

## Así será la 'nueva normalidad' de los juegos de azar en España

Pronto comenzará a funcionar en España una ley que traerá restricciones a una actividad con grandes perjuicios financieros y para la salud. Regular la publicidad será uno de los puntos de partida



### LAURA CUESTA CANO

Responsable de Comunicación y Contenidos Digitales en Servicio PAD. Profesora, Universidad Camilo José Cela



### JUAN FRANCISCO NAVAS

Investigador Juan de la Cierva. Departamento de Psicología Clínica, Universidad Complutense de Madrid

Miércoles, 1 julio 2020, 10:22

Tras años de protestas por parte de diferentes asociaciones, profesionales de la salud y familias de afectados por la adicción al juego de azar, muy pronto entrará en vigor en España el nuevo Real Decreto Ley de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego (ahora en estado de consulta en la UE) para regular la publicidad y las políticas de juego responsable y protección al usuario.

Se trata de un paquete de 100 medidas que afecta a los operadores del sector y medios de comunicación y que desarrolla varios artículos de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego: un marco normativo de enorme laxitud en cuanto a la regulación de la oferta de los juegos de azar.

Este decreto ley fue presentado el pasado 21 de febrero por el ministro de Consumo, Alberto Garzón, e incluía unas medidas fuertemente restrictivas a una actividad que produce importantes problemas financieros, de salud y bienestar, especialmente entre las poblaciones más vulnerables.

Días antes, en un acto público de la Dirección General de Ordenación de Juego (DGOJ), el ministro había planteado que se abordaría la regulación del juego de azar desde una perspectiva de salud pública basada en datos empíricos, palabras que resonaron como el anuncio de la «tierra prometida» para todos los investigadores y profesionales de la salud.

Sin embargo, como ocurre con algunos megaestrenos de la gran pantalla que esperamos con anhelo durante meses, espoleados por los inputs publicitarios, las campañas transmedia y el cuidado storytelling, cuando llegó el «día D» el fiasco fue notable. Las expectativas de una regulación total basada en la evidencia científica se ensombrecieron por un hondo 'pero'. El resultado: una regulación que avanza pero se queda entre dos aguas.

### **No a los influencers y deportistas**

Por el lado de los aciertos, se puede destacar que se acaba con el uso indiscriminado de personajes públicos, deportistas, influencers, youtubers y, en general, de «referentes» de los menores para protagonizar campañas de juego de azar, apelando a la idea del juego como éxito de vida.

No se podrá ni comercializar productos para menores con publicidad de marcas relacionadas con el juego, ni aparecer en espectáculos donde pueda haber menores, como cines o musicales.

Se prohíben los «bonos de bienvenida» o de captación de más de 100€ y las «llamadas a la acción» (CTA, por sus siglas en inglés) del tipo «¡Juega ya!», que inciten al juego compulsivo.

También se prohíbe la publicidad en prensa y sitios web dedicados a menores, tanto en formato banner como en pop ups, y el resto de webs (plataformas como Youtube incluidas) tendrán que ajustarse a las restricciones del decreto.

En televisión y radio, la publicidad queda restringida a la franja de una a cinco de la madrugada.

Por el otro lado, está el «pero» mayúsculo –porque casi siempre hay uno– y, en este caso, pivota en torno al fútbol: un agujero de la regulación por el que se permite la publicidad de juegos de azar durante las retransmisiones de eventos deportivos que empiecen a partir de las 20,00h. Aunque desde el ministerio aseguran que están estudiando, bajo el respaldo jurídico, poder echar «marcha atrás» en esta controvertida medida.

### **El juego presencial**

A pesar de todo, los problemas de la regulación de juego de azar no terminan aquí. ¿Qué ocurre con las casas de apuestas, locales de juego y casinos físicos cuya regulación depende especialmente de las comunidades autónomas? Este negocio ha crecido exponencialmente en los últimos años.

Actualmente, existen en España más de 80 operadores con licencia para la gestión de estos locales. Su proliferación es tal que en algunos barrios (normalmente las zonas más deprimidas) existen más locales dedicados al juego de azar que bares.

Según los datos del Mercado Español del Juego recogidos en el estudio del 2018 (último publicado), en aquel momento contábamos ya con 619 casas de apuestas y 3 463 salones de juego, siendo Galicia, Andalucía, la Comunidad Valenciana y la de Madrid las que estaban a la cabeza.

### **Y llegó el virus**

La crisis sanitaria por la Covid-19 ha alterado la actividad de estos establecimientos. Al igual que otros muchos negocios físicos, cerraron al principio del estado de alarma y no reabrieron hasta la fase 3, y con las pertinentes restricciones por los protocolos de seguridad.

Durante este parón, se han desarrollado muchas acciones ciudadanas para pedir que se limite su apertura o se prohíban nuevas licencias,

especialmente en locales cercanos a centros educativos o en relación con actividades de menores.

