

La Asociación de Usuarios de la Comunicación valora positivamente las medidas de restricción de la publicidad del juego durante el periodo de confinamiento

Madrid, 31 de marzo. La Asociación de Usuarios de la Comunicación ha mostrado su conformidad con las medidas adoptadas por el Consejo de Ministros para restringir las comunicaciones comerciales de la actividad de juegos y apuestas durante el periodo de vigencia del Estado de Alarma con motivo del COVID-19.

AUC ya había mostrado su preocupación por los efectos que el confinamiento internamiento con motivo del Estado de alarma podía provocar en el incremento de juego *on line*, algo que al parecer han corroborado los propios datos de la Dirección General de Ordenación del Juego y de lo que han alertado también las asociaciones de afectados con trastornos por juego.

Las medidas de restricción, recogidas en el artículo 37 del Real Decreto-Ley 11/2020, de 31 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico para hacer frente al COVID-19, se basan en gran parte en las ya recogidas en el proyecto de Real Decreto de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, aunque van más allá en algunos aspectos.

Así, se prohíben las actividades de promoción dirigidas a la captación de nuevos clientes o de fidelización de clientes existentes que recojan cuantías económicas, bonos, bonificaciones, descuentos, regalos de apuestas o partidas, multiplicadores de cuotas o premios o cualquier otro mecanismo similar. AUC se ha mostrado siempre en contra de este tipo de incentivos, por considerar que suponen un efecto llamada que puede estimular la participación de los ya jugadores o animar a quienes no practican esa actividad, atraídos por el valor de oportunidad de esas supuestas ofertas.

El Real Decreto prohíbe también la difusión de mensajes publicitarios y promocionales en los servicios de comunicación audiovisual televisiva o radiofónica, ya sean lineales o bajo demanda, excepto entre la 1 y las 5 de la mañana. Esta franja coincide con la permitida para la emisión de programas de apuestas y juegos de azar, de acuerdo con la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

La misma restricción horaria de acceso se aplica a las plataformas de intercambio de vídeos a través internet (lo mismo cabría decir de las OTT o plataformas de *streaming*) y al resto de servicios de la sociedad de la información, incluidas comunicaciones individualizadas en correos electrónicos o medios equivalentes y redes sociales.