

PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO, POR EL QUE SE EXHORTA A LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONGRESO DE LA UNIÓN, PARA QUE CON BASE EN SUS RESPECTIVAS ATRIBUCIONES, SE REGULE LA PUBLICIDAD DE LAS CASAS DE APUESTAS UTILIZADA EN LOS EVENTOS DEPORTIVOS, PARA QUE SE PROMUEVA EL USO RESPONSABLE DE LAS MISMAS, A CARGO DEL DIPUTADO BRAULIO LÓPEZ OCHOA MIJARES, COORDINADOR DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO.

El que suscribe, Braulio López Ochoa Mijares Diputado Federal y a nombre de las y los integrantes del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano en la LXV Legislatura en la Cámara de Diputados, con fundamento en lo señalado en los artículos 78, párrafo segundo, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y los artículos 116 y 122, numeral 1 de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, así como los artículos 58 y 60 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, someten a la consideración de la Comisión Permanente la presente Proposición con Punto de Acuerdo, con base en la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Las casas de apuestas son compañías que proveen de servicios de apuestas y de juegos de azar, bajo la modalidad de apuestas deportivas, ya sea de forma presencial o en línea, así como juegos de casino, bingo, etc.

En la actualidad las casas de apuesta online son las más populares, ya que para emitir una apuesta no se requiere ir a un lugar físico, tan sencillo como ingresar a la página web del sitio, registrarse de forma gratuita y puedes comenzar a apostar.

En las casas de apuestas, hay diversidad de apuestas, sin embargo, son las del tipo deportivo las que más llaman la atención ya que, estas cuentan con un número de mercados y cuotas muy amplio.

En México, durante los últimos 20 años se han dado pasos para la regulación de los negocios de apuestas debido al crecimiento de la industria del juego, en 2014 hubieron intentos para reformar y actualizar las leyes, sin embargo no se llegó a ningún punto, generando un vacío jurídico que hasta el día de hoy persiste y que ha sido aprovechado por algunas empresas.

En este sentido, al ser el fútbol una de las pasiones más grandes para la mayoría de las y los mexicanos, se convierte en el deporte en el que más se apuesta. Hoy en día las casas de apuestas reguladas en México son Bet365, Betway, Betson y Codere.

Sin embargo, en la actualidad la publicidad sobre las casas de apuestas se ha hecho más visible durante los partidos de fútbol y en los uniformes que llevan los jugadores, esto genera una exposición constante sobre estas, teniendo como consecuencia el normalizar las apuestas deportivas, especialmente entre los jóvenes, y fomentar así conductas de riesgo.

Ejemplo de lo anterior, la publicidad de las apuestas puede aumentar el riesgo de desarrollar una adicción al juego, ya que presenta las apuestas como una actividad emocionante y fácil de ganar. De acuerdo con el investigador del Departamento de Psicobiología y Neurociencia de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México las personas llegan a poner en riesgo su dinero y sus bienes por el placer que experimentan al apostar y que es avivado por la recompensa que pueden llegar a obtener, algo similar a lo que ocurre cuando se consumen sustancias de abuso, donde el cuerpo busca experimentar la sensación.¹

¹ “Juegos de azar: placeres neurológicos con adicción”, Universidad Nacional Autónoma de México, 2021
Disponible en: <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/juegos-de-azar-placeres-neurológicos-con-adicción/>

Aunado a lo anterior, la relación entre los clubes deportivos y las casas de apuestas puede generar conflictos de intereses, ya que los clubes pueden verse tentados a manipular los resultados de los partidos para beneficiar a sus patrocinadores.

La presencia de patrocinadores de apuestas puede influir en las decisiones de los jugadores y entrenadores, priorizando los resultados a corto plazo en lugar de un juego limpio y sostenible.

La promoción de dichas empresas no solo afecta a incentivar a niñas, niños y adolescentes a participar en futuro a estas actividades lúdicas, sino que se pierde la esencia de los deportes que deban de brindar mensaje positivos en espectáculos que son considerados para toda la familia. Sobre todo en deportes que atraen a millones de niñas, niños y adolescentes a considerar en su futuro a practicar dichas actividades.