Tomando la delantera en esta línea, la Comunidad Valenciana aprobó en mayo su Ley del Juego, una de las más restrictivas del país y que más protege al menor de los riesgos del juego de azar: entre otras medidas, los establecimientos de juego deben estar a un mínimo de 850 metros de distancia de colegios e institutos y a 500 entre ellos, y las máquinas tragaperras situadas en locales de hostelería se activarán mediante un mando a distancia, como el de las máquinas de tabaco.

La Comunidad de Madrid, por su parte, ha reactivado el Anteproyecto de Ley de modificación de la Ley 6/2001, la Ley del Juego, y ha puesto en marcha de nuevo las inspecciones de los locales para verificar los cambios de la nueva normalidad: será necesario presentar el DNI, pasaporte o NIE en un control automatizado y supervisado por personal del local, quien comprobará que la persona que accede no es menor ni figura en la lista de autoexcluidos por padecer una ludopatía.

### **Motivos para restringir la oferta**

Es imprescindible restringir la oferta del juego de azar y aquí exponemos algunos de los motivos más importantes:

- Se normaliza el juego como una actividad más de ocio, especialmente si se es aficionado al deporte. Muchos menores ven apostar como una «parte inherente al deporte» y como algo normal que se hace con los amigos.

- Se usan determinadas estrategias como recurrir al humor o usar voces en off distintivas (además del uso de deportistas o famosos) y eso hace que los anuncios se recuerden especialmente bien (y más en menores), y genera afinidad afectiva con el juego de azar y con ciertas marcas.

- Los anuncios pueden mostrar lo sencillo que es apostar (aportan conocimiento técnico) y que parezca que es fácil ganar (inducen una sensación de control irreal). Todo ello influye en las intenciones y deseo de apostar.

- La accesibilidad a oportunidades de juego online o presencialmente genera un «efecto llamada» para atraer clientes. Algunos de ellos desarrollarán una adicción. Otros muchos experimentarán problemas. Hay una parte notable del daño asociado al juego de azar que se produce incluso a niveles de juego bajo y moderado.

- La publicidad supone una dificultad extrema para las personas que deciden no jugar. Los tratamientos para la reducción de problemas con el juego tienen una primera fase de evitar exponerse a estímulos relacionados con esta actividad. En los últimos años, esto ha sido prácticamente imposible por la proliferación de locales y la publicidad.

### **Qué hacer hasta que se apruebe la ley**

¿Y qué podemos hacer hasta que entre en vigor el decreto ley y luego se avance en las promesas ministeriales y mientras las comunidades autónomas armonizan sus estrategias? He aquí algunos consejos:

Si es usted familiar de menores, adolescentes o jóvenes:

- No juegue. Ser un buen ejemplo es el mejor primer paso.

- Infórmese de los riesgos del juego de azar. Hay muchos recursos web para ello, por ejemplo: los cursos y módulos sobre prevención y adicciones del Ayuntamiento de Madrid.

- Aproveche las oportunidades de interacción que tenga con ellos/as para evidenciar su postura sobre el juego de azar y sus riesgos (los eventos deportivos pueden ser un buen momento para hacerlo).

- Si es posible, organice actividades de ocio familiar que sean saludables y especialmente interesantes y divertidas para ellos/as. Es importante que tengan experiencias recompensantes en entornos seguros.

- Que se haya apostado o se apueste no es necesariamente un indicador de que hay un problema. No lo maximice («¡es una catástrofe!»), pero tampoco lo minimice («todo el mundo lo hace, no pasa nada»). Hable con él/ella de manera respetuosa y calmada e intente averiguar los motivos.

- Si usted es jugador/a o familiar y cree que hay un problema con el juego (está interfiriendo de manera negativa en su vida cotidiana: trabajo, familia, cuidado personal, bienestar psicológico), puede buscar información de centros de orientación y tratamiento públicos. Estos dependen de su comunidad. En Madrid, por ejemplo, está el Servicio PAD.

- Puede también buscar ayuda en asociaciones (FEJAR, APAL, etc.). Si decide buscar un tratamiento privado, le recomendamos que elija un profesional de la Psicología que haga tratamientos basados en evidencia (la terapia cognitivo conductual y/o la entrevista motivacional son los tratamientos establecidos para el Trastorno por Juego de Azar).

- Si es usted un profesional de la salud y quiere saber más sobre juego de azar y reducción del daño basado en evidencia, puede consultar estos textos científicos de interés: Hilbretch et al. (2020); Navas et al., (2019). Si prefiere algo en castellano: Navas y Perales, (2014).

Por todo esto, la legislación debe ir encaminada hacia la prohibición total de la publicidad sobre apuestas, tanto offline como online (redes sociales incluidas), tal y como ocurrió con la Ley del Tabaco, hacia la regulación de las normativas sobre casas de apuestas y locales de juego que protejan especialmente a los menores y hacia el control real del acceso de estos a las plataformas digitales.

Este artículo ha sido publicado en [The Conversation](#).

