

# FUERA DE JUEGO

## Publicidad limitada en televisión, pero no en Youtube

El decreto sobre los anuncios de apuestas «online» que ha diseñado el Ministerio de Consumo no afectará a los partidos de fútbol que comiencen más tarde de las 20:00 ni tampoco a las plataformas en «streaming»

ELENA GENILLO - MADRID

«**A**cabar con las casas de apuestas tanto «online» como presenciales». Este era el objetivo de Podemos y que, además, fue uno de los puntos de acuerdo con el PSOE para la formación de un Gobierno de coalición. El partido de Pablo Iglesias prometió «impedir que estos locales abran antes de las 22.00 horas y que puedan publicitarse, tanto si lo hacen en los locales como en internet, tal y como ocurre con otros productos nocivos como el alcohol y el tabaco». Por eso, el borrador del decreto ley sobre la publicidad del juego que presentó ayer el ministro de Consumo, Alberto Garzón, ha caído como un jarro de agua fría no solo entre las asociaciones que luchan contra la ludopatía, sino también entre las bases de Unidas Podemos e Izquierda Unida.

El nuevo decreto recoge 100 medidas, cuyo «obligado cumplimiento» supervisará la Dirección General del Juego. Aunque «es de las leyes más restrictivas de Europa», señaló Garzón, el descontento viene porque las limitaciones publicitarias no afectarán al fútbol, ni a las redes sociales ni a las plataformas en «streaming». Escenarios con presencia masiva de jóvenes, los más golpeados por la adicción a las apuestas. Según el último informe de la Fundación de Ayuda contra la Drogad-

dicción (FAD), más de 500.000 menores apuestan dinero cada año en locales y a través de la web.

### Hora límite: las 20:00 horas

Algunas medidas que presentó ayer el ministro de Consumo eran ya conocidas, como que los operadores del juego «online» tendrán que limitar sus anuncios a la madrugada, de 1:00 a 5:00 horas. La sorpresa llegó cuando especificó que los partidos de fútbol y demás eventos deportivos que se retransmitan más allá de las 20:00 de la tarde —cuando finaliza el horario de protección infantil— no se verán afectados. Así, los clubes de fútbol, no tendrán problema en continuar con los patrocinadores del sector del juego y sus equipos podrán lucir los logos de estas empresas. Eso sí, los estadios no podrán llamarse con el nombre de éstas.

### Youtube, exento

Respecto a las redes sociales y las plataformas digitales, Garzón avanzó que no están sujetas por el momento a ninguna medida restrictiva. Como el objetivo de la ley es proteger, sobre todo a los menores, de los problemas de ludopatía, avanzó que el borrador del decreto podría sufrir modificaciones. Pero, hasta el momento, solo se incluyen medidas como el control parental o la obligación a los operadores del juego de aplicar los mecanismos habilitados por

por ciento de los jóvenes españoles de 14 años han apostado alguna vez en estos locales, aunque sea una práctica ilegal

# 20



## Un Ministerio que carece de competencias

Pese a que el ministro de Consumo presentó ayer el decreto como un plan de acción muy ambicioso, lo cierto es que tuvo que reconocer que carece de competencias para regular el sector del juego en su totalidad. En el caso de las casas de apuestas físicas, son las comunidades las que tienen la potestad. Por ello, Garzón avanzó que se pondrá en contacto con ellas para impulsar criterios homogéneos, como que abran después de las 22:00 y que no estén cerca de centros escolares. También son las comunidades las que tienen competencias para regular la publicidad en soportes físicos y vallas publicitarias y polideportivos.

las propias redes sociales para evitar que los menores sigan sus cuentas oficiales. De este modo, las grandes plataformas digitales quedarían exentas. «La regulación de servicios como YouTube es distinta porque la UE lo marca así» y «hay problemas técnicos» que se están intentando superar, se excusó Garzón.

### Sin famosos

Otro de los puntos llamativos del borrador es que los «famosos o personas con notoriedad pública» no podrán aparecer en los anuncios. «Es evidente que los jugadores de fútbol de primera división lo son», incidió Garzón tras ser preguntado según qué parámetros se decidirá quién lo es. Será la Dirección general del Juego la encargada.

No obstante, los principales



EFE

## Uteca critica que la próxima regulación

«no trata a todos por igual» y no regula «con claridad» las plataformas digitales

# Las televisiones protestan: una medida «incoherente»

E. G. - MADRID

La Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (Uteca) criticó ayer que el borrador del decreto ley sobre la publicidad del juego «online» es discriminatoria, porque no afecta de la misma manera a las plataformas digitales. Después de que el ministro de Consumo, Alberto Garzón, diera a conocer algunas medidas, Uteca manifestó a través de un comunicado su «preocupación y decepción por la incoherencia y el trato discriminatorio que se deriva del contenido que se ha conocido». Y reclamó «un trato igualitario con todos los operadores y sectores implicados». Así, criticó Uteca, «si el Gobierno va a permitir la publicidad de marcas en los partidos de fútbol en directo, debe también permitir que las televisiones emitan ese mismo tipo de publicidad en el horario de adulto establecido por la ley, que es a partir de las 22:00 horas». Para las televisiones comerciales en abierto, «cualquier otra decisión será una discriminación injustificada y un ataque directo». Por ello, piden al Gobierno que corrija una «incoherencia» que le lleva a «restringir la publicidad de las teles en abierto entre la 1:00 y las 5:00, mientras que la permite en las camisetas de los futbolistas y

en los partidos de fútbol en directo a partir de las ocho de la tarde».

