

2 de març de 2017

NOTA DE PREMSA

El CAC alerta sobre la desprotecció dels menors davant la publicitat del joc i les apostes en línia

- Els anuncis del joc i les apostes copen fins al 45% d'una retransmissió esportiva de ràdio o el 20% de televisió, sovint en horari protegit
- El 25% de les web dels operadors de joc en línia permeten als menors jugar sense diners reals i sense registre per introduir-los en la mecànica del joc
- S'ofereixen bonus de joc de fins a 1.200 euros com a reclam publicitari
- El joc en línia és ja avui la principal causa de ludopatia entre els menors de 26 anys
- El CAC demana una regulació més estricta per augmentar la protecció de les persones, especialment dels menors

Les persones menors d'edat estan sotmeses a nombrosos impactes publicitaris en relació amb el joc i les apostes en línia, segons un informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), que reclama una regulació més estricta per garantir la protecció d'aquest sector de la població.

L'informe assenyala que una part important dels anuncis sobre joc per internet es concentra sobretot en les retransmissions esportives, incloses les que s'emeten durant l'horari de protecció infantil. Aquests anuncis, per exemple, poden arribar a copar el 21,3% (10 missatges) del total de publicitat d'una mateixa retransmissió esportiva a la televisió (partit Manchester City-Barça, emès l'1 de novembre de 2016 per un prestador privat) o el 45,5% (15 missatges) d'una retransmissió a la ràdio (partit Reial Madrid-Celta de Vigo, emès el 27 d'agost de 2016 per una emissora privada).

Igualment, als diaris digitals generalistes es detecta aquest tipus de publicitat en 6 de 8 casos analitzats i, en el cas dels esportius, de forma generalitzada i particularment freqüent. Així, l'anàlisi de la presència de publicitat a la pàgina

d'inici dels diaris esportius analitzats mostra que entre el 38,5% i el 45% de les diverses formes publicitàries corresponen a operadors de joc i apostes.

Pel que fa al contingut d'aquestes comunicacions comercials, el reclam publicitari habitual i present a tots els mitjans (lineals i internet) és l'oferiment de bonus de joc –amb quanties que poden arribar als 1.200 euros– com a incentiu per atraure i retenir noves persones usuàries, atès que habitualment cal jugar de forma repetida per poder-ne gaudir.

Pel que fa a la principal plataforma d'intercanvi de vídeos, YouTube, la cerca de l'expressió “apuestas deportivas” retorna 108.000 vídeos. L'anàlisi dels 50 primers mostra que en més del 80% del casos s'hi promocionen de manera directa o indirecta el joc i les apostes i que alguns acumulen més d'un milió de visualitzacions. La majoria del vídeos són tutorials per aprendre a jugar, a apostar i a guanyar diners als casinos i a les apostes esportives en línia, encara que també s'hi troben molts vídeos de torneigs de pòquer amb jugadors professionals. El vídeo que té més visites –1,8 milions– es titula “¿Sabes cómo se reconoce a un campeón?”

En l'informe es posa de manifest com l'accés a la majoria d'aquests vídeos per part de persones menors d'edat és lliure i sense registre previ com a majors d'edat, i no inclouen cap advertiment d'edat ni cap referència al joc responsable.

D'altra banda, també s'han analitzat els webs dels 20 operadors de joc i apostes amb títol habilitant en els quals s'ha detectat publicitat. L'accés a aquests webs és lliure per a les persones menors d'edat i la verificació d'edat només es demana en el moment del registre per jugar o apostar amb diners.

Tanmateix, el 25% d'aquests webs permeten als menors l'accés al joc sense fer servir diners reals ni haver-se de registrar com a majors de 18 anys, de manera que les persones menors d'edat poden introduir-se en la mecànica del joc i el funcionament del web.

A l'últim, l'informe constata la presència habitual de continguts amb intenció publicitària sense que estiguin identificats de manera clara, per la qual cosa poden induir a error les persones usuàries, especialment si són menors d'edat. Aquest fet és especialment notori als diaris digitals esportius i a les plataformes d'intercanvi de vídeos, on no es diferencien clarament els continguts informatius dels publicitaris.

L'informe sobre el joc i les apostes en línia es va aprovar en el Ple del CAC celebrat l'1 de març.



El mercat del joc en línia i el perfil de les persones amb ludopatia

Segons dades de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), el mercat del joc a l'Estat espanyol es reparteix actualment entre un 75% presencial i un 25% en línia. Les vendes en línia l'any 2012 van ser de 2.726 milions d'euros, mentre que el 2015 s'havien més que triplicat, amb 8.563 milions d'euros.

Pel que fa a la inversió en publicitat, les despeses en promoció realitzades pels operadors de joc en línia durant el 2015 van ser de 134 milions d'euros, un 17,2% superiors a les corresponents a l'exercici anterior.

Segons dades de la Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados, el perfil de les persones tractades ha canviat en els darrers anys: si bé fa 5 anys el perfil d'edat més habitual era la franja entre 35 i 45 anys, i el principal joc addictiu era, amb un 90%, les màquines escurabutxaques, actualment la franja d'edat més important de persones que demanen tractament és de 20 a 30 anys.

Així mateix, també ha canviat la causa de les addicions al joc, ja que si bé la principal continua sent les màquines escurabutxaques (68%), s'observa un increment molt important i accelerat de les apostes esportives en línia, que apleguen ja el 22% dels casos.

En el cas dels menors de 26 anys, el joc en línia és ja la principal causa de ludopatia. L'entrada del joc en línia en el mercat –va ser legalitzat el 2011– també ha canviat el període de latència de les addicions: si en el joc presencial calen de 7 a 10 anys per desenvolupar una ludopatia, en el joc per internet només calen entre 1 i 2 anys.

Manca de regulació específica

Pel que fa a la regulació, la normativa actual no estableix disposicions suficients sobre les comunicacions comercials del joc i les apostes en línia.

En aquest sentit, el CAC considera que cal establir una regulació més estricta per garantir els drets de les persones, en especial dels menors d'edat. Segons indica l'Acord aprovat pel CAC, aquesta regulació hauria d'incloure els nous sistemes d'accés als continguts audiovisuals que empren els menors d'edat.

A més, el nou marc normatiu hauria de:

- Regular i homogeneïtzar l'ús dels sistemes d'advertiment sobre el joc i les apostes com a contingut de risc, per tal de facilitar-ne la identificació i el coneixement.



- Regular els elements que s'utilitzen com a reclam publicitari (bonus regal, personatges famosos, ídols juvenils, professionals del joc...), tenint en compte l'impacte que tenen en adolescents i joves.
- Establir mecanismes eficaços que impossibilitin l'accés dels menors d'edat al joc en línia i a les apostes. No només al joc amb diners, sinó també i molt especialment a aquells apartats de les webs dels operadors de joc que permeten jugar sense diners amb la finalitat d'introduir els usuaris en la mecànica del joc i el funcionament dels webs, i que s'empren com a reclam. Impossibilitar també l'accés de les persones menors d'edat als tutorials d'iniciació o expertesa en el joc.
- Establir sistemes per diferenciar clarament els continguts informatius de la publicitat del joc, especialment en els mitjans digitals i les plataformes d'intercanvi de vídeos.
- Adequar els horaris d'emissió de la publicitat del joc i les apostes en línia, tenint en compte la necessitat de protegir les persones menors d'edat.

Acord 18/2017 sobre l'anàlisi de la presència de continguts en relació amb el joc i les apostes en línia

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