

**PRINCIPIOS DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL,  
DE JUEGO SEGURO Y DE  
PROTECCIÓN DE MENORES  
DE EDAD (REAL DECRETO  
958/2020, DE 3 DE NOVIMBRE,  
DE COMUNICACIONES  
COMERCIALES DE LAS  
ACTIVIDADES DE JUEGO)**



**consumo  
responde**

¿Has hecho ya tu consulta?

**LÍNEA GRATUITA 900 215 080**  
consumoresponde.es  
consumoresponde@juntadeandalucia.es

Se consideran **contrarias al principio de responsabilidad social** y quedan prohibidas, en particular las comunicaciones comerciales que:

- Inciten a actitudes o comportamientos antisociales o violentos de cualquier tipo, discriminatorios por razones de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, opinión o convicción, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, enfermedad, o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.
- Inciten a actitudes o comportamientos humillantes, denigratorios o vejatorios.
- Asocien, vinculen, representen o relacionen de forma positiva o atractiva las actividades de juego con actividades o conductas ilícitas o perjudiciales para la salud pública, así como con aquellas que den lugar a daños económicos, sociales o emocionales.
- Desacrediten a las personas que no juegan u otorguen una superioridad social a aquellas que juegan.
- Incluyan mensajes que desvaloricen el esfuerzo en comparación con el juego.
- Realicen apelaciones expresas a que la persona receptora de la comunicación comercial comparta con otras personas el mensaje previsto en la comunicación comercial.
- Transmitan tolerancia respecto al juego en entornos educativos o de trabajo.

- Sugieran que el juego puede mejorar las habilidades personales o el reconocimiento social.
- Incluyan contenido sexual en las comunicaciones comerciales, vinculen el juego a la seducción, el éxito sexual o el incremento del atractivo.
- Presenten el juego como indispensable, prioritario o importante en la vida.
- Presenten la familia o las relaciones sociales como secundarias respecto del juego.
- Utilicen representaciones gráficas del dinero o de productos de lujo.

Se consideran **contrarias al principio de juego seguro** y quedan prohibidas, en particular, las comunicaciones comerciales que:

- Inciten a la práctica irreflexiva o compulsiva del juego, o bien presenten los anteriores patrones de juego como prácticas estimulantes o atractivas.
- Presenten ofertas de préstamos a las personas participantes en el juego o cualquier otra modalidad de crédito o bien, deriven a enlaces u otros sitios en los que se ofrezcan préstamos o créditos de forma rápida e instantánea.
- Sugieran que el juego puede ser una solución o una alternativa a problemas personales, educativos, profesionales o financieros.
- Asocien, vinculen o relacionen las actividades de juego con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social, deportivo o profesional.

- Induzcan a error sobre la posibilidad de resultar persona premiada o sugieran que la repetición del juego aumenta la probabilidad de ganar.
- Sugieran que la habilidad o la experiencia de la persona participante en el juego eliminará el azar de que depende la ganancia, o apelen a los conocimientos, perseverancia, competitividad o instinto de aquella, o a su dominio de la plataforma de apuestas de la entidad operadora, como elementos determinantes del éxito en la actividad de juego.
- Se dirijan específicamente a personas autoprohibidas o autoexcluidas.
- Presenten o asimilen la actividad de juego como una actividad económica o de inversión financiera, o una alternativa al empleo, o una forma de recuperar las pérdidas económicas de cualquier tipo.

Se consideran **contrarias al principio de protección de menores de edad** y quedan prohibidas, en particular, las comunicaciones comerciales que:

- Inciten directa o indirectamente a personas menores de edad a la práctica del juego, por sí mismas o mediante terceras personas.
- Resulten, por su contenido o diseño, racional y objetivamente aptas para atraer la atención o el interés particular de las personas menores de edad, incluyendo las mascotas de marca o sintonías destinadas específica o principalmente a menores de edad.
- Exploten la especial relación de confianza que las personas menores de edad depositan en sus padres, madres, profesores, profesoras, u otras personas.

- Utilicen la imagen, voz u otras características inherentes a las personas menores de edad o a personas caracterizadas para parecer menores de edad.
- Presenten la práctica del juego como una señal de madurez o indicativa del paso a la edad adulta.
- Se difundan o emplacen en medios, programas o soportes, cualquiera que éstos sean, destinados específica o principalmente a menores de edad.
- Se inserten en aplicaciones, páginas web, o contenidos digitales dirigidos específica o principalmente a menores de edad, o bien junto a vínculos de páginas web destinadas a ese mismo público.
- Se difundan o emplacen en el interior o exterior de salas u otros espacios destinados al público, cuando en los mismos se desarrollen proyecciones de obras cinematográficas o representaciones teatrales o musicales a los que pueden acceder menores de edad.
- Se difundan o emplacen en el interior o exterior de estadios, salas o recintos deportivos, cuando en los mismos se celebren acontecimientos o competiciones cuya participación esté restringida en exclusiva a menores de edad.
- Se refieran a apuestas sobre eventos cuya participación esté restringida en exclusiva a menores de edad.



# consumo responde

¿Has hecho ya tu consulta?

—  
LÍNEA GRATUITA 900 215 080

[consumoresponde.es](http://consumoresponde.es)

[consumoresponde@juntadeandalucia.es](mailto:consumoresponde@juntadeandalucia.es)



**Junta de Andalucía**