



Resolución de 9 de enero de 2019 de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL por la que se estima la reclamación presentada por dos particulares contra una publicidad de la que es responsable la mercantil 888 Spain PLC.

La Sección estimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada infringía la norma 6.11 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.

Resumen de la Resolución: Particulares vs. 888 Spain PLC ("888 Apuestas Carlos Sobera TV")

Resolución de 9 de enero de 2019 de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL por la que se estima la reclamación presentada por dos particulares contra una publicidad de la que es responsable la mercantil 888 Spain PLC.

La publicidad objeto de reclamación ha sido difundida en televisión. Comenzamos viendo unas manos sujetando un teléfono móvil y en la pantalla leemos: "888 sport" y la sobreimpresión "Entra", que pasa a triplicarse dividiéndose la pantalla en tres partes con la misma imagen y sobreimpresión. A continuación, vemos a Carlos Sobera en el salón de su casa, en un estadio de fútbol y en un bar y la sobreimpresión "Piensa", en la pantalla dividida en tres de nuevo. Después, unas manos sujetan un móvil en cuya pantalla vemos la *web* promocionada y la sobreimpresión "Apuesta", que se triplica de nuevo en la pantalla. A continuación, vemos cómo se divide la imagen en tres, dejando ver varias imágenes de un partido de fútbol, y la sobreimpresión "Tira", que se triplica. Después, vemos a Carlos Sobera entusiasmado, celebrando un gol, y la sobreimpresión "Grita" que se triplica. Después vemos cómo la imagen se divide en tres y vemos un gol desde tres puntos de vista, y leemos la sobreimpresión "Gol" que se triplica. Seguidamente vemos a los aficionados que ven el partido celebrándolo, y la sobreimpresión "888". Por corte, vemos una cartela negra en la que leemos: "888" y "Juega. Juega. Juega" y una sobreimpresión con las condiciones del bono. Finalmente, vemos a Carlos Sobera hablando y la sobreimpresión: "Doblamos tu primer ingreso hasta 150 € para apostar. Súper oferta nuevos usuarios". A lo largo del anuncio, escuchamos la siguiente locución en *off*: "Entra, entra, entra. Piensa, piensa, piensa. Apuesta, apuesta, apuesta. Tira, tira, tira. Grita, grita, grita. Gol, gol, gol. 8, 8, 8. Juega, juega, juega". Carlos Sobera: "Consigue hasta 150 € para apostar. 888sport.es".

La Sección determinó que la publicidad reclamada resultaba contraria a la norma 6.11 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego. En particular, razonó que el anuncio muestra situaciones de juego repetitivas, con sensación de descontrol y, sobre todo, refleja una actitud compulsiva, que lleva al protagonista a sentir emociones fuertes. A juicio de la Sección, ello se desprende de la repetición (siempre 3 veces) de varias situaciones a la vez al tiempo que, tanto en pantalla como en locución, se incluyen verbos imperativos que trasladan un mensaje de repetición continua del juego y de la apuesta



(“entra, entra, entra”, “apuesta, apuesta, apuesta”, “juega, juega, juega”). Así, concluyó que estos llamamientos al juego repetitivo se vinculan claramente a un incremento de la emoción e incurren en la prohibición de la norma 6.11 del Código dado que, en el conjunto del anuncio se nota que, poco a poco, va creciendo el nerviosismo del protagonista, que finalmente llega a sentir una emoción muy fuerte cuando se produce un gol.

Texto completo de la resolución del Jurado:
Particulares vs. 888 Spain PLC
(“888 Apuestas Carlos Sobera TV”)