TEMAS Alberto Garzón, España, Coronavirus Covid-19, Nueva Normalidad (Coronavirus Covid-19)

## Lo + leído

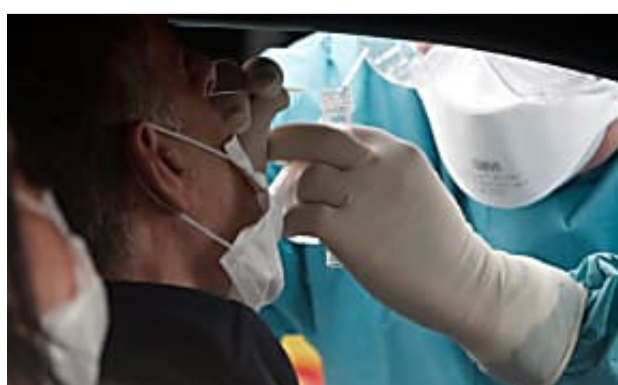
Diario Sur Sociedad Top 50

- 1 Un estudio realizado en hospitales españoles apunta a la nicotina como inhibidor del Covid-19
- 2 Así sería la segunda oleada del coronavirus en España según Sanidad
- 3 Científicos chinos alertan de una gripe porcina que podría transmitirse a humanos
- 4 Los rebrotes se extienden ya por toda España salvo Asturias y La Rioja
- 5 Una mujer en paro gana dos veces el Euromillones gracias a una tabla Excel

Comentarios

PATROCINADA

MÁS NOTICIAS DE DIARIO SUR



Así sería la segunda oleada del coronavirus en España según



Sucesos | Muere atropellada una persona en la autovía A-7 en

TE PUEDE INTERESAR



Invierta en Netflix con tan solo 250 €  
¡Calcule ahora sus potenciales beneficios!

Invierte en Netflix | Patrocinado



¿Cómo evitar las picaduras de mosquito?  
Un nuevo Smart Watch es la solución.

Fly Blocker | Patrocinado



Adquiera esto para reducir el dolor en las  
articulaciones y las rodillas

Jupiter Laboratories | Patrocinado

MÁS NOTICIAS



**Las 48 banderas negras del litoral**  
DIARIO SUR



**Salud dice que el brote de Covid-19 de  
Casabermeja está vinculado con un foco  
originado en Granada**  
DIARIO SUR

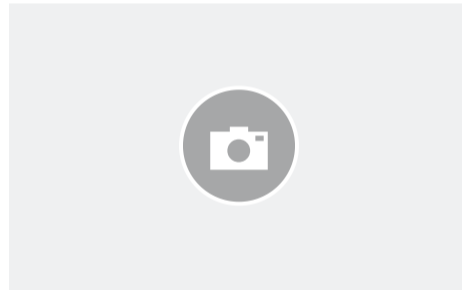


**La Junta permite a los profesores de la  
concertada la jubilación parcial con  
reducción del 75% de la jornada**  
DIARIO SUR

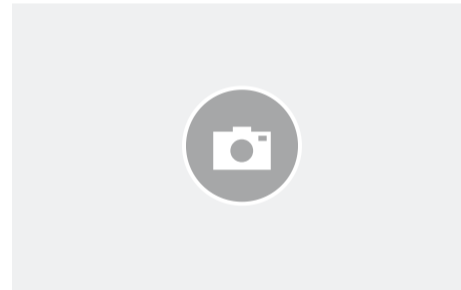
Fotos



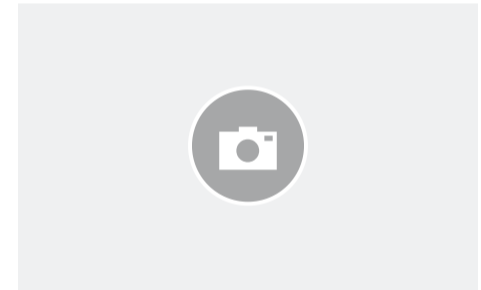
**El Málaga se reencuentra  
con la victoria**



**Amplio despliegue policial  
en el centro de Cruz Roja de  
Málaga donde se ha  
producido un brote de  
coronavirus**



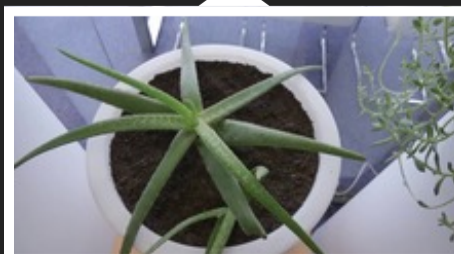
**Funeral en la Catedral de  
Málaga por las víctimas del  
coronavirus**



**Las mejores imágenes del  
Real Madrid-Mallorca**

Vídeos

**Bioo crea Jardines de la  
Vida, con mensajes de  
apoyo por el covid-19**





vocento 

[Contactar](#) | [Aviso legal](#) | [Condiciones de uso](#) | [Política de privacidad](#) | [Publicidad](#) | [Mapa web](#) | [Política de cookies](#)