

PROYECTO DE LEY

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de ley,

PREVENCIÓN DE LA CIBERLUDOPATÍA

Capítulo 1. Disposiciones generales.

Artículo 1.- Objeto. Esta ley tiene como objetivo establecer un marco regulatorio integral para la identificación, prevención, y mitigación de la ciberludopatía, a través del desarrollo y la implementación de herramientas específicas destinadas a la protección de individuos que la padecen.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación. Las disposiciones de esta ley se aplicarán en toda la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, abarcando todas las entidades y personas humanas o jurídicas que operen dentro de su jurisdicción.

Las disposiciones previstas por la presente ley alcanzarán tanto las actividades de publicidad, promoción o fidelización practicada por:

- a) Las empresas autorizadas para prestar el servicio de juego online conforme la Ley N° 538, conforme los límites de su autorización;
- b) Las empresas que tengan operaciones administrativas, económicas o tengan establecimiento en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- c) Las personas humanas o jurídicas con domicilio o residencia efectiva en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; y
- d) Las empresas que exploten agencias de juego no autorizadas conforme la Ley N° 538, que practiquen la oferta del servicio de juegos de apuesta en línea a ciudadanos con domicilio en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 3.- Autoridad de aplicación. La Autoridad de aplicación de la presente ley será definida por el Poder Ejecutivo al momento de la reglamentación.

Artículo 4.- Fines. La presente ley perseguirá los siguientes fines:

- a) El relevamiento y sondeo de la prevalencia de adicciones comportamentales compatibles con la definición de ciberludopatía, identificando componentes territoriales, sociales, etarios, de género y otros datos que sean de interés para la actividad de prevención;
- b) La elaboración de diagnósticos basados en la evidencia relevada y estableciendo pautas que permitan hacer un seguimiento de la evolución de los resultados y métodos específicos para la evaluación del impacto de las medidas de prevención;
- c) Promover la aplicación de medidas de prevención de la ciberludopatía por parte de la Autoridad de aplicación y de la participación de la comunidad en la implementación de dichas medidas a los efectos de obtener mejores resultados de eficacia social y epidemiológica;
- d) La prohibición de toda forma de publicidad, promoción o fidelización problemática de la actividad del juego online en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 5.- Definiciones. A los efectos de la presente ley, se entenderá por:

- a) Ciberludopatía: modalidad de adicción comportamental consistente en conductas excesivas en relación con el juego en línea o modalidades de gamificación de actividades de apuestas en línea. Las conductas se caracterizan por la tendencia irreprimible y continuada a la repetición de una conducta perjudicial para la persona que la presenta o también para su entorno familiar, social y laboral directo, por la incapacidad de controlarla y por el mantenimiento de la conducta a pesar de sus consecuencias perjudiciales;
- b) Publicidad: la divulgación o el anuncio de las mismas cualquiera sea el medio utilizado para tal fin fuera de los establecimientos y/o agencias o plataformas de juego en línea.
- c) Promoción: las actividades consistentes en la entrega de bienes o en la prestación de servicios con carácter gratuito o por precio inferior al de mercado.
- d) Acciones de fidelización: todas aquellas acciones consistentes en la entrega de beneficios a la experiencia de juego o bienes susceptibles de valoración económica, durante el ejercicio de actividades de publicidad o campañas de promoción, ya sean ejecutadas directamente por las entidades operadoras de juegos de apuestas en línea o a través de terceros, cuyo propósito es incentivar la permanencia, lealtad, y aumento en la frecuencia y volumen de participación de los usuarios en actividades de juego de apuestas.
- e) Influencer: aquella persona que, mediante el uso de plataformas digitales, redes sociales o medios tradicionales de comunicación, ejerce un grado significativo de influencia sobre una audiencia amplia y diversificada, logrando impactar en las decisiones de consumo, opiniones y comportamientos de sus seguidores.
- f) Gamificación de juegos de apuestas en línea: la integración de elementos y técnicas propias de los videojuegos, tales como puntos, niveles, misiones, tablas de liderazgo, y recompensas, en plataformas de apuestas digitales, con el objetivo de aumentar la participación, el compromiso y la retención de los usuarios.
- g) Juego de Botín o microtransacciones: la gamificación por medio de mecanismos que, utilizando pagos, ofrecen al usuario artículos virtuales aleatorios o producto del azar, los cuales pueden influir en la experiencia de juego o tener un valor económico en mercados secundarios.
- h) Opciones binarias: la gamificación de apuestas en línea que simulan o reproducen la actividad de los mercados financieros o de derivados consistentes en promover que los usuarios procedan a especular sobre la dirección del precio de un activo subyacente en un período de tiempo breve y predeterminado.