En Madrid, a 9 de enero de 2019, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Berenguer Fuster para el estudio y resolución de la reclamación presentada por dos particulares contra una publicidad de la que es responsable la empresa 888 Spain PLC, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 13 de diciembre de 2018, dos particulares presentaron una reclamación contra un anuncio del que es responsable la empresa 888 Spain PLC (en adelante, **“888 Spain”**).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en televisión que promociona apuestas deportivas. Comenzamos viendo unas manos sujetando un teléfono móvil y en la pantalla leemos: “888 sport” y la sobreimpresión “Entra”, que pasa a triplicarse dividiéndose la pantalla en tres partes con la misma imagen y sobreimpresión. A continuación, vemos a Carlos Sobera en el salón de su casa, en un estadio de fútbol y en un bar y la sobreimpresión “Piensa”, en la pantalla dividida en tres de nuevo. Después, unas manos sujetan un móvil en cuya pantalla vemos la web promocionada y la sobreimpresión “Apuesta”, que se triplica de nuevo en la pantalla. A continuación, vemos cómo se divide la imagen en tres, dejando ver varias imágenes de un partido de fútbol, y la sobreimpresión “Tira”, que se triplica. Después, vemos a Carlos Sobera entusiasmado, celebrando un gol, y la sobreimpresión “Grita” que se triplica. Después vemos cómo la imagen se divide en tres y vemos un gol desde tres puntos de vista, y leemos la sobreimpresión “Gol” que se triplica. Seguidamente vemos a los aficionados que ven el partido celebrándolo, y la sobreimpresión “888”. Por corte, vemos una cartela negra en la que leemos: “888” y “Juega. Juega. Juega” y la sobreimpresión: “+18. Juega con responsabilidad. Bono del 100% del importe del primer depósito de mínimo 10 € realizado dentro de las 72 horas siguientes al registro, hasta máx. 150 €. El bono se acreditará una vez apostado el importe del



depósito a cuota 1,5 o superior. Para retirar ganancias se debe apostar 6 veces el importe del bono a cuota 1,5 o superior en 60 días”, que se mantendrá en las siguientes escenas. Finalmente, vemos a Carlos Sobera hablando y la sobreimpresión: “Doblamos tu primer ingreso hasta 150 € para apostar. Súper oferta nuevos usuarios”. A lo largo del anuncio, escuchamos la siguiente locución en *off*: “Entra, entra, entra. Piensa, piensa, piensa. Apuesta, apuesta, apuesta. Tira, tira, tira. Grita, grita, grita. Gol, gol, gol. 8, 8, 8. Juega, juega, juega”. Carlos Sobera: “Consigue hasta 150 € para apostar. 888sport.es”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**publicidad reclamada**”.

3.- Según exponen en sus escritos de reclamación, los particulares consideran que la publicidad reclamada contraviene la normativa, al realizar una llamada al juego compulsivo, dado que es reiterada, genera ansiedad, malestar y nerviosismo, incluso entre la población que no sufre de ludopatía.

4.- Trasladada la reclamación a 888 Spain, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En dicho escrito indica que la empresa y su agencia de publicidad cumplen la normativa aplicable, en particular el Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego (en adelante, el “**Código de Juego**”) y no emiten anuncios sin Copy Advice® positivo. En particular, el anuncio reclamado, con clave CG2, obtuvo Copy Advice® positivo en fecha 5 de octubre.

Sin embargo, en noviembre, tras la reclamación de otro anuncio de la empresa relativo al juego de póquer por motivos similares a los actuales -reclamación que fue aceptada por 888 Spain-, ésta procedió voluntariamente a realizar algunos cambios en sus anuncios de la misma campaña, consistentes en la modificación de los verbos empleados (adjunta un certificado sobre la emisión de los correspondientes anuncios).

La reclamada reconoce no obstante que la publicidad reclamada, sin los cambios a los que nos acabamos de referir, fue difundida en diciembre, con base en el Copy Advice® positivo mencionado y añade que sólo fue posteriormente, en fecha de 27 de diciembre, cuando recibió Copy Advice® negativo, que le fue comunicado por Movistar.

Finalmente, la reclamada explica que ya dispone del anuncio con los cambios de verbos mencionados y ha solicitado al Gabinete Técnico de Autocontrol Copy Advice® en fecha 2 de enero de 2019 por lo que, una vez obtenido el Copy Advice® positivo, difundirá el anuncio correcto.

Por todo lo anterior solicita al Jurado el archivo de la reclamación presentada.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, y teniendo en cuenta que 888 Spain ha mencionado en su escrito de contestación varios anuncios, es necesario que esta Sección centre el objeto del procedimiento. Así, el concreto anuncio al que se



refiere el presente procedimiento es el descrito en el Antecedente de Hecho Segundo, difundido en televisión en diciembre como reconoce la reclamada, con clave CG2.

2.- Una vez aclarado lo anterior, y a la vista de los antecedentes de hecho hasta aquí expuestos y del tenor de las reclamaciones presentadas, esta Sección debe examinar la publicidad reclamada a la luz de lo dispuesto en los principios de juego responsable recogidos en la norma 6 del Código de Juego. Dichos principios tienen por objeto la protección de los consumidores (y, principalmente, de los grupos vulnerables) en el ámbito de las comunicaciones comerciales de juego.

