

## **MOCIÓN AL GOBIERNO DE LA NACIÓN PARA QUE REGULE LA PUBLICIDAD DE LOS JUEGOS DE AZAR Y JUEGOS ADICTIVOS**

A/ATT. Alcalde-Presidente de la Corporación del Excmo. Ayuntamiento de Mérida.

A/ATT. Grupos políticos y Concejales sin adscripción de la Corporación del Excmo. Ayuntamiento de Mérida.

**D. Juan Luis Lara Haya** con DNI 09187849-Q, como, Concejales del Ayuntamiento de Mérida y con domicilio a efectos de notificación: El Registro del Ayuntamiento, Plaza de España, 1, 06800 Mérida. En virtud del artículo 54 del Reglamento Orgánico del Pleno del Ayuntamiento de Mérida.

### **EXPONE**

La Ludopatía es un trastorno reconocido por la Organización Mundial de la Salud (OMS) que lo recoge en su clasificación Internacional de Enfermedades en el año 1992. Las estimaciones, según expertos, son discutidas, pero entre un 2% y un 3% de la población española va camino de ser ludópata, y ante las nuevas ofertas de juego (más fáciles y directas a través de Internet), y los medios de comunicación, hacen que el esfuerzo de control y prevención para ayudar a las personas que pueden desarrollar esta enfermedad, especialmente en la adolescencia y la juventud, sea totalmente insuficientes.

Tanto La sociedad civil, las diferentes asociaciones y la Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados advierten que el número de afectados por esta enfermedad ha aumentado de manera considerable en los últimos años, produciéndose gastos desproporcionados, tanto en juegos de apuestas legales como ilegales. De no atajar el problema podríamos llegar a tasas de adicción que rozan el 13% como ocurre Tailandia y Taiwán.

A pesar de la aceptación y de la promoción social de la actividad que genera una imagen de los juegos de apuestas como actividades de ocio, diversión, distracción y asociadas a alegría y fortuna, como si no provocasen efectos en la salud mental de los participantes, se puede evidenciar una primera contradicción. Las autoridades, al prohibir el uso a menores de edad, ya aceptan, implícitamente, la peligrosidad de los juegos de apuestas y eso desmonta muchas explicaciones e intentos de atribuir toda la responsabilidad al jugador, como único responsable del trastorno que padece.

Según alerta la FEJAR y Patim, entidades especializadas en el tratamiento de adicciones, el gasto en publicidad realizado por los operadores en España durante el último trimestre del año pasado es de 31,72 millones de euros, lo que supone un aumento respecto al trimestre anterior del 62,57 %, según los datos recogidos por la Dirección General de Ordenación del Juego, dependiente del Ministerio de Hacienda. Hay, por tanto, una relación directa entre la inversión privada en publicidad y el aumento de la tasa de juego patológico en España.

Pese a todo lo expuesto, más de 5 años después de la aprobación de la Ley 13/2011, de regulación del Juego, la última modificación de la LRJ supone una simple modificación de tasas.

La Asociación Extremeña de Jugadores en Rehabilitación, AEXJER ha observado un incremento del juego en nuestra ciudad, sobre todo en jóvenes de entre 14 y 26 años, que según su presidente D. Antonio Regalado es atribuible a factores muy concretos: la publicidad sin restricción horaria, el patrocinio de eventos deportivos por los operadores del juego, el uso de los “ganchos” que unas veces son figuras del deporte o famosos, y otras son individuos más prosaicos que buscan a nuestros jóvenes en las calles y los incitan a jugar en los establecimientos de juego que últimamente proliferan en Mérida de forma desmedida superando los ratios que ellos mismos estiman de 1 por cada 60.000 hab.

AEXJER también nos advierte del grave perjuicio que causa el juego patológico no ya en quien lo practica sino en su entorno familiar, social y laboral, sobre todo si se tiene en cuenta que esta adicción tiene un componente de impacto económico brutal para el adicto y su entorno inmediato que arruina familias y negocios. Este es un componente que no se da en otras adicciones o se da en menor medida

El Art. 7, de la LRJ que propugnaba una norma reglamentaria que delimitara el ámbito de la publicidad, de la actividad promocional, y del patrocinio de los juegos de azar, **sigue sin desarrollarse**. De hecho, La empresa que pretende ser autorizada debe exponer ciertos compromisos para “autorregular” su acción publicitaria, promocional, y en general, de responsabilidad social, partiendo de la base de que la realización de la actividad de los juegos de azar conlleva ciertos “riesgos sociales” y se escriben, en la ley (**desgraciadamente**) tan sólo a modo de “Código ético”.

Entendemos que estos compromisos no son “libres” sino obligatorios y deben fundamentarse en ciertos principios legales que previamente hayan sido diseñados.

Por todo ello se somete al Pleno de la corporación el siguiente

#### **ACUERDO**

Único: El Excmo. Ayuntamiento de Mérida insta al Gobierno de la Nación a que regule la publicidad de las actividades de juego establecidas en los artículos 2 y 3 , desarrollando los presupuestos establecidos en los artículos 7 y 8 de la Ley 13/2011, de regulación del Juego de forma equivalente que en los casos de la publicidad destinada al tabaco y al alcohol.

Fdo. En Mérida a 27 de febrero de 2017