

NO LIMITA LA PUBLICIDAD

Exludópatas denuncian falta de límites en nueva normativa de juego en línea

EFE - Miércoles, 4 de Junio de 2014 - Actualizado a las 16:23h.



BARCELONA. Esta regulación, que no establece un límite de apuestas ni en tiempo ni en dinero, como tampoco un máximo del premio, posibilitaría la existencia de publicidad sobre esta modalidad de juego y marcaría un margen para que ésta pudiera establecerse en locales públicos.

Según el presidente de ACENCAS, Francesc Perendreu, "está en juego la salud de miles de familias", ya que, considera, "es mucho más peligroso el juego en línea que el presencia si además no está regulado coherentemente" ya que es de mucho más fácil acceso y facilitan el juego a crédito, cosa que disminuye la percepción de pérdida real de dinero.

Otros argumentos que apunta Perendreu son el hecho de que el ludópata en línea "es invisible", es decir, que no tiene el hándicap de salir a la calle y ser visto y de que esta modalidad permite poder jugar 24 horas del día, los 365 al año sin ningún límite de horario o tiempo.

Las principales demandas de ACENCAS son que la nueva normativa establezca un máximo de tiempo y dinero en las apuestas del jugador, que no se pueda jugar desde establecimientos físicos y que se limite la cantidad de bote que se pueda ganar.

En este sentido, Francesc Perendreu apunta que se podría estar hablando de botes de ocho, nueve y diez millones de euros, cuando la actual regulación del juego físico establece que el límite de premio sea de 500 euros en máquinas tragaperras, 3.000 en casinos y hasta 5.000 en salones de juego.

"Uno de los alicientes de un ludópata es lo que se llama 'fantasía de recuperación', es decir, un jugador apuesta el máximo de bote ofertado con la impresión de que al ganarlo recuperará lo invertido", ha afirmado el portavoz de ACENCAS, que ha concluido que "si el premio es ilimitado, la fantasía de juego también lo es".

Asimismo, Perendreu ha enfatizado que, sin regulación, este límite puede llegar a ser "infinito" ya que las empresas "van a empezar a competir entre ellas por poner botes más altos con el objetivo de atraer clientes"