Así, la norma 6.11 de dicho Código establece la siguiente prohibición: *“Prohibición de asociar situaciones de juego repetitivas, incontroladas o compulsivas a emociones fuertes”*.

3.- Pues bien, las reclamantes consideran que la publicidad reclamada incita al juego compulsivo, dado que es reiterada y genera malestar, ansiedad y nerviosismo.

Este Jurado también opina que el anuncio muestra situaciones de juego repetitivas, con sensación de descontrol y sobre todo una actitud compulsiva, que lleva al protagonista a sentir emociones fuertes.

En efecto, a lo largo del anuncio, se muestra la repetición (siempre 3 veces) de varias situaciones a la vez que, tanto en sobreimpresión en pantalla como en locución se escuchan verbos imperativos que trasladan un mensaje de repetición continua del juego y la apuesta: “entra, entra, entra”, “apuesta, apuesta, apuesta”, “juega, juega, juega”.

Estos llamamientos al juego repetitivo se vinculan claramente con un incremento de la emoción, dado que en el conjunto del anuncio se nota que, poco a poco, va creciendo el nerviosismo del protagonista, que finalmente llega a sentir una emoción muy fuerte cuando se produce un gol.

Por todo lo anterior, la publicidad reclamada vulneraría la norma 6.11 del Código de Juego.

4.- Frente a esta conclusión no cabe alegar que la publicidad reclamada había obtenido por parte del Gabinete Técnico de Autocontrol un Copy Advice® positivo en octubre, toda vez que éste es anterior a la interposición en noviembre de una reclamación contra un anuncio prácticamente idéntico de 888 Spain (aunque relativo a otra modalidad de juego), reclamación que fue aceptada por parte de la reclamada, con el correspondiente compromiso de modificación.

5.- De hecho, la difusión en el mes de diciembre del anuncio televisivo que es objeto del presente procedimiento, puede suponer un eventual incumplimiento del compromiso de modificación al que acabamos de hacer referencia. En efecto, aun cuando el anuncio que había sido objeto de la primera reclamación y el que ahora nos ocupa promocionan modalidades de juego distintas, comparten gran parte de sus



alegaciones publicitarias, y entre ellas, aquellas que pueden ser percibidas o interpretadas como llamamientos al juego repetitivo y compulsivo, tal y como hemos afirmado en el fundamento deontológico tercero. Por consiguiente, la difusión en el mes de diciembre del anuncio que nos ocupa con las citadas alegaciones constituiría eventualmente un incumplimiento del compromiso de modificación de la publicidad asumido por 888 tras la recepción de las primeras reclamaciones. En consecuencia, este Jurado debe elevar también el presente expediente a la Comisión de Asuntos Disciplinarios de Autocontrol a los efectos pertinentes.

6- Por último, ha de recordarse que la Norma de Aplicación 2.2.3 del Código de Juego establece lo siguiente: *“En sus resoluciones, el Jurado determinará qué parte o partes correrán con los gastos administrativos dimanantes de la tramitación de la reclamación ante Autocontrol, atendiendo a la aceptación o no de las peticiones formuladas por la reclamante y, eventualmente, a la concurrencia de circunstancias tales como temeridad o mala fe en alguna de las partes. Estarán exentos del pago de los referidos gastos administrativos ante Autocontrol, la Administración del Juego (establecida en el Título V de la Ley 13/2011, de 27 de mayo), la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, los consumidores individuales, las asociaciones de consumidores y usuarios que figuren inscritas en un libro registro de acuerdo con lo previsto a este respecto en la Ley 26/1984, de 19 de julio, y la Comisión Mixta de Seguimiento de este Código, para quienes la tramitación y resolución de las reclamaciones planteadas será gratuita. En tales casos de exención de pago por el reclamante, si la reclamación es estimada, será la empresa reclamada quien asuma el pago de los gastos administrativos ante Autocontrol”*.

Por consiguiente, puesto que la reclamación ha sido estimada, procede la imposición del pago de los gastos derivados de la tramitación del presente procedimiento a la parte reclamada.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por dos particulares contra una publicidad de la que es responsable la mercantil 888 Spain PLC.

2º.- Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 6.11 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.

3º.- Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada en el sentido expuesto en los fundamentos deontológicos de la presente resolución.

4º.- Imponer a 888 Spain, en virtud de lo previsto en la Norma de Aplicación 2.2.3 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego, el pago de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación de la



presente reclamación, conforme a las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.

5º.- Elevar el expediente a la Comisión de Asuntos Disciplinarios de Autocontrol, a los efectos pertinentes.