



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires, sancionan con fuerza de

LEY

Artículo 1.- Prohíbese la participación de menores de edad en publicidades de juegos de azar realizadas por el Instituto Provincial de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires y por empresas privadas que exploten juegos de azar.

Artículo 2.- Prohíbese a las empresas privadas que exploten juegos de azar, y al Instituto Provincial de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires, realizar el auspicio o patrocinio de actividades deportivas, así como realizar publicidad, por cualquier medio, en el interior de espacios destinados a las mismas.

Artículo 3.- Prohíbese la venta, expendio o suministro a cualquier título, de juegos de azar a menores de edad, y la realización de publicidades que, directa o indirectamente, promuevan el consumo de juegos de azar en menores de edad.

Artículo 4.- El Instituto Provincial de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires no podrá emitir publicidad por medios audiovisuales dentro del horario de protección al menor establecido por el artículo 68 de la Ley 26.522.

Artículo 5.- A los efectos de la presente se entiende por “juegos de azar” las actividades enumeradas en el artículo 2 de la Ley provincial N° 13.470. Esta definición no es taxativa y podrá incluirse en la misma toda actividad lúdica de apuestas promovida desde el sector público o privado.

Artículo 6.- Exceptúese de la presente las actividades realizadas en ámbitos escolares, culturales, o de fomento social y que por su naturaleza no contradigan la presente ley.

Artículo 7.- La infracción a lo normado en la presente tendrá las siguientes sanciones:

- a) En el caso del artículo 3 primera parte: Multa de mil (\$1.000) a diez mil (\$10.000);
- b) Multa de un millón (\$1.000.000) a diez millones (\$ 10.000.000) de pesos;
- c) Recisión de pleno derecho de la explotación entregada en concesión;
- d) El incumplimiento de la presente por parte de un funcionario público será considerado falta grave y causal de exoneración en los términos establecidos en la ley 10430, sin perjuicio de las responsabilidades penales que pudieran corresponder.

Artículo 8.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

FUNDAMENTOS

El concepto “juegos de azar” es un eufemismo para referirse a las apuestas por dinero y a la gigantesca y multimillonaria industria existente detrás de esta actividad, la cual fomenta indiscriminadamente el consumo de estos productos. Al igual que las industrias del tabaco y del alcohol, su publicidad es omnipresente tanto en los medios de comunicación como en el espacio público, pero a diferencia de la publicidad de tabaco y alcohol que actualmente poseen legislación que las regula, la publicidad de juegos de azar carece de regulación.

La actividad lúdica posee una profunda raigambre histórica y cultural en nuestra sociedad, pero esta característica no exime al juego de ser una actividad disvaliosa que sustrae de la actividad productiva importantes recursos económicos. Esta faceta negativa se intensifica y se pone en relieve en toda su magnitud en los casos de ludopatía o juego compulsivo, patología que constituye un verdadero flagelo y calvario para las personas que la padecen y sus familias, patología que destruye patrimonios, familias y vidas humanas, siendo su prevalencia cada vez más significativa en nuestra sociedad.

Somos conscientes que independientemente de los juicios morales que podamos realizar sobre la industria de los juegos de azar y sus efectos negativos en la sociedad, la misma continuara estando presente en nuestra provincia. En el mismo sentido, somos conscientes que no es a través de la prohibición sino a través de la regulación que lograremos minimizar los riesgos y consecuencias negativas del impacto del juego en nuestra sociedad.

Es sabido que la actividad publicitaria posee dos fines específicos que se encuentran conectados como las dos caras de una moneda: por un lado, un fin informativo; por otro, un fin instrumental persuasivo de tipo comercial: vender el producto. *“Es decir, que no solo pretende dar a conocer un producto o servicio, sino que, además, busca persuadir al destinatario para que lo adquiera. La persuasión, por tanto, se suma a la información. Informar y persuadir: he ahí sus dos funciones.”*¹ En este afán de la industria del juego (pública y privada) por “vender el producto” se bombardea con publicidad sobre juego permanentemente a través de los medios de comunicación, y se llega incluso a utilizar a menores en las propagandas, como lo ha realizado el Instituto de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires a través de varias de sus campañas publicitarias (ver Anexo)

