

Nuevas obligaciones y especificaciones técnicas para los mensajes de advertencia en todas las comunicaciones comerciales de las actividades de juego.

La DGOJ ha iniciado oficialmente el procedimiento administrativo para aprobar la resolución que fijará las especificaciones técnicas de los nuevos mensajes “preventivos”, y ha publicado el acuerdo de inicio de procedimiento, así como la Memoria sobre el Proyecto de Resolución.

El plazo para realizar aportaciones está abierto hasta el próximo 26/11/2025, pudiendo remitirse las mismas al correo electrónico dgoj.sgregulacion@ordenacionjuego.gob.es

Objeto de la norma:

Se busca reforzar la protección al consumidor, la prevención de conductas adictivas y el juego seguro, en línea con lo previsto en la Ley 13/2011 y el Real Decreto 958/2020, sustituyendo el mensaje “juega con responsabilidad” por avisos mucho más explícitos sobre riesgos del juego.

Quiénes están afectados:

Operadores de juego online y presencial, agencias de publicidad, medios de comunicación y afiliados que difundan comunicados comerciales del sector.

Contenido obligatorio de los mensajes:

Todas las comunicaciones comerciales deberán incluir mensajes explícitos sobre los efectos dañinos de la ludopatía y el comportamiento de riesgo.

Ejemplos de los mensajes obligatorios:

- «La ludopatía es un riesgo del juego»
- “La probabilidad de ser un jugador que pierde dinero es del 75%”
- “Las pérdidas del total de jugadores superan en 4 veces sus ganancias”

Además, es obligatorio advertir que el juego es solo para mayores de 18 años e indicar la web de “juego seguro” de la DGOJ.

Especificaciones técnicas de presentación:

Los mensajes tendrán requisitos de forma, tamaño, visibilidad, contraste y duración, ajustados según el soporte (TV, internet, apps, medios impresos).

En audiovisuales deben ser orales al final y la advertencia de edad debe aparecer en banda inferior ocupando mínimo el 15% de la pantalla.

En medios digitales (banners, ventanas emergentes...) los avisos deben ser permanentes, en bandas inferiores visibles, ocupando al menos el 15% del espacio. Al acceder, aparece una ventana emergente con el mensaje, visible mínimo cinco segundos.

Para soportes pequeños, se permite un mensaje más abreviado: «El juego es un riesgo».

En comunicaciones radiofónicas de concursos, se exceptúa la obligación del mensaje de riesgo.

Régimen transitorio:

Los contratos publicitarios previos tendrán tres meses, desde la publicación en el BOE, para adaptarse. Los operadores deberán revisar materiales gráficos, audiovisuales y digitales, modificar contratos y actualizar sus políticas internas de cumplimiento.

Estado del procedimiento:

Actualmente en información pública; se pueden presentar alegaciones hasta el 26 de noviembre de 2025 a través de email.

Impacto previsto:

Supone un reforzamiento significativo de la regulación publicitaria, exigiendo adaptación integral de campañas y estrategias de comunicación a todos los operadores.

<https://www.ordenacionjuego.es/novedades/informacion-publica-sobre-proyecto-resolucion-dgoj-se-aprueban-establecen>

