



El logo en el pecho de Pierriá Henry podría continuar aunque el nombre del equipo habría que modificarlo. IGOR MARTÍN

# El futuro decreto de la publicidad del juego complica el patrocinio del Baskonia

El Gobierno anuncia una norma que prohibirá que Kirolbet dé nombre al equipo, lo que obligaría a renegociar el contrato

SERGIO EGUÍA



VITORIA. «Quiero ser muy honesto». Alberto Garzón, ministro de Consumo, usaba el comodín internacional para cuando va a llegar un palo importante. «Hay empresas que van a perder mucho dinero con todo esto». Y esa es seguramente la clave del decreto que presentó ayer su departamento para regular la publicidad del juego en España. «El 80% de la publicidad actual sobre juego y apuestas no se podrá emitir y el 20% restante estará sometido a unas condiciones muy estrictas», resumió el líder de Izquier-

da Unida, que hizo bandera durante la campaña con una prohibición total de la publicidad de los juegos de azar.

Ya en el Gobierno, el número 3 de Unidas Podemos, ha modulado su intención original. «Apostamos –tiene miga el verbo elegido– por un paradigma regulatorio y no prohibitivo por su eficacia, demostrada por la experiencia internacional y por la racionalidad económica. El caso de Italia es significativo: prohibió toda la publicidad y ha tenido que dar marcha atrás porque provocó males mayores».

Bien mirado, el asunto no es tanto que haya empresas que van a perder mucho dinero como el ver qué empresas son las afectadas. Y en ese particular y abrazando lo cercano, si la ley se aprueba como está ideada, las consecuencias para Alavés y Baskonia, por ejemplo, resultarían muy diferentes.

De las cerca de 100 medidas adelantadas por Consumo, hay una que afecta especialmente al baloncesto y al Baskonia en particular. «Se prohíbe que cualquier

estadio o instalación deportiva o de entretenimiento pueda incorporar como nombre alguna mención a las empresas o marcas de juegos de azar y apuestas. Lo mismo se prohíbe respecto a los nombres de los equipos deportivos».

## Vínculo hasta 2021

Es decir, el Kirolbet Baskonia no podría seguir siendo el Kirolbet Baskonia. El acuerdo alcanzado hace tres temporadas por la promotora gipuzcoana y el club del paseo de Zurbano pasa, de un día a otro, a estar fuera de la ley y, por tanto, a convertirse en papel mojado.

En su primera comparecencia pública desde que asumió la cartera, Garzón aclaró que «ahora se abre un período de consulta pública y mejoras», recordó. «Solo llevamos 30 días de Gobierno».

De todos modos, su afán es aprobar el decreto por el que se elimina «la laguna normativa respecto al desarrollo de los artículos 6 y 7 de la Ley del Juego» este próximo verano. Publicado el real decreto en el BOE, su entrada en

vigor podría ser ya la próxima temporada, cuando a Kirolbet y al Baskonia les resta aún un año del actual patrocinio nominal.

Una complicación en el principal ingreso por publicidad de los azulgrana, que por el momento se muestran tranquilos. «Cuando conozcamos el contenido exacto del decreto, actuaremos en consecuencia. Siempre dentro de la legalidad», fue la respuesta de manual de la entidad al conocer-

## PRINCIPALES MEDIDAS

► **Prohibida la publicidad.** Solo se podrán emitir anuncios de casas de apuestas de una a cinco de la madrugada.

► **Excepciones.** Si se puede en los partidos después de las 20 horas y en las camisetas.

► **Fin del patrocinio nominal.** Ni los estadios, ni los centros de entrenamiento, ni los equipos pueden incorporar en su nombre el de una marca de azar.

se un posible veto gubernamental cuyas consecuencias complejas son difíciles de prever.

## Horario infantil

En palabras de Garzón, «como norma general, prohibimos la publicidad de apuestas» salvo de una a cinco de la mañana, pero «como excepción, se permite una publicidad altamente restringida en los eventos deportivos fuera de horario infantil, a partir de las 20 horas». O lo que es lo mismo, en la literalidad del anuncio, la publicidad estática de los estadios –y de cualquier otro lugar– deberá desaparecer hasta esa hora. En las pantallas, bien. ¿Y los carteles en el suelo del Buesa?

Demasiadas dudas para una norma poco clara en la que, por señalar otra aparente contradicción, no se permite al Baskonia llamarse Kirolbet, pero se admite que continúe luciendo Kirolbet en las camisetas. «El uso de las marcas en las camisetas de fútbol está exceptuada». Se supone que en el resto de deportes, también.