1 Rojas, Eugenio: Manual de Ética en la Publicidad. <http://www.duoc.cl/etica/pdf/fet00/manual/Publicidad.pdf>



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

En el mismo sentido, se utilizan ámbitos culturales o deportivos para promover y publicitar el juego, como en el caso de la “Copa Lotería de la Provincia de Buenos Aires” (de fútbol, de voleibol, de rugby, de ajedrez). Esta conducta no es inocente, es una conocida estrategia mercadotécnica de publicidad, ampliamente utilizada por las industrias del tabaco y del alcohol, que busca asociar su imagen a actividades valoradas como positivas en la sociedad. De igual forma, la utilización de niños en la publicidad de juego busca movilizar la sensibilidad humana, y al igual que en el caso del deporte o las actividades culturales, se pretende lavar la imagen de la industria de los juegos de azar asociándola con obras de promoción y asistencia social. Creemos que el Instituto de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires, por ser un organismo estatal, debe ser quien dé el ejemplo estableciendo con su conducta los estándares en la materia a ser respetados por la actividad privada.

Nos oponemos a que se utilice la imagen de niños para publicitar juegos de azar, consideramos que publicitar los juegos de azar mediante la utilización de niños es un ardid desleal, contrario a la ética y lesivo a los derechos del niño. Pretender explotar la sensibilidad y el imaginario social vinculado a los niños en provecho de una actividad improductiva y disvaliosa para la sociedad contraría la ética. Lo mismo cabe para la utilización del deporte o la cultura para publicitar la industria del juego, estas actividades pueden ser igualmente promocionadas desde el Estado por medio de otras vías más acordes.

Ausencia de Regulación Estatal en la Publicidad de los Juegos de Azar

Examinada la normativa vigente que regula los juegos de azar en el ámbito de la provincia de Buenos Aires, llama la atención la total ausencia de regulación en materia publicitaria. Como única excepción se encuentra la Ley 13.120², del año 2003, la cual se limita a establecer el derecho a la privacidad y reserva de identidad de los ganadores de juegos de azar prohibiendo a los organismos provinciales a implementar cláusulas que los obliguen a participar en publicidades. Cabe mencionar la existencia de varios proyectos de ley en la materia que a la fecha no han recibido tratamiento.

Ausencia de Autorregulación Publicitaria

En nuestro país existe la CONARP (Consejo de Autorregulación Publicitaria) organismo integrado por la Asociación Argentina de Publicidad y por la Cámara Argentina de Anunciantes. Esta organización vela por el fiel cumplimiento del Código de Ética y

²<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-13120.html>



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

Autorregulación Publicitaria³ por parte de las agencias de publicidad que trabajan en el país. Cabe mencionar que en dicho código nada se menciona sobre los juegos de azar.

En la página web de CONARP figura una estadística referente a los casos estudiados entre los años 2001 – 2011⁴. En el mismo sentido se exponen los casos de publicidad televisiva observadas por el concejo correspondientes al período 2008 – 2011. En ninguno de los dos estudios aparecen tan siquiera mencionados casos de publicidad de la industria de los juegos de azar, la materia es totalmente ignorada.

Antecedentes normativos nacionales

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ley 538 sancionada el 14 de Diciembre del año 2000, Ley de Juegos de Apuestas en la Ciudad estipula en su artículo 12 que:

“Artículo 12.- Publicidad. La promoción publicitaria de los juegos de apuesta debe limitarse a la información básica sobre las modalidades y montos y el destino de su resultado económico, y alertar sobre las consecuencias de la ludopatía. No pueden participar de la publicidad personas menores de 18 años.”⁵

“Artículo 17.- (Funciones de la Autoridad de Aplicación) Inc. f): Vela por todo aquello que haga a la legalidad del contrato de los juegos de apuesta y el respeto por los derechos del apostador, evitando que la promoción induzca a la participación de menores.”

Antecedentes normativos nacionales referidos a tabaco y alcohol

Ley 24.788⁶ de Lucha Contra el Alcoholismo:

³<http://www.conarp.org.ar/codigoconarp.pdf>

⁴<http://www.conarp.org.ar/casos.htm>

⁵<http://www.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley538.html>

⁶<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42480/norma.htm>



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

“Artículo 6º-Queda prohibida toda publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas, que:

- a) Sea dirigida a menores de dieciocho (18) años;*
- b) Utilicen en ella a menores de dieciocho (18) años bebiendo”*

Decreto 149/2009 Reglamentación de la Ley N° 24.788:

“Artículo 6, Inciso a) la prohibición alcanza a toda publicidad —directa, indirecta (no tradicional), institucional— o al incentivo de consumo alcohólico en la programación que se emitan por medios masivos de comunicación (radio y televisión) en el horario de protección al menor; cuando sus contenidos principales estén especialmente dirigidos a menores o a público infantil; en programas cinematográficos destinados a menores o público infantil; en espectáculos públicos (deportivos, culturales o artísticos) cuyos contenidos principales estén dirigidos a menores o público infantil; y en medios gráficos cuyos contenidos principales estén especialmente dirigidos a público infantil.”