Otra de las denuncias, es que las limitaciones publicitarias no afectan de la misma manera a las plataformas como Youtube. Por eso reclama «la máxima claridad sobre su voluntad de regular las plataformas de compartición de vídeos con las mismas condiciones que tendrán las televisiones tradicionales». La protección de los jóvenes y los menores, consumidores masivos de este tipo de plataformas, exige, según ellos, «la máxima claridad, sin esquivarse en supuestas dificultades técnicas o de la legislación europea para no afrontar esa regulación». Por ello, instan a la Administración a «actuar con valentía y responsabilidad» y ofrece un «diálogo constructivo al Gobierno que nos permita alcanzar los consensos necesarios».

Por otra parte, afearon a Consumo que «el dictamen del Consejo de Estado, que utiliza como justificación para la restricción de la publicidad de las televisiones entre la 1 y las 5 de la mañana, ha quedado superado por la legislación europea». Dicho Dictamen, dicen, «fue emitido un mes antes de que se aprobara en el Parlamento Europeo la Directiva de Servicios Audiovisuales de 2018, que establece idénticas obligaciones para todos los operadores».

## EL PARPADEO

# LA ÚNICA OPCIÓN

MARTA ROBLES

El coronavirus sigue tocando las narices al planeta, incrementando el número de muertos y de contagiados, y enturbando las relaciones de los seres humanos. Una siempre piensa que cada poco el mundo se sacude a los hombres de más con desastres naturales, enfermedades y otros males, para que se produzcan bajas notables y la población se auto regule; pero no esperaba que este último fuera a hacer tanto ruido y a dejar tantos cadáveres (más en el sentido figurado que en el real) en la cuneta. De todas sus víctimas, la que dejará más daños colaterales, al menos de momento, es el Mobile clausurado. Barcelona, que llevaba ganando las batallas a contenedores quemados y enfrentamientos

entre independentistas y no independentistas ha tenido que aceptar que, en ocasiones, también le puede tocar la china, y nunca mejor dicho. Sorprende, eso sí, que tan prestigiosa y enorme feria se haya anulado mientras tantas otras se siguen celebrando en Europa. Es entonces cuando aparecen los nuevos miedos del planeta: ¿será que a partir de ahora castigaremos a quien nos plazca, justificando la pena en la necesidad de utilizar mascarillas? Mis amigos médicos, más puestos en la OMS que yo, me aseguran que los riesgos están controlados y los empresarios que no se van a suspender los encuentros internacionales, ni siquiera los Juegos Olímpicos de Tokio. Entonces, ¿qué ha sucedido? ¿A qué se ha debido la cancelación del Mobile de Barcelona? El consejero de Políticas Digitales de la Generalitat, Jordi Puigneró, asegura que un solo caso durante la celebración del Congreso habría sido el «fin de todo» y que cancelar era la única opción: Ni seguir adelante con la mitad de pabellones, ni aplazarlo: cancelarlo. Si él lo dice...

«SORPRENDE QUE TAN PRESTIGIOSA FERIA SE HAYA ANULADO, MIENTRAS TANTAS OTRAS SE CELEBRAN EN EUROPA»

**Escrache a Garzón de las Juventudes Comunistas**

avances se centran en los contenidos. No se podrán anunciar bonos de captación o fidelización (a no ser que sean menores de 100 euros) ni cuotas de las apuestas. Además, se prohibirán los anuncios que «sugieran que el juego es una solución a los problemas profesionales o financieros», los que «utilicen representaciones de dinero o artículos de lujo», o los que lo vinculen con ideas «de éxito profesional, personal, social o económico». Los operadores de juego «online» tampoco podrán incitar a la práctica con lemas como «juega ya», «apuesta ahora» o similar.

## ¿Y la Lotería?

Esta norma también tendrá aplicación para los operadores públicos, como la Lotería Nacio-

nal o la Once. Para estos, la restricción de horario será más laxa por ser considerados por el ministerio de Consumo juegos menos adictivos. El contenido sí se limitará igual que en el resto de medios, de forma que ya no se podrá relacionar directamente, por ejemplo, la Lotería de Navidad con la idea de hacerse rico.

## Adiós a los «banners»

El Real Decreto, que se publicará íntegro el lunes, también prohíbe los «banners» que invaden la pantalla de los navegadores en internet y también regula la

publicidad en la Prensa escrita, donde tendrá que respetar las restricciones en el tipo de contenidos como en el resto de medios y soportes.

## Multas de hasta 50 millones

En el capítulo de sanciones, el decreto se remite a lo establecido en la actual ley del juego, donde se prevé un régimen sancionador por infracciones consideradas graves de entre 100.000 y el millón de euros, o, en caso de reincidencia se escalaría a las consideradas muy graves, con sanciones de uno hasta 50 millones.



# JOSÉ LUIS HERRERA DE MARCOS

Siendo niño te subiste a una bici, y nunca te has bajado de ella. En los últimos días has pedaleado con fuerza para conseguir la cima, y no te has querido bajar, has continuado.

Tus chicas te querrán toda la vida