



## CRITERIO INTERPRETATIVO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO EN RELACIÓN CON LA APLICABILIDAD DEL APARTADO 3 DE LA NORMA 8 DEL CÓDIGO DE CONDUCTA SOBRE COMUNICACIONES COMERCIALES DE LAS ACTIVIDADES DE JUEGO A LAS LOTERÍAS PRESORTEADAS

---

La norma ética 7 del Código de Conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego relativa a la protección de menores, y aplicable a todas las comunicaciones comerciales sin distinción entre modalidades o tipos de juego, establece que *“El público menor de edad es un público que por sus características de inmadurez, credulidad, facilidad de persuasión y sugestión resulta especialmente vulnerable frente a la publicidad y el resto de comunicaciones comerciales, y, como tal, merecedor de una especial protección en este ámbito. En consecuencia, no se permitirán comunicaciones comerciales o autopromociones que: (...) 7.6 Sean dirigidas a menores de 18 años”*.

El primer párrafo de la norma ética 8 del Código de Conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego relativa a la protección de menores, y aplicable a todas las comunicaciones comerciales sin distinción entre modalidades o tipos de juego, establece que *“Además de respetar las disposiciones aplicables sobre comunicaciones comerciales y de autopromoción contenidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y, en particular, las previsiones del artículo 7 sobre los derechos del menor, se prestará especial atención al horario de emisión de las comunicaciones comerciales y autopromociones de la actividad de juego y se tendrán en cuenta aquellos programas o bloques de programación destinados específica o primordialmente al público infantil junto a los que se emite o se inserte la misma. A los efectos de este Código, se entenderá por programas destinados al público infantil los clasificados y señalizados como “especialmente recomendado para la infancia” y “no recomendado para menores de siete años”, en conformidad con el Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia al que se remite el artículo 7 de la citada Ley”*.

Ninguno de los apartados (1 a 5) de la norma ética 8 del Código de Conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego, que contienen las especificidades aplicables a tales comunicaciones comerciales en materia de comunicación audiovisual y en particular las reglas horarias y de emisión dentro o junto a programas dirigidos a niños, distinguiendo distintos tipos de intensidades según los diferentes juegos, recoge expresamente las loterías presorteadas.

La falta de inclusión expresa de las loterías presorteadas en ninguno de estos apartados de la norma ética 8, única modalidad o tipo de juego en tal situación, no responde, teniendo en cuenta la finalidad tuitiva del Código de Conducta y la aplicabilidad del resto de previsiones contenidas en el mismo a las loterías presorteadas, a la voluntad de dejar de incluir este juego en ninguno de los supuestos específicos en materia de comunicación audiovisual que para los distintos juegos establecen dichos apartados.

El artículo 3 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego al definir la actividad de loterías hace referencia tanto a las loterías de efecto diferido como a las instantáneas o presorteadas, estableciendo dicho artículo expresamente: *“A efectos de esta Ley, los términos que en ella se emplean tendrán el sentido que se establece en el presente artículo. (...)”*

*b) Loterías. Se entiende por loterías las actividades de juego en las que se otorgan premios en los casos en que el número o combinación de números o signos, expresados en el billete, boleto o su equivalente electrónico, coinciden en todo o en parte con el determinado mediante un sorteo o evento celebrado en una fecha previamente determinada o en un programa previo, en el caso de las instantáneas o presorteadas. Las loterías se comercializarán en billetes, boletos o cualquier otra forma de participación cuyo soporte sea material, informático, telemático, telefónico o interactivo.”*

En consideración a lo anteriormente señalado y dado que el marco jurídico actual, legal o reglamentario, no establece precisión o distinción alguna en relación con el régimen a aplicar a ambos tipos de lotería, en particular en materia de comunicaciones comerciales, la Dirección General de Ordenación del Juego entiende que las loterías presorteadas deben considerarse incluidas en el apartado 3 de la norma ética 8 del Código de Conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego, en el que dicho apartado consigna expresamente la regla aplicable a las loterías de efecto diferido, el cual, se transcribe a continuación:

***“8 Principios de autorregulación de las comunicaciones comerciales en los servicios de comunicación audiovisual.***

*(...)*

*3. Las comunicaciones comerciales y autopromociones de concursos incluidos en un programa cuya calificación por edades no sea “no recomendado para menores de dieciocho años”, de loterías con efecto diferido, de juegos complementarios y de rifas no tendrán restricciones horarias siempre y cuando no sean emitidas junto o insertadas en programas dirigidos específica o primordialmente al público infantil. “*