Ley 26.687⁷Regulación de la publicidad, promoción y consumo de los productos elaborados con tabaco:

“Artículo 5º.-Prohíbese la publicidad, promoción y patrocinio de los productos elaborados con tabaco, en forma directa o indirecta, a través de cualquier medio de difusión o comunicación.”

“Artículo 8º.- Prohíbese a los fabricantes y comerciantes de productos elaborados con tabaco, realizar el auspicio y patrocinio de marca en todo tipo de actividad o evento público, y a través de cualquier medio de difusión.”

Antecedentes normativos internacionales

España, Acuerdo de Corregulación y Código de Conducta⁸ en base a lo establecido en los artículos 24 inc. 5 y 7 inc. 4 de la Ley 13/2011 de Regulación del Juego, y desarrollado en la Disposición Adicional Séptima del Real Decreto 1614/2011, cuyo objeto es la protección de los consumidores, especialmente los grupos más vulnerables (menores y otros), en el marco de políticas de juego responsable, en el ámbito de las comunicaciones comerciales de actividades de juego en el territorio español. En noviembre del año 2011 se

⁷<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/180000-184999/183207/norma.htm>

⁸http://www.autocontrol.es/pdfs/pdfs_codigos/Cod_actividad_juego.pdf



firmó un preacuerdo y se redactó un borrador, y finalmente el acuerdo definitivo se firmó en el mes de Junio del corriente año entre el Ministerio de Economía de España y las sesenta principales empresas de juegos de azar del país.⁹

“VII.- Protección de menores. El público menor de edad es un público que por sus características de inmadurez, credulidad, facilidad de persuasión y sugestión resulta especialmente vulnerable frente a la publicidad y, como tal, merecedor de una especial protección en este ámbito.

7.2 Prohibición de utilización o inclusión de menores en la publicidad de juego.”

“VIII. Principios de autorregulación de publicidad/comunicaciones comerciales en los servicios de comunicación audiovisual. Además de respetar las disposiciones aplicables sobre comunicaciones comerciales y de autopromoción contenidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y, en particular, las previsiones del artículo 7 sobre los derechos del menor, se prestará especial atención al horario de emisión de la publicidad de la actividad de juego y se tendrán en cuenta aquellos programas o bloques de programación destinados específica o primordialmente al público infantil junto a los que se emite o se inserte la misma. En consecuencia, de acuerdo con la naturaleza del tipo de juego y el potencial perjuicio para el participante, se establecen los siguientes principios:

– Restricciones horarias (únicamente entre las 22:00 y las 06:00 horas):

- En el caso de comerciales de las actividades de juego de ruleta, bingo, punto y banca, Black Jack, póquer y todas aquellas apuestas de contrapartida, sean o no deportivas. También se aplicará esta restricción horaria a aquellas comunicaciones comerciales cuyo contenido pudiera perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores.*
- Las autopromociones de aquellos programas dedicados a juegos de azar y apuestas, los cuales sólo pueden emitirse entre la una y las cinco de la mañana según el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, únicamente pueden difundirse entre las 22:00 y las 06:00 horas.”*

⁹http://www.minhap.gob.es/Documentacion/Publico/Ordenacion%20del%20Juego/PBL_20120611_Acuerdo_Codigo_Conducta_comunicaciones_comerciales_actividades_juego.pdf



