

A CONTRACORRIENTE · COLUMNA DE OPINIÓN N.º 3

Ludopatía: un problema que crece entre los jóvenes

Por Martín Sáenz Briasco

19 de octubre de 2026



Imagen ilustrativa: Shubham Dhage / Unsplash. Licencia Unsplash.

En la era de la tecnología, acceder a sitios de apuestas en línea se vuelve cada vez más sencillo, incluso para quienes no deberían poder hacerlo: los menores de edad. Según UNICEF, el inicio suele producirse alrededor de los 13 años, especialmente entre varones, y está asociado al acceso a billeteras virtuales. El informe Kids Online Argentina 2025 señala que seis de cada diez chicos encuestados conocen a alguien que apostó dinero de manera virtual y que el 47 % conoce plataformas y aplicaciones de apuestas. Estos datos muestran la presencia de las apuestas en su entorno, aunque apostar alguna vez no equivale a tener ludopatía.

Por otro lado, según el boletín de la Sedronar sobre consultas por juego compulsivo a la Línea 141, las llamadas pasaron de 311 en 2024 a 396 en el registro parcial de 2025: un incremento aproximado del 27 %. Se trata de consultas recibidas, no de una medición de la cantidad de personas con ludopatía ni de un registro exclusivo de adolescentes. Aun con esas limitaciones, el aumento merece atención.

Las cifras de una línea telefónica no permiten dimensionar por sí solas la extensión del problema. Mientras tanto, la publicidad de apuestas aparece en eventos deportivos y algunos influencers o creadores de contenido promocionan estas plataformas con mensajes que asocian el juego con la posibilidad de obtener ingresos. Los códigos promocionales y las

promesas de dinero fácil contribuyen a presentar una actividad de riesgo como una oportunidad al alcance de cualquiera.

En Brasil, el Gobierno encabezado por Luiz Inácio Lula da Silva tomó una decisión contundente. El 25 de septiembre de 2026 anunció una medida provisional que prohíbe la explotación, oferta, intermediación y publicidad de apuestas de cuota fija, incluidas las apuestas deportivas y los juegos en línea comprendidos en esa modalidad. La medida produce efectos inmediatos, con un cronograma para el cierre de las plataformas, y requiere aprobación del Congreso para mantenerse vigente, dentro del plazo parlamentario de hasta 120 días. También alcanza la publicidad y los patrocinios del sector.

La decisión se presentó como una respuesta a un problema de salud pública y de deterioro de las economías familiares. Según una estimación del Ministerio de Hacienda brasileño recogida por Reuters, los hogares destinan unos 60.000 millones de reales anuales a las apuestas en línea. Esa cifra no equivale íntegramente a endeudamiento, pero permite advertir la magnitud económica de la actividad.

La medida encontró resistencias. Clubes como el Flamengo participaron de manifestaciones contrarias a la prohibición y exhibieron el lema «Prohibir no es proteger». Esa reacción nos lleva a preguntarnos: ¿está todo permitido cuando se trata de sostener un patrocinio? ¿Hasta dónde puede justificarse la promoción de una actividad que implica riesgos para quienes la consumen?

Desde mi perspectiva, anteponer los ingresos comerciales a la protección de los hinchas más jóvenes es una posición cuestionable. Se puede discutir si una prohibición general es la herramienta más eficaz o si conviene endurecer las restricciones y los controles. Lo que no resulta aceptable es reducir el debate a la pérdida de patrocinadores y dejar en segundo plano el acceso de menores de edad, el juego problemático y el riesgo de endeudamiento.

La contradicción también nos interpela en la Argentina. Queremos que los chicos jueguen al fútbol, pero cuando miran un partido encuentran marcas de apuestas en las camisetas y en la publicidad que rodea al espectáculo. El deporte que promovemos como espacio de encuentro y desarrollo se convierte, al mismo tiempo, en una vidriera para una actividad a la que no deberían acceder.

A esto se suman los mensajes que presentan las apuestas como una salida económica. La expectativa de recuperar lo perdido en la próxima jugada puede alimentar una dinámica peligrosa. Quienes promocionan estas plataformas deberían hacerse cargo de los riesgos de sus mensajes, especialmente cuando llegan a públicos jóvenes. No alcanza con hablar de responsabilidad individual si el entorno publicitario insiste en asociar el juego con el éxito.

Es fundamental que el Gobierno nacional asuma un papel activo, junto con las autoridades provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, para prevenir el acceso de menores, fortalecer los controles y abordar los daños vinculados con las apuestas. La experiencia



brasileña aporta un caso para discutir, aunque una medida restrictiva no demuestra por sí sola que el problema esté resuelto. Su eficacia también depende de la fiscalización, la prevención y el acceso a orientación y atención.

Los clubes de fútbol también deberían revisar su responsabilidad. Una advertencia que indica que los menores no pueden apostar no debería ser la única respuesta frente a una exposición publicitaria constante. Es necesario que den visibilidad al problema y reconsideren estos patrocinios, aunque eso implique resignar ingresos.

No estamos frente a una cuestión leve. Tampoco todos los jóvenes que apuestan desarrollarán una adicción. Precisamente por eso, la prevención debe actuar antes de que aparezcan daños mayores, sin estigmatizar y sin esperar a que las pérdidas económicas, los conflictos familiares o el deterioro de la salud se vuelvan difíciles de revertir.

Es necesario que nos preguntemos qué queremos para los más jóvenes: seguir naturalizando la presencia de las apuestas en su vida cotidiana o asumir el costo de poner límites. Protegerlos exige decisiones del Estado, de las plataformas, de los clubes y de quienes prestan su imagen para promocionarlas.

Fuentes consultadas

[UNICEF · Apuestas online y salud mental](#)

[Sedronar · Boletín sobre consultas por juegos compulsivos a la Línea 141](#)

[Ministerio de Justicia de Brasil · Medidas del 25 de septiembre de 2026](#)

[Agência Brasil · Alcances y plazos de la medida provisional](#)

[Reuters · Prohibición de apuestas y estimaciones económicas](#)

[UOL · Manifestaciones de clubes contra la prohibición](#)

[Leer y compartir la versión web en \[revistanuevaola.