de bons i iniciatives promocionals, si bé es posa de manifest la dificultat de diferenciar-los de les comunicacions comercials sobre promocions de captació. I, tot i el reforç dels aspectes relatius a la claredat i la transparència que s'hi aprecien, considerem necessari posar de manifest que, atès el caràcter d'incentivació al joc d'aquest tipus de promocions i els seus efectes sobre la població, tampoc se n'hauria de donar publicitat en els mitjans de comunicació, tal com s'ha previst per a les comunicacions comercials sobre promocions de captació de clients.

D'altra banda, el Projecte dedica un article específic a la possibilitat que els operadors de joc ofereixin, en les seves plataformes, aplicacions de joc gratuït com a element promocional (art. 14). En aquest sentit, es disposa que les activitats promocionals relacionades amb les aplicacions de joc gratuït s'han de limitar a entorns de joc subjecte a registre previ, respectant el que estableix l'article 13, i accessible únicament a majors d'edat, tot i que no seria sobrer remarcar-ho explícitament en aquest article.

Així, cal recordar que aquest tipus d'aplicacions poden ser la porta d'entrada al joc i generar un hàbit que, en arribar a la majoria d'edat, poden comportar, entre altres efectes, una addicció al joc.

j) Difusió de comunicacions comercials segons la tipologia del joc en serveis de comunicació audiovisual

Més enllà del reforç de les restriccions en matèria de comunicacions comercials en els serveis de comunicació audiovisual com s'ha apuntat més amunt, el Projecte estableix una equiparació dels serveis de comunicació audiovisual de televisió i els de ràdio, així com tampoc diferencia entre els serveis d'accés obert dels d'accés condicionat, aspecte que es valora positivament.

No obstant això, sí que es disposen restriccions diferenciades segons els tipus de joc, en la línia del que disposa el *Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego*. En aquest sentit, l'article 22 del Projecte estableix uns nivells de protecció de menys intensitat per a les rifes, les loteries d'efecte diferit i els concursos, que tindrien un caràcter equiparable als sortejos de modalitats i productes de joc amb finalitat pública que disposa el penúltim paràgraf de l'apartat 2 de l'article 7 de la LGCA. Per tant, aquests jocs restarien exempts de les restriccions horàries que estableix aquest article de la LGCA.

Entenem que l'horari per a l'emissió de comunicacions comercials hauria de comprendre, sense cap distinció, la franja de les 22 a les 6 hores de l'endemà, a excepció dels concursos, que restarien subjectes a les regles de difusió específica que disposa l'article 21 del Projecte.

En canvi, per als jocs de més intensitat, com el casino, les màquines d'atzar *online*, el pòquer i les apostes no mútues i els jocs complementaris el Projecte de reial decret estableix que la publicitat tingui lloc entre la 1 i les 5 hores de l'endemà.

Finalment, l'article 20 del Projecte estableix un règim publicitari per a les apostes mútues, les loteries instantànies o presortejades i el bingo. Aquest règim se situa entre els règims identificats més amunt. En aquests casos, es prohibeix la difusió de comunicacions comercials dins de les franges horàries de protecció reforçada que estableix l'apartat 2 de l'article 7 de la LGCA, així com també en els blocs publicitaris immediatament anteriors o posteriors a programes dirigits específicament o principalment al públic infantil.

Pel que fa a aquestes darreres modalitats de joc, si bé el seu règim regulatori es manté en concordança amb el *Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego*, vigent tant per als serveis de televisió com per als de ràdio, aquest Consell considera que, d'acord amb el criteri ja exposat al llarg d'aquest informe, convindria continuar restringint l'emissió de les comunicacions comercials de les apostes mútues, de les loteries instantànies o presortejades, i del bingo.

En aquest sentit, el Consell considera que l'emissió de comunicacions comercials d'aquests jocs pot vulnerar especialment els interessos dels menors d'edat, atès que en aquesta tipologia de jocs hi ha un component dinerari que pot produir els mateixos efectes perjudicials sobre els menors que altres tipus de joc. Així, l'eventual accés de les persones menors d'edat a les comunicacions comercials d'aquest tipus de joc seria contrari a la prevenció efectiva de conductes addictives i, com a tals, s'haurien de situar, com a mínim, fora de la franja horària de protecció de menors, de 6 a 22 hores.

Finalment, el Projecte estableix un règim específic per a la Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E, S.A., i l'Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) , en relació amb la publicitat d'activitat d'interès general o benèfica, i no resulten d'aplicació les disposicions d'aquest Reial decret en matèria de comunicacions comercials quan aquestes siguin de naturalesa institucional o de difusió de les seves activitats de prestació de serveis, sempre que no hi apareguin referències a activitats o productes de joc.

Fora d'aquests casos, entenem que la difusió de comunicacions relatives a activitats o productes de joc per part de la Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E, S.A., i l'Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) s'haurà d'adequar a la tipologia del joc de la qual es pretengui fer publicitat, i, en tot cas, fora de la franja de protecció de menors.

k) Difusió de comunicacions comercials en serveis d'intercanvi de vídeos mitjançant plataforma

D'acord amb el que disposa l'article 23 del Projecte, l'emissió de comunicacions comercials mitjançant plataforma d'intercanvi de vídeos tindrà lloc quan s'ajustin a les franges horàries previstes en els articles 18 a 22 del Projecte. Es disposa també que aquestes plataformes puguin difondre esdeveniments esportius, hípics o d'altra naturalesa competitiva quan tinguin lloc en directe.