Antecedente normativo provincial

La Ley provincial 13.894 regula el consumo, comercialización y publicidad de los productos elaborados con tabaco, en su Capítulo VII, Publicidad, Promoción y Patrocinio, Artículo 23 establece: *“Prohíbese a los fabricantes, productores, comercializadores y distribuidores de productos elaborados con tabaco, realizar el auspicio y patrocinio de todo tipo de actividad o eventos deportivos, recreativos y culturales; así como publicitar sus productos por cualquier medio, incluyendo la indumentaria, en el interior de espacios destinados a actividades deportivas, recreativas y culturales.”* A su vez, la mencionada Ley 13.894 establece en sus fundamentos que: *“Debemos proteger a nuestra infancia ya que hacia ellos está dirigida la mayor parte de las pautas publicitarias, con información subliminal, capaz de desarrollar conductas sociales, o "por imitación" de personajes ficticios, que hacen que nuestros niños sean vulnerables a la adopción del vicio de consumir tabaco.”*¹⁰ Nos preguntamos, sin profundizar en el concepto y utilización de la mencionada publicidad subliminal, si estos mismos efectos mencionados no aplican también en el caso de la publicidad producida y difundida indiscriminadamente por la industria de los juegos de azar, naturalizando en nuestra sociedad la actividad de las apuestas y su consumo, publicidad que –al igual que en el caso de las industrias del tabaco y el alcohol– impacta e influye en nuestros niños condicionando su conducta futura y su relación con los juegos de azar.

El proyecto

Es por ello que realizamos la presente propuesta estableciendo la prohibición de utilizar menores de edad en las publicidades vinculadas a juegos de azar (Art. 1) Según manifiesta el Profesor Eugenio Rojas en su trabajo *Ética en la Publicidad* (2003): *“Debe evitarse, también, utilizar imágenes de niños en la publicidad de productos que no es conveniente que ellos utilicen o consuman.”*¹¹ Coincidimos plenamente y por ello proponemos que no se utilicen niños en las publicidades de la industria de los juegos de azar. Cabe mencionar que la Convención de los Derechos del Niño¹² establece en su artículo 32, inc.1 que: *“Los Estados Partes reconocen el derecho del niño a estar protegido*

¹⁰<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/f-13894.html>

¹¹Idem, Pág. 20

¹²http://www.unicef.org/argentina/spanish/ar_insumos_MNcdn.pdf



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

contra la explotación económica y contra el desempeño de cualquier trabajo que pueda ser peligroso o entorpecer su educación, o que sea nocivo para su salud o para su desarrollo físico, mental, espiritual, moral o social.”

En el mismo sentido proponemos se prohíba (Art.2) tanto a las empresas privadas como al Instituto Provincial de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires, a realizar el auspicio o patrocinio de actividades deportivas, así como a realizar publicidad, en el interior de espacios destinados a las mismas. Cabe mencionar que este mandato no alcanza a las Entidades de Bien Público mencionadas en los artículos 3 y 4 de la Ley 11.018¹³, Ley de Funcionamiento y Explotación del Juego Lotería Familiar o Bingo.

Respecto a la venta de productos de la industria de los juegos de azar (Art. 3), si bien es cierto que la presencia de menores de edad en salas de juegos de azar se encuentra prohibida por el artículo 7¹⁴ de la ley 14.050, Ley de Nocturnidad; y que varios de los reglamentos de los juegos de azar que se comercializan en la provincia a través del Instituto de Loterías y Casinos especifican que “...las personas menores de 18 (dieciocho) años no podrán participar del juego ni efectivizar el cobro de los premios” (ver Anexo II) también se da el caso de al menos dos juegos muy populares (Telekino y Quini 6) cuyas reglamentaciones nada mencionan sobre el particular. Independientemente de esta ambigüedad en la normativa y de los problemas que podría producir en caso de que un menor de edad resultase ganador (recordemos que los billetes se expenden en forma innominada y al portador), nosotros apuntamos principalmente a la conducta desgraciadamente muy difundida de que las personas mayores envíen a menores a adquirir productos de la industria del juego en los locales de las agencias del juego oficial. Recordemos que el artículo 10 de la Ley 13.470¹⁵ de Represión del Juego Ilegal reprime elevando al doble el mínimo y un tercio del máximo de las penas previstas cuando: “...la persona mayor de dieciocho (18) años que incurriere en alguna infracción a la presente Ley, se valiere, se sirviere, o determinare directamente la intervención de un menor de dieciocho (18) años, de una persona con capacidad diferente, o de un incapaz.” Es decir, para el Legislador la intervención de menores en las actividades de juego clandestino es un

¹³<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-11018.html>

¹⁴ Ley 14.050, Artículo 7: “En ningún caso se admitirá la presencia de menores de dieciocho (18) años en casinos, bingos, salas de juego.”

