

Regulación de la publicidad del juego online

Noticias 24hs | 24-12-2020 | 09:04



El Consejo de Ministros aprobó en noviembre el Real Decreto de comunicaciones comerciales de las actividades del juego que regula por primera vez la publicidad de las apuestas y los juegos de azar en España.

La publicación del Boletín Oficial del Estado por el cual entra en vigencia la nueva regulación para la publicidad del juego online, emerge en un contexto desordenado como consecuencia de los efectos de la pandemia mundial sobre la industria del juego.

Contexto y antecedentes de la nueva regulación de publicidad del juego online

El ministro de Consumo, Alberto Garzón, puso a través del Real Decreto las reglas a un sector que no había parado de crecer desde el 2012, año en el que fueron otorgadas las primeras licencias que permitieron la comercialización de actividades de juego online y comenzaron a funcionar los primeros casinos online legales en España.

Con la nueva legalidad instalada, los casinos tradicionales lanzaron sus versiones online y comenzaron a instalarse los nuevos casinos online en España, tanto de empresas españolas como de grandes compañías extranjeras. Los nuevos casinos trajeron consigo nueva tecnología como la realidad virtual aumentada, apps móviles más sofisticadas y hasta juegos en 3D.

Según las cifras, en los últimos años se ha triplicado la inversión en el sector, y se ha incrementado exponencialmente la cantidad de jugadores de entre 18 y 25 años. Los top 5 casinos online que mayor reconocimiento tienen en España, se han esforzado realmente por ofrecer a los jugadores una experiencia de juego renovada, programas de fidelización cada vez más interesantes y una oferta de juegos constantemente actualizada.

Además, se han multiplicado los asesores de apuestas deportivas o también llamados tipsters, que se encargan de detectar errores de cálculo de probabilidades en casas de apuestas para aprovecharlos en las apuestas que envían a sus suscriptores. Se ofrecen como los auténticos gurús de las apuestas deportivas.

En este contexto, tras un largo debate y la revisión de la versión inicial del Real Decreto, surgió la

definición de mantener una reglamentación con medidas similares a las que fueron aplicadas durante el Estado de Alarma con las que se había buscado evitar la exposición de los jugadores a tanta publicidad.

Las medidas

En resumen, el Real Decreto establece:

Reducción del horario publicitario en todos los soportes

Prohíbe la publicidad del juego online en todos los soportes y medios (radio, tv, plataformas digitales, prensa online, redes sociales) a excepción de la franja contemplada entre las 01:00 horas a 05:00 horas. Además, los anuncios que sí se emitan en esa franja horaria deberán cumplir con ciertas restricciones que eviten la estimulación al juego compulsivo.

Eliminación de los bonos de bienvenida

Incluye la prohibición total de las promociones de captación de clientes que todos los casinos ofrecían de manera desmedida. Estas bonificaciones quedan limitadas a 100 euros y solo podrán ser ofrecidas a clientes que cumplan ciertos requisitos, como tener una cuenta abierta por un período mayor a de un mes, tener al menos tres depósitos realizados y toda su documentación verificada.

Por otro lado, los operadores de juego no podrán ofrecer, de ninguna manera, descuentos a personas que hayan mostrado tener un comportamiento patológico con la actividad del juego.

Eliminación de la publicidad en las camisetas

A partir del Real Decreto, queda prohibido firmar contratos de patrocinio con casas de apuestas que impliquen llevar publicidad de juegos de azar en camisetas y equipaciones deportivas.

Los clubes deportivos no podrán hacer publicidad en los estadios ni mostrar comunicaciones comerciales en el campo de juego durante el horario restringido. Queda totalmente desterrada la posibilidad de hacer patrocinio que consista en la utilización de la marca de un casino o cualquier operador de juego de apuestas en una instalación deportiva.

Prohibición de publicidad por correo

Tanto la publicidad por correo postal como por correo electrónico quedan prohibidas. En caso del correo electrónico sólo podrá efectuarse si la persona interesada emite un consentimiento previo, siempre y cuando, por ningún motivo sea una de las personas que presente comportamientos de riesgo con el juego.

El envío de comunicación comercial por correo electrónico queda restringida no sólo al consentimiento de la persona interesada, sino también al hecho de que ésta no esté registrada en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego o se haya autoexcluido.

Publicidad en portales de juego

La única publicidad en Internet que estará legalmente permitida es aquella que se encuentra dentro

de los portales de los operadores de juego. El Ministerio aclaró que en esta categoría no están contemplados los perfiles en redes sociales ni las plataformas de videos como Youtube, donde la publicidad queda restringida al horario anteriormente dicho, como el resto de los soportes publicitarios.

Control parental y protección a menores

La protección a menores de edad quedó reglamentada como una de las mayores prioridades del Decreto. Además, se incluirá un control parental a través de mecanismos que identifiquen la categoría de los juegos de azar.

Asimismo, los operadores deberán contar con la tecnología necesaria para garantizar que en ningún caso la publicidad en motores de búsqueda o redes sociales esté expuesta a menores de edad.

Protección al jugador

Queda prohibido trasladar a los jugadores una percepción falsa o equívoca de gratuidad o de falta de onerosidad de las promociones, o inducir a confusión con respecto a la naturaleza del juego.

Con el objetivo de proteger a las personas que pueden sufrir una patología grave no se podrá hacer alusión a testimonios de personas beneficiarias previas, reales o ficticias o basarse en la habilidad del propio jugador.

Los plazos

Según lo expuesto en el Real Decreto, a partir del 30 de agosto entra en vigor al 100% la normativa, sin excepción y queda prohibido firmar contratos que contradigan lo dispuesto. Sin embargo, para acomodar los contratos ya firmados y que estén en vigor en este momento, el Gobierno dispuso una serie de plazos.

Estarán vigentes hasta agosto del 2021 y coincidiendo con el final de la temporada deportiva, los convenios privados entre clubes y operadores. En cambio, la fecha límite para la vigencia de todos los contrarios de contrataciones en soportes publicitarios y los bonos promocionales es menor, teniendo que disolverse antes del 1 de mayo del 2021.

En el caso de campañas publicitarias con personas o personajes de relevancia que ya hayan sido contratadas, no se podrán seguir emitiendo a partir del 1 de abril de 2021.

Las sanciones

El no cumplimiento de este reglamento tiene sanciones graves y multas que serán aplicadas sobre los operadores. Estas multas van desde los 100.000 a un millón de euros, e incluyen la suspensión de su actividad en España por un plazo máximo de seis meses.

Lo siguiente

El actual decreto se centra en el juego online, pero el siguiente paso será extender esta reglamentación a las casas de apuestas que son presenciales y se buscará una mayor cooperación de las administraciones con las autonomías en los registros de interdicciones de acceso al juego.

Por último, se prevé una reglamentación sobre los videojuegos y aquellas compras que se realizan durante el juego a modo de incentivo, a las que están expuestos los menores de edad y que también pueden fomentar y agravar la ludopatía.

Autor: Redacción