Capítulo 2. Prohibiciones especiales.

Artículo 6.- Juegos ilegales. Prohíbese la instalación de establecimientos y/o la autorización de juegos de apuestas en línea consistentes en la modalidad de opciones binarias y de la modalidad de microtransacciones o juegos de botín.

El incumplimiento de la presente prohibición será pasible de las sanciones previstas en el Capítulo V de la Ley 1.472.

Las plataformas que consideren que no se encuadran dentro de las modalidades de juego restringidas podrán solicitar una revisión a la Autoridad de Aplicación, la cual deberá proveer un procedimiento claro y un plazo no mayor a los noventa (90) días para su resolución.

Artículo 7.- Gamificación. Las modalidades aprobadas de juego de apuestas en línea conforme la Ley N° 538, tienen prohibidas las modificaciones e incorporaciones a los juegos de apuestas en línea autorizados por autoridad competente que incluya alguna o algunas de las siguientes estrategias de gamificación:

- a) Recompensas basadas en la cantidad de tiempo que un usuario pasa jugando sin descanso.
- b) Sistemas que otorgan puntos o permiten a los usuarios subir de nivel basándose exclusivamente en la cantidad de dinero apostado.
- c) La venta o distribución de cajas de botín cuyas probabilidades de otorgar premios no son claras para el usuario.
- d) Mecanismos que generan una necesidad intempestiva de jugar para obtener recompensas aleatorias.
- e) Bonificaciones o recompensas por realizar depósitos consecutivos en un corto período de tiempo.
- f) Organizar eventos especiales que presionan al jugador para realizar apuestas en un plazo muy corto.
- g) Fomentar la competencia entre usuarios a través de tablas de clasificación o desafíos que premian a los que más apuestan o ganan.
- h) Incorporar elementos culturales extraídos de redes sociales y/o videojuegos populares entre adolescentes y jóvenes.

Las presentes prohibiciones son incorporadas a las habilitaciones correspondientes de los juegos de apuesta en línea.

Artículo 8.- Publicidad o promoción problemática. Se prohíbe en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires realizar acciones o prestar servicios de publicidad y/o promoción cuyo objetivo o efecto, directo o indirecto, sea la promoción de la ciberludopatía, respecto de cualquier producto o servicio.

Se entiende que estas acciones o actividades promueven la ciberludopatía cuando:

- a) La publicidad o promoción que incorpore estrategias de gamificación en el que se comprometan pagos por parte del usuario a modo de botín o microtransacción respecto de recompensas aleatorias o producto del azar; y/o
- b) La publicidad o promoción que incorpore estrategias de gamificación para la obtención de premios aleatorios susceptibles de valorización en los juegos de apuestas en línea autorizados.

Las personas que realicen estas acciones o actividades prohibidas, serán susceptibles de recibir las sanciones previstas en el Capítulo V de la Ley 1.472, según corresponda.

Artículo 9.- Fidelización. Se prohíbe en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires cualquier actividad de fidelización respecto de juegos de apuestas en línea.

Las personas humanas o jurídicas que realicen dichas actividades serán susceptibles de recibir las sanciones previstas en el Capítulo V de la Ley 1.472, según corresponda.

Capítulo 3. Plan de Prevención

Artículo 10.- Planificación. La Autoridad de aplicación procederá a elaborar el Plan Estratégico de Prevención de la Ciberludopatía. Para ello deberá elaborar un diagnóstico respecto de la percepción, prevalencia y composición epidemiológica de ciberludopatía en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que será el sustento para la implementación de las políticas públicas. Dicho diagnóstico deberá actualizarse periódicamente conforme la metodología aprobada por la Dirección de Censos y Estadísticas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

A partir del diagnóstico elaborado, la Autoridad de aplicación debe diseñar un Plan Estratégico interministerial e interdisciplinario para proceder a un abordaje integral, teniendo como ejes la prevención, la asistencia, el fortalecimiento de los espacios territoriales y las herramientas comunitarias y normativas para prevenir la ciberludopatía.