¹⁵<http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-13470.html>



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

acto repudiable y pasible de sanción. Por eso nos preguntamos si tal juicio no puede ser homologable a la comercialización de productos de la industria del juego dentro del circuito oficial. Creemos que prohibir directamente la venta, expendio o suministro a cualquier título, de juegos de azar a menores de edad, así como la realización de publicidades que, directa o indirectamente, promuevan el consumo de juegos de azar en menores de edad, es una forma de evitar la naturalización del consumo de estos productos.

En el mismo sentido, a los efectos de evitar la naturalización del consumo de productos de la industria de los juegos de azar, creemos necesario acotar la omnipresencia de la publicidad de los juegos de azar y que quien debe ser el primero en dar el ejemplo es el propio Estado (Art. 4). Para ello, establecemos la prohibición de que el Instituto Provincial de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires realice publicidad por medios audiovisuales dentro del horario de protección al menor (8:00 – 22:00 horas) establecido por el artículo 68 de la Ley 26.522¹⁶ Ley de Regulación de los Servicios de Comunicación Audiovisual. Debemos recordar lo que se establece en el artículo 17, inciso e) de la Convención de los Derechos del Niño: *“Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar...”*

Existe un hilo conductor que une y homologa actividades como el consumo de tabaco, de alcohol y los juegos de azar, siendo su denominador común que estas conductas están consideradas por el conjunto mayoritario de la sociedad como actividades disvaliosas que, no pudiendo eliminarse y/o prohibirse por razones de su profundo raigambre cultural en nuestra sociedad, y considerando que la prohibición de las mismas traería aparejado más problemas que soluciones, se opta como mejor solución a estas problemáticas sociales el camino de la regulación por parte del Estado. Homologamos el consumo de tabaco y alcohol, con el juego: las tres son conductas con un fuerte impacto social y sanitario en la comunidad, son propensas a generar conductas compulsivas y de abuso, y pueden ocasionar problemas en el individuo y en su entorno familiar.

Los gastos en publicidad y propaganda por parte del Instituto de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires durante el ejercicio correspondiente al año 2011 fueron de

16 <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

\$ 121.260.890,98¹⁷ estamos convencidos que esos importantes recursos son indispensables en otras áreas del Estado. El juego no necesita que el Estado provincial lo publicite, lamentablemente ya está muy difundido en nuestra sociedad.

Nuestra Carta Magna provincial establece a través de su artículo 36, Inc. 2, que: *“Todo niño tiene derecho a la protección y formación integral, al cuidado preventivo y supletorio del Estado en situaciones de desamparo y a la asistencia tutelar y jurídica en todos los casos.”* Nuestra propuesta no es una mera objeción moral sino que hace a preservar y proteger a nuestros niños. El poder tuitivo del Estado debe velar por el interés superior del niño preservándolo de exponerlo a situaciones de riesgo al vincularlo, directa o indirectamente, ya sea a la persona física o a su imagen, a una actividad disvaliosa y controvertida como son los juegos de azar.

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares a que acompañen con su voto positivo el presente Proyecto de Ley.

ANEXO I

¹⁷Información publicada por la Contaduría General de la Provincia de Buenos Aires. Partida Principal 3 Servicios No Personales. Ejecución Presupuestaria al 31 de Diciembre de 2011.



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires



Ficha Técnica de la Publicidad

FILM Título: <i>Suerte</i> Anunciante: Lotería de la Provincia de Buenos Aires Agencia: Braga Menendez País: Argentina Dirección General Creativa: Bruno Gerondi Dirección General Cuentas: Raúl Timerman Dirección creativa: Horacio Ledesma Equipo creativo: Catriel Aiello / Víctor Kesselmann Producción por la agencia: Francisco Pignocchi Coordinación: Valeria Laporte Dirección de cuentas: Ramiro Curi Compañía productora: Oruga Cine Dirección: Javier Nir / Pablo Fischerman Banda musical: PomeranecMusica Autorización por parte del cliente: Domingo Angelini	GRÁFICA Título: <i>Salud / Educación / Desarrollo Social</i> Anunciante: Lotería de la Provincia de Buenos Aires Agencia: Braga Menéndez País: Argentina Dirección General Creativa: Bruno Gerondi Dirección General Cuentas: Raúl Timerman Dirección creativa: Horacio Ledesma Equipo creativo: Carlos Ochiuzzi / Ricardo Vélez Vera Producción por la agencia: Francisco Pignocchi Coordinación: Valeria Laporte Dirección de cuentas: Ramiro Curi Fotografía: Marcos López Autorización por parte del cliente: Domingo Angelini
---	--