Es valora positivament l'equiparació aparent d'aquest tipus de serveis de la societat de la informació, si més no des d'un punt de vista pràctic, als serveis de comunicació audiovisual; si bé cal observar que aquesta equiparació té lloc mitjançant la implantació de les limitacions horàries sobre els mateixos operadors de joc, no sobre els prestadors de serveis d'intercanvi de vídeos. És a dir, el subjecte obligat aquí és l'operador de joc.

En relació amb aquest punt, cal posar de manifest que la Directiva (UE) 2018/1808, del Parlament Europeu i del Consell, de 14 de novembre de 2018, per la qual es modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual, hi incorpora l'article 28 *ter*, la lletra a de l'apartat primer del qual disposa que "els Estats membres vetllaran perquè els prestadors de plataformes d'intercanvi de vídeos subjectes a la seva jurisdicció adoptin les mesures per protegir: a) als menors dels programes, els vídeos generats per usuaris i les comunicacions comercials que puguin perjudicar el seu desenvolupament físic, mental o moral, de conformitat amb l'article 6 bis, apartat 1 [...]".

Dit això, aquest Consell considera convenient recordar que la publicitat de joc difosa mitjançant aquestes plataformes no té lloc únicament de manera clara i separable del

contingut, sinó que també és efectuada per les persones usuàries, de forma directa o indirecta, en els vídeos que hi publiquen. Per tant, considerem que més enllà de la limitació establerta sobre els operadors de joc, també s'hauria de fer referència a la necessitat que aquestes plataformes prenguin les mesures tècniques necessàries perquè aquest tipus de publicitat només sigui difosa en la franja que correspongui i que fora d'aquesta franja no hi puguin accedir les persones menors d'edat.

En aquest àmbit, fem extensiva als serveis d'intercanvi de vídeos mitjançant plataforma les observacions efectuades a la difusió de comunicacions comercials durant els esdeveniments en directe per als serveis de comunicació audiovisual.

l) Comunicacions comercials en serveis de la societat de la informació

L'article 25 del Projecte preveu la comunicació comercial en serveis de la societat de la informació. En aquest sentit, entenem que aquests serveis no inclourien la difusió de comunicacions comercials mitjançant plataformes d'intercanvi de vídeos, tot i que es tracta de serveis de la societat de la informació. Aquestes plataformes, com ja s'ha fet constar més amunt, disposen d'unes regles específiques a l'article 23 del Projecte de reial decret.

Es valora positivament l'obligació d'incorporar identificadors a les comunicacions comercials de joc en aquests tipus de serveis, tal com preveu l'apartat 1 de l'article 25. No obstant això, suggerim valorar la incorporació de mesures addicionals al control parental que impedeixin l'accés de menors a aquest tipus de comunicacions comercials, fora de la franja horària de protecció, i també en webs i aplicacions mòbils.

m) Règim de supervisió, inspecció i control

El règim de supervisió que estableix l'apartat 5 de l'article 36 del Projecte disposa que, sens 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 les autoritats respectives remetin 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 de serveis de comunicació audiovisual d'àmbit autonòmic, com és el cas d'aquest Consell.

Així mateix, en relació amb l'apartat 4 de l'article 36 del Projecte, es considera igualment adient incloure en el seu redactat les autoritats de les diferents comunitats autònomes competents en matèria de joc per tal que puguin prestar, si s'escau, el suport i la col·laboració als òrgans competents de l'Estat.

Igualment, es considera necessari que els apartats 1 i 2 de l'article 36 del Projecte incloguin les autoritats reguladores de serveis de comunicació audiovisual d'àmbit autonòmic, quan l'autoritat encarregada de la regulació del joc detecti indicis de possibles infraccions dels principis, les obligacions i les prohibicions que conté aquest Projecte de reial decret per part de prestadors de serveis de comunicació audiovisual.

n) Mecanismes de sensibilització

El títol II del Projecte, denominat "Polítiques actives d'informació i protecció dels usuaris", desenvolupa les previsions que estableix l'article 8 de la Llei 13/2011, de 27 de maig, relatiu a la protecció dels consumidors i les polítiques de joc responsable.

Més enllà dels mecanismes d'informació transparent, aquest títol del Projecte recull mecanismes de sensibilització davant els efectes adversos del joc. És precisament en aquest àmbit de sensibilització que es considera necessari incloure-hi una referència sobre la importància de dur a terme campanyes d'educació sobre el risc del joc, especialment dirigides als menors, atès que l'edat d'inici en el joc és un factor de risc clarament associat a la conducta problemàtica i patològica.

En aquest sentit, des d'aquest Consell es planteja una reflexió sobre la necessitat d'implementar, com a mecanisme de sensibilització, programes adreçats especialment als col·lectius més vulnerables, especialment els menors d'edat, però també a tota la comunitat educativa, que els permetin fer un ús crític i responsable de l'activitat del joc.

o) Acords de correulació

Finalment, en relació amb les previsions que el Projecte de reial decret introdueix per impulsar els mecanismes de correulació en l'àmbit de les comunicacions comercials, s'observa que l'article 28 disposa que l'autoritat encarregada de la regulació del joc podrà subscriure acords amb entitats d'autoregulació i que, en la mesura que aquests acords afectin les comunicacions comercials realitzades pels prestadors de serveis de comunicació audiovisual, s'haurà d'obtenir un informe de l'organisme públic o autoritat nacional de reglamentació en el mercat de les comunicacions audiovisuals abans que se signi.

Ni en aquest aspecte, ni en el relatiu al seguiment del compliment dels codis de conducta i de l'activitat de supervisió i controls, que recull l'apartat 3 de l'article 28 del Projecte, no s'observa cap referència a les autoritats reguladores de serveis de comunicació audiovisual d'àmbit autonòmic. En aquest sentit, aquest Consell valoraria positivament l'assumpció d'aquesta observació.

Barcelona, 9 de març de 2020