Capítulo 4. Manual de Buenas Prácticas de Comunicadores

Artículo 11.- Buenas Prácticas. Crease el Manual de Buenas Prácticas de Comunicadores respecto de la actividad de publicidad del juego en línea destinado a los influencers, medios de comunicación y usuarios a los efectos de prevenir la promoción de la ciberludopatía.

El Manual consistirá en lineamientos destinados a ordenar una comunicación responsable del juego en redes sociales y demás medios de comunicación.

Artículo 12.- Procedimiento de redacción y actualización. El Manual de Buenas Prácticas de Comunicadores, será confeccionado conforme un procedimiento transparente, abierto y participativo.

La Autoridad de aplicación deberá convocar para la primera publicación y sus posteriores modificaciones, a mesas de trabajo comunitarias. Las mesas concluirán su labor con la publicación de los lineamientos del Manual o sus modificaciones, según corresponda.

La publicación de los lineamientos en el Boletín Oficial y en la plataforma digital que utilice el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, dará inicio a un período de veinte (20) días corridos para la presentación de observaciones y comentarios por parte de cualquier persona con domicilio en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Los comentarios y observaciones serán considerados por la Autoridad de aplicación al momento de redactar el Manual o sus respectivas modificaciones, teniendo un plazo máximo de noventa (90) días corridos para hacer la publicación.

Artículo 13.- Incumplimiento. Las personas humanas o jurídicas que incumplan con las normas incorporadas en el Manual de Buenas Prácticas de Comunicadores, serán incorporadas al listado público de incumplimiento que será confeccionado y actualizado por la Autoridad de aplicación.

El mismo será accesible desde la página web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, otorgando suficiente difusión del mismo.

Capítulo 5. Manual de Buenas Prácticas para Videojuegos

Artículo 14.- Lineamientos para el videojuego. Crease el Manual de Buenas Prácticas para Videojuegos, redactado por la Autoridad de aplicación y dirigido tanto a usuarios, organizadores de eventos, y a desarrolladores y diseñadores de juegos digitales o aplicaciones.

La Autoridad de aplicación publicará los lineamientos de buenas prácticas y convocará a particulares interesados en la industria de creación de videojuegos o aplicativos, a los efectos de obtener sus observaciones y comentarios. Los mismos serán contemplados al momento de la redacción o actualización del Manual.

Artículo 15.- Contenido mínimo. Este Manual deberá contemplar, como mínimo, lo siguiente:

- a) Directrices de Diseño Responsable: Se definirán las buenas prácticas en el diseño de software y algoritmos para juegos y plataformas digitales, enfocándose en la implementación voluntaria de mecanismos que promuevan la transparencia, la equidad y la prevención del juego compulsivo.
- b) Fomento de una Cultura de Juego Responsable: Se promoverán iniciativas y programas que alienten a los usuarios a adoptar prácticas de juego responsable, incluyendo la implementación de períodos de silencio digital voluntarios y autoimpuestos, con el objetivo de mitigar riesgos de adicción y sobreexposición a juegos.
- c) Identificación y Prevención de Conductas Problemáticas: Se establecerán criterios y herramientas para la detección temprana de patrones de juego compulsivo o problemático entre usuarios de juegos.

Artículo 16.- Identificación de alertas. La Autoridad de aplicación establecerá una serie de parámetros o características de alerta que serán incluidas en el Manual. Las alertas versarán respecto del nivel de atención que los responsables de niños, niñas y adolescentes deben tener respecto de determinados juegos.

Para elaborar una definición jurídica que abarque las interacciones en línea, mecanismos de gasto, accesibilidad a contenidos adicionales, y otras áreas de relevancia jurídica en el contexto de videojuegos y plataformas digitales, se podría considerar la siguiente redacción:

- a) Interacciones en Línea: Cualquier forma de comunicación digital entre usuarios dentro de videojuegos o plataformas digitales conexas.
- b) Mecanismos de Gasto: Todos aquellos sistemas implementados en videojuegos o plataformas digitales conexas que permiten al usuario realizar transacciones monetarias.
- c) Accesibilidad a Contenidos Adicionales: La capacidad de los usuarios para acceder, descargar o adquirir contenido adicional problemático no incluido en la versión original del videojuego.
- d) Controles Parentales: Herramientas y configuraciones disponibles en consolas de videojuegos, sistemas operativos, plataformas digitales y aplicaciones, diseñadas para permitir a los padres o tutores supervisar y gestionar el acceso de los menores a contenido, interacciones en línea, y mecanismos de gasto.
- e) Protección de Datos de Menores: Medidas y protocolos específicos orientados a salvaguardar la privacidad y los datos personales de usuarios menores de edad en videojuegos.

Artículo 17.- Publicidad. La Autoridad de aplicación publicará documentos de actualización respecto de las características de alerta detectadas en los diferentes videojuegos en tendencia o relevantes, para información de los padres y establecimientos educativos a los efectos de ampliar las acciones de prevención.

Los documentos deben ser accesibles desde la página web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, otorgando suficiente difusión del mismo.

Capítulo 6. Persecución del juego en línea clandestino

Artículo 18.- Fiscalía. Créase la Unidad Fiscal Especializada en Juego de Apuestas en el ámbito del Ministerio Público Fiscal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 19.- Competencia. Asignar a la Unidad Especializada en Delitos y Contravenciones Informáticas, a partir del 1° de marzo de 2024, la competencia exclusiva para intervenir en los casos vinculados con las contravenciones contempladas en el Título V de la Ley N° 1.472.

Asimismo, entenderá: a) en cualquier delito y/o contravención conexos y/o que sean derivación de las investigaciones en curso, incluso aquellos cuya competencia se asuma a partir de la doctrina sentada por el Tribunal Superior de Justicia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el precedente "Giordano"; b) cualquier delito o contravención cometido en el ámbito de las plataformas de juego de apuestas y/o agencias de apuestas, cuando el caso hubiese sido remitido a la Unidad Especializada en Juego de Apuestas por otro fiscal del fuero y fuese aceptada por aquella, o bien cuando hubiese sido asignado por el Fiscal de Cámara en el marco de una contienda de competencia; y c) cualquier delito o contravención vinculados al juego de apuestas que se tipifiquen con posterioridad al dictado de esta resolución, sea como figura autónoma o como modalidad comisiva de otros ya existentes, en cuyo caso habrán de aplicarse las previsiones del punto b).

Capítulo 7. Modificaciones normativas

Artículo 20. Modifíquese el Título V de la Ley N° 1.472, que quedará redactado del siguiente modo:

“TITULO V JUEGOS DE APUESTAS

CAPITULO UNICO JUEGOS DE APUESTAS

*Artículo 122 - Organizar y explotar juego -. Quien organiza o explota, sin autorización, habilitación o licencia o en exceso de los límites en que ésta fue obtenida, sorteos, apuestas o juegos, sea por procedimientos mecánicos, electromecánicos, electrónicos, informáticos, o por cualquier otro medio en los que se prometan premios en dinero, bienes muebles o inmuebles o valores y dependan en forma exclusiva o preponderante del alea, la suerte o la destreza, es sancionado/a con arresto de quince (15) a cuarenta y cinco (45) días **y una multa del equivalente al doble del beneficio ilícitamente obtenido desde el principio de ejecución de la conducta.***

*En caso de que la comisión de la conducta descripta precedentemente se realice con la cooperación de personas menores de dieciocho (18) años de edad o de funcionarios/as públicos con poder decisorio, se aplica la sanción de arresto de treinta (30) a sesenta (60) días, **y el equivalente a tres veces el beneficio ilícitamente obtenido desde el principio de la ejecución de la conducta.***

No son punibles las prácticas incluidas en el presente capítulo que por su insignificancia o por hallarse incorporadas por la costumbre o la tradición no importan peligro para la convivencia ni para el patrimonio de las personas

*Artículo 123- Promover -. Quien **realice actos de promoción o publicidad** respecto de los sorteos o juegos a que se refiere el artículo anterior, es sancionado/a con multa de veinte mil (\$ 20.000) a sesenta mil (\$ 60.000) pesos. **Quien participara en los beneficios de la actividad de juego, adicionalmente será sancionado/a con arresto de diez (10) a treinta (30) días y el***

equivalente a tres veces el beneficio ilícitamente obtenido por el desarrollo de la actividad.

En caso de que la comisión de la conducta descripta precedentemente se realice con la cooperación de menores de dieciocho (18) años de edad o de funcionarios/as públicos con poder decisorio, se aplica multa de treinta mil (\$ 30.000) a noventa mil (\$ 90.000) pesos o arresto de quince (15) a cuarenta y cinco (45) días.

En los casos en que la promoción o publicidad sea ejercida por parte de un influencer, es sancionado/a con multa equivalente al doble de lo obtenido en contraprestación por la publicidad o promoción ejercida.

Cuando, por la naturaleza de la plataforma y el contenido producido por el influencer sea dirigido con prominencia a niños, niñas o adolescentes, aún respecto de la promoción o publicidad de actividades de juego de apuestas en línea habilitados, la multa será de hasta tres veces de lo obtenido en contraprestación por la publicidad o promoción ejercida.

Artículo 124 - Violar reglamentación -. Quien desarrolla sorteos, apuestas o juegos permitidos o autorizados por las Leyes locales, en lugar distinto al indicado por la Ley o que de cualquier modo violen reglamentaciones al respecto, es sancionado/a con multa de diez mil (\$ 10.000) a treinta mil (\$ 30.000) pesos o arresto de cinco (5) a quince (15) días.

Quien administre las sociedades que incorporen herramientas de gamificación prohibidas en juegos de apuestas en línea autorizados por la autoridad competente, será sancionado con una multa equivalente a los ingresos obtenidos durante el último ejercicio, y la sanción de arresto establecida en el párrafo precedente.

Artículo 125 - Actividades de fidelización -. Quien desarrolle actividades de fidelización de juegos de apuestas en línea, será sancionado con una multa equivalente al doble de los ingresos obtenidos durante el último ejercicio.”

Artículo 21.- De forma. Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Señor Presidente,

La ludopatía es una problemática compleja que aqueja a la población global. Se estima que entre el 0,1% y el 5,8% de la población adulta a nivel mundial padece de ludopatía, es decir unas 458 millones de personas, el equivalente a toda la población de los Estados Unidos de América. Tan preocupante como ésta cifra es que, a pesar de que está prohibido, la ludopatía llega a los menores de 18 años y su modalidad de acceso más frecuente es a través de medios digitales y en línea, entrando en la definición de ciberludopatía.

La ludopatía en general, y la ciberludopatía en particular, es una afección socialmente disruptiva ya que afecta el normal funcionamiento de del entorno familiar, social y laboral del afligido. Esto conlleva que se desarrollen otras complicaciones complementarios en algunos casos, como la depresión, la ansiedad y las adicciones. Esto, a su vez, aumenta la presión sobre las familias y el sistema de salud para otorgarle al afectado la contención necesaria.

En el caso de los menores, estos reciben una primera adicción a la ciberludopatía a través de algunos juegos online. Obviamente están incluidos los juegos de apuestas en éste listado, pero también ocurre lo mismo con juegos que tienen incluidos mecanismos de microtransacciones, opciones binarias que imitan el funcionamiento de los mercados financieros, de loot box o de fidelización que exija requisitos de juego continuo para obtener beneficios con valor económico.

Las familias y las comunidades educativas de todo el país expresan su preocupación por el creciente incremento del juego de apuestas en la vida de los niños, niñas y adolescentes. Especialmente, estos últimos, a quienes, en buena medida, están dirigidas las estrategias de publicidad de juegos. Esta afirmación no se limita exclusivamente al juego de apuestas en línea autorizados por alguna de las autoridades competentes a nivel local e internacional, sino también a modalidades de juego que no son percibidas como juego de apuestas.

Se han motivado debates en las redes sociales sobre el impacto y alcances de ciertas publicidades. Se ha cuestionado la acción privada de muchos influencers respecto de este tipo de publicidades e incluso se ha cuestionado que dicha publicidad llegue a determinadas plataformas cuyos usuarios son, exclusivamente, niños, adolescentes y jóvenes. No es el objetivo de este proyecto exponer a personas específicas, sino dotar de un marco regulatorio claro para toda la comunidad que permita asociar lo moral y lo legal respecto de la publicidad de apuestas.

Las prohibiciones incluidas en la Ley de Ludopatía de la Ciudad de Buenos Aires, sean suficientes o no, se han centrado en la limitación respecto de las actividades realizadas por empresas con permiso de juego en línea. Sin embargo, el fenómeno ha crecido y se ha extendido sobre la vida privada de todos los usuarios. El contexto de crecimiento del ámbito digital privado ha hecho que el juego llegue a las manos de cualquier persona, sin restricciones reales de edad ni modalidades de pago.

Es cierto que estamos viviendo un contexto ideológico proclive a la libertad en todos los ámbitos y sin ningún límite. El extremo dogmatismo con el que se encaran las problemáticas sociales nos puede llevar a una falaz actitud de inacción frente a un problema del que volver atrás es más difícil.

No es cierto que haya un impacto cero en la publicidad, menos aún de ciertas estrategias de publicidad. Las técnicas de comportamiento, especialmente cuando se entrelazan con estrategias de marketing, juegan un papel crucial en la inducción de ciertos hábitos o consumos en las personas. Esta influencia es particularmente significativa en niños, niñas y adolescentes, cuya plasticidad cerebral y desarrollo cognitivo los hacen más susceptibles a tales estrategias.

La iniciativa conlleva una fase prohibitiva y otra de prevención. En lo que respecta a la prevención, se busca fortalecer los tipos contravencionales, empoderar a una Unidad Fiscal Especializada y desarrollar planes de acción. El objetivo es tener una acción proactiva en este tipo de casos e incluso buscar herramientas tales como requerir la desindexación de plataformas de juego de apuestas en línea no habilitadas por una autoridad competente o que realicen prácticas violatorias de las restricciones en la Ciudad de Buenos Aires.

En lo que es la fase prohibitiva de la norma, nos centramos en dos aspectos: los loot boxes y las opciones binarias, como modalidades de juego de apuestas -actualmente no reconocidos como tales- extremadamente perjudiciales. Por otro lado, se prohíbe la incorporación de modos de gamificación en los juegos de apuesta en línea habilitados.

Para fundamentar en términos jurídicos y de salud pública la prohibición de los juegos de botín (loot boxes) y de las opciones binarias, podemos basarnos en varios argumentos principales que abarcan la protección del consumidor, la prevención de la ludopatía y, si se quiere, garantizar la preservación del área de control de la Comisión Nacional de Valores respecto de la actividad financiera con captación de ahorros públicos.

Las loot boxes son mecanismos comerciales incluidos en programas informáticos de entretenimiento (videojuegos) que permiten al usuario adquirir, mediante pago directo con dinero real o mediante el uso de moneda virtual obtenida dentro del juego, el derecho a recibir elementos virtuales aleatorios. Estos elementos pueden tener o no valor dentro del juego, y su selección es determinada por un algoritmo aleatorio.

Las loot boxes pueden considerarse una forma de juego de apuestas o azar debido a su naturaleza aleatoria y la posibilidad de gastar dinero real para obtener una recompensa incierta. Este tipo de mecanismos son incorporados en videojuegos, en publicidades de marcas y/o en las propias estrategias de gamificación de los juegos en línea.

La naturalización de la exposición a mecanismos de juego de azar amplía el campo de llegada de dichas actividades y torna inoperativas a las cláusulas de protección a niños, niñas y adolescentes respecto de la ludopatía. Por ello, debemos llamar la atención respecto de la existencia de esta nueva modalidad de marketing e incluirla como lo que es: un juego de apuestas.

Por otro lado, las opciones binarias pueden ser definidas como contratos de derivados financieros que otorgan al comprador el derecho, pero no la obligación, de recibir un rendimiento fijo basado en la realización de un evento futuro predefinido, relacionado con el precio de un activo subyacente en un momento específico.

Esta modalidad de apuesta se funda en la alta volatilidad y estructura de "todo o nada", lo que puede llevar a pérdidas significativas en cortos períodos de tiempo. La opción binaria, como modo de juego, no se autoreconoce como un juego de apuestas, pero tampoco es reconocido como un modelo de captación del ahorro público mediante la oferta pública de dicho instrumento financiero.

La volatilidad, falta de transparencia y la poca razonabilidad de su modelo lo hacen incompatible con un instrumento financiero regulado por la Comisión Nacional de Valores. Asimismo, su presentación actual como un mecanismo de juego en el que se considera que un

determinado activo de los mercados va a subir o bajar en el minuto a minuto, ha logrado penetrar en el mundo de los más jóvenes.

La negociación compulsiva de opciones binarias necesita ser considerada una forma de juego en línea y, por tanto, una adicción al juego, dada la naturaleza especulativa y el alto riesgo de pérdida. Actualmente, hay muchas plataformas digitales que ofrecen este servicio sin ser alcanzadas por la regulación de la CNV ni por las propias de los juegos de apuestas, condenando a esos usuarios a la desprotección de su salud y/o sus ahorros.

Siguiendo la línea prohibitiva, se propone limitar de forma específica algunas estrategias de gamificación de los juegos de apuesta en línea autorizados para operar. La gamificación es incorporar elementos y principios de diseño de juegos en contextos no lúdicos, como las apuestas deportivas y otros juegos de casino en línea.

Estas modalidades buscan aumentar el compromiso y la participación del usuario mediante la incorporación de mecánicas de videojuegos, tales como la obtención de puntos, niveles, desafíos y recompensas. Desde la perspectiva de las teorías del comportamiento, la gamificación en las apuestas en línea puede entenderse a través de varios conceptos clave, como el condicionamiento operante, el refuerzo variable y el efecto Zeigarnik, entre otros. Estas estrategias no solo promueven un juego más compulsivo, sino que también tienen el potencial de atraer a personas más jóvenes.

El condicionamiento operante de Skinner se basa en la idea de que el comportamiento es una función de sus consecuencias. Las plataformas de apuestas en línea utilizan recompensas (como bonos gratis, tiradas o puntos de fidelidad) para reforzar el comportamiento de apuesta. Estas recompensas aumentan la probabilidad de que el usuario repita el comportamiento de apuesta, alentando potencialmente un ciclo de juego compulsivo.

En este mismo sentido, el refuerzo variable es una programación de reforzamiento donde las respuestas son recompensadas después de un número no predicho de respuestas. Las recompensas y ganancias en los juegos de apuestas son inherentemente variables. Esta incertidumbre mantiene a los usuarios enganchados, fomentando la repetición persistente del comportamiento de apuesta.

El efecto Zeigarnik sugiere que las personas recuerdan mejor las tareas incompletas o interrumpidas que las que han completado. Esta teoría está siendo revitalizada a partir de las estrategias de gamificación en el marketing y, por supuesto, en el juego en línea. Mediante la implementación de misiones, desafíos o niveles incompletos, los juegos de apuestas incitan a los usuarios a continuar jugando para "completar" estas tareas. Esto puede mantener a los jugadores más tiempo en la plataforma.

Asimismo, cuando hablamos de influencers, debemos tener presente algunos elementos que son propios de la formación de la mente de jóvenes y adolescentes. El impacto de la teoría del modelado o del aprendizaje social de Bandura plantea un serio problema en la tendencia a imitar conductas consideradas valiosas (en el sentido de otorgar valor a la persona a partir de un comportamiento).

La exposición al uso de determinado producto o servicio, el ir a determinados lugares y mostrar determinados comportamientos o hábitos son asimilados como formas validadas y aprobadas por el estándar de la sociedad. Esto es ampliamente explotado en el marketing, que enlazado con teorías como la de la exposición repetida de Zajonc, abren las puertas del compromiso humano al consumo.

Se pretende mostrar y generar una asociación mental entre el consumo del juego de apuestas con el estatus social de una persona que está formando su personalidad. Lo vuelve atractivo, parte de su participación en la estructura de socialización y, en consecuencia, "cool". Los

influencers son validadores de conductas, hábitos y consumos; ese es el lugar que se les da a una persona y por el que adquiere ese grado de influencia en un grupo social determinado.

Nuevamente, el objetivo de la iniciativa no es exponer a los influencers, sino facilitar un marco de convivencia donde lo legal sea coherente con lo moral, al menos en este aspecto tan confuso y que adquiere un alto nivel de daño potencial.

En consecuencia, las estrategias de gamificación apelan particularmente a usuarios más jóvenes, quienes están acostumbrados a los videojuegos y sus mecánicas. Elementos como la competencia, el progreso visible a través de niveles y las recompensas por logros específicos son todos familiares y atractivos para este grupo demográfico.

La prohibición de incorporar este tipo de mecanismos es muy relevante. Estas estrategias tienen la capacidad de bajar el umbral etario del juego de apuestas, promoviendo la participación de individuos más jóvenes, posiblemente antes de que tengan la madurez para comprender completamente los riesgos asociados con el juego.

Por todos estos motivos es que le solicitamos a esta Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, analizar, poner en consideración y sancionar el presente proyecto de ley.

Digitally signed by Hernan Leandro Reyes
Date: 2024.03.01 10:10:15 -03:00
Hernan Reyes
Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires