



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/18440

15/07/2020

45373

AUTOR/A: TRÍAS GIL, Georgina (GVOX); GARRIGA VAZ DE CONCICAO, Ignacio (GVOX); DE MEER MÉNDEZ, Rocío (GVOX); RODRÍGUEZ ALMEIDA, Andrés Alberto (GVOX); STEEGMANN OLMEDILLAS, Juan Luis (GVOX); SALVÁ VERD, Antonio (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, se indica lo siguiente:

En relación con la participación de los operadores en las comisiones mixtas que realizan el seguimiento del cumplimiento de los códigos de conducta suscritos por la autoridad encargada de la regulación el juego debe señalarse, en primer lugar, que la adhesión de los operadores de juego a esos códigos de conducta y, por tanto, su sujeción al contenido y a los postuladores recogidos en esos códigos, es, siempre y en todo caso, de carácter voluntario.

Ello implica que todos aquellos operadores de juego que decidan no adherirse a esos sistemas de autorregulación no se verán compelidos a ajustarse a lo que en ellos se dispone.

Así, en tanto en cuanto el modelo de autorregulación es de carácter voluntario para los operadores de juego, carece de sentido permitir que aquellos operadores que han decidido no adherirse a un determinado código de conducta suscrito por la autoridad encargada de la regulación del juego y, por tanto, no se ajustan a su contenido, puedan supervisar su cumplimiento a través de su presencia en la comisión mixta habilitada para ejercer esa función.

Por otro lado, la participación de las asociaciones de consumidores y usuarios en las comisiones mixtas que supervisan un código de conducta suscrito por una autoridad reguladora determinada es una práctica habitual en esta clase de comisiones. Su presencia se vincula, entre otras razones, a la conveniencia de que los consumidores y usuarios, receptores de la actividad publicitaria, puedan ver representados sus intereses de manera adecuada en esta clase de órganos.



En este caso, a esta clase de organizaciones no se les exige la adhesión a un código de conducta porque esta clase de códigos disciplinan, a través de un modelo de corregulación publicitaria de carácter voluntario y no preceptivo, el comportamiento publicitario de entidades que, en uno o en otro sentido, realizan, emiten, emplazan o difunden comunicaciones comerciales sobre un sector de actividad económica determinado (en este caso el juego regulado en la Ley 13/2011), y las organizaciones de consumidores y usuarios, como puede deducirse de esta contestación, no ostentan ese papel.

Madrid, 17 de septiembre de 2020