ANEXO II

Reglamento PRODE

Artículo 26.- No podrán participar en este juego los menores de DIECIOCHO (18) años de edad. Las jugadas efectuadas en contravención a la presente disposición carecerán de



derecho a percibir el premio que le hubiere correspondido y su monto será redistribuido entre el resto de los ganadores o según corresponda incrementará el pozo del concurso siguiente.¹⁸

Reglamento La Quiniela

ARTICULO 24 - No podrán participar en este juego, ni por interpósita persona, los menores de dieciocho (18) años de edad. Las jugadas efectuadas en contravención a la presente disposición carecerán de derecho a percibir el premio que le hubiere correspondido.¹⁹

Reglamento Loto y Loto 5

ARTICULO 19º: No podrán participar en este juego, ni por interpósita persona, los menores de dieciocho (18) años de edad. Las jugadas efectuadas en contravención a la presente disposición carecerán de derecho a percibir el premio que le hubiere correspondido.²⁰

Reglamento Toto Bingo

ART. 13º: Las personas menores de 18 (dieciocho) años, no podrán participar del juego ni efectivizar premios.²¹

Reglamento del Telekino

No hace ninguna mención.²²

18 Reglamento PRODE <http://www.loteria-nacional.gov.ar/gxpsites/hgxpp001?2,29,26,O,S,0,PAG;CONC;28;9;D;51;1;PAG;MNU;E;2;3;11;2;MNU;>,

19 Reglamento Quiniela <http://www.loteria-nacional.gov.ar/gxpsites/hgxpp001?2,29,26,O,S,0,PAG;CONC;28;9;D;52;1;PAG;MNU;E;2;3;11;2;MNU;>,

20 Reglamento LOTO <http://www.loteria-nacional.gov.ar/gxpsites/hgxpp001?2,29,26,O,S,0,PAG;CONC;28;9;D;54;1;PAG;MNU;E;2;3;11;2;MNU;>,

21 Reglamento TOTO BINGO <http://www.loteria-nacional.gov.ar/gxpsites/hgxpp001?2,29,26,O,S,0,PAG;CONC;28;9;D;229;1;PAG;MNU;E;2;3;11;2;MNU;>,

22 Reglamento Telekino <http://www.loteria-nacional.gov.ar/gxpsites/hgxpp001?2,29,26,O,S,0,PAG;CONC;28;9;D;230;1;PAG;MNU;E;2;3;11;2;MNU;>,



Reglamento Mono Bingo

4. Las personas menores de 18 (dieciocho) años no podrán participar del juego ni efectivizar el cobro de los premios.²³

Reglamento Quini 6 y Brinco

No hace ninguna mención.²⁴

Juegos del Instituto de Loterías y Casinos de la Provincia de Buenos Aires

Reglamento Megabola

ARTICULO 27º.-No podrán participar en este juego por sí o por interpósita persona los menores de 18 años.²⁵

Reglamento Club Keno

ARTICULO 15º.- No podrán participar en este juego por si o por interpósita persona los menores de 18 años.²⁶

Reglamento Mi Bingo

ARTICULO 15º Las personas menores de 18 (dieciocho) años, no podrán participar del juego ni efectivizar el cobro de los premios.²⁷

Reglamento Quiniela Múltiple

23 Reglamento Monobingo <http://www.loteria-nacional.gov.ar/gxpsites/hgxpp001?2,29,26,O,S,0,PAG;CONC;28;9;D;231;1;PAG;MNU;E;2;3;11;2;MNU;>

24 Reglamento Quini 6 <http://www.loteria-nacional.gov.ar/gxpsites/hgxpp001?2,29,26,O,S,0,PAG;CONC;28;9;D;8621;1;PAG;MNU;E;2;3;11;2;MNU;>

25 Reglamento
Megabola <http://www.loteria.gba.gov.ar/juegos/quinielaMultiple/quinielaMultiple.pdf>

26 Reglamento Club Keno <http://www.loteria.gba.gov.ar/juegos/clubKeno/clubKeno.pdf>

27 Reglamento Mi Bingo <http://www.loteria.gba.gov.ar/juegos/miBingo/miBingo.pdf>



Honorable Cámara de Diputados
Provincia de Buenos Aires

Artículo 28º: No podrán participar en este juego por sí o por interpósita persona los menores de 18 años.²⁸

28 Reglamento Quiniela

Múltiple <http://www.loteria.gba.gov.ar/juegos/quinielaPlus/quinielaPlus.pdf>