El artículo 2 de la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece claramente que *“el Estado, al ejercer la rectoría en la materia, protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación y **garantizará la eficiente prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y para tales efectos establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios**”*.

Asimismo, el artículo establece que el derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringidos, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna persecución o investigación judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución, los tratados internacionales y las leyes aplicables. Las autoridades en el ámbito de su competencia promoverán el respeto a los derechos humanos, **el principio del interés superior de la niñez, a fin de garantizar de manera plena sus derechos, así como la perspectiva de género”**.

“Artículo 246. En la publicidad destinada al público infantil no se permitirá:

IV. Utilizar su inexperiencia o inmadurez para persuadirlos de los beneficios de un producto o servicio. No se permitirá exagerar las propiedades o cualidades de un producto o servicio ni generar falsas expectativas de los beneficios de los mismos;

V. Incitar directamente a que compren o pidan la compra o contratación de un producto o servicio;”

Asimismo, sabemos que impactó en la imagen del deporte: La asociación del deporte con las apuestas puede dañar la imagen del deporte y generar una percepción negativa entre los aficionados.

La problemática que se tiene en la promoción de las casas de apuestas ha generado que en países como España o Inglaterra hayan optado por prohibir su promoción. En el caso de Inglaterra la premier League acordó de manera colectiva prohibir la inclusión de patrocinios de casas de apuestas en la parte delantera de las playeras de fútbol²; mientras que, en España, desde 2020, se anunció que los clubes de fútbol ya no podrán anunciar casas de apuestas en sus camisetas ni en ninguna de sus equipaciones deportivas.³

En este sentido, en la Bancada Naranja, estamos convencidos que el prohibicionismo no es la solución a ningún tipo de problema, sin embargo, si creemos en que la regulación trae mayores beneficios, en este caso, con respecto de la publicidad de las casas de apuestas, creemos que se debe promover el juego de manera responsable, y en dónde está se encuentre menos expuesta a menores de edad, así como el fomento de campañas sobre el riesgo que tienen las apuestas. Además de llamar al Congreso de la Unión a que

² “La Premier League retirará el patrocinio de las casas de apuestas de las camisetas”, Forbes, 2023
Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/la-premier-league-retirara-el-patrocinio-de-las-casas-de-apuestas-de-las-camisetas/>

³ “El Gobierno prohibirá la publicidad de casas de apuestas en las equipaciones y camisetas”, onefootball, 2020
Disponible en: <https://onefootball.com/es/noticias/el-gobierno-prohibira-la-publicidad-de-casas-de-apuestas-en-las-equipaciones-y-camisetas-30382986>

legislen sobre la materia siendo un tema tan delicado para el país.

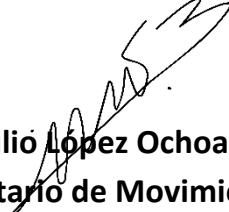
Por lo anteriormente expuesto, se somete a consideración de la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión la siguiente proposición con

PUNTO DE ACUERDO

PRIMERO. - La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión exhorta a la Secretaría de Gobernación y al Instituto Federal de Telecomunicaciones para que, con base en sus respectivas atribuciones, se regule la publicidad de las casas de apuestas utilizada en los eventos deportivos, para que se promueva el uso responsable de las mismas, así como la realización de campañas informativas que muestran el riesgo que tienen las apuestas con base en el el respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez establecido en la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

SEGUNDO. La Comisión Permanente del Honorable Congreso de la Unión exhorta al Congreso de la Unión, para que legisle en materia de juegos y sorteos, así como sobre la publicidad de las casas de apuestas en los juegos deportivos, cuyo principal espectador son niñas, niños y adolescentes.

ATENTAMENTE



Dip. Braulio López Ochoa Mijares
Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano
H. Cámara de Diputados
LXV Legislatura

Dado en el Salón de Sesiones de la Comisión Permanente, a 21 de agosto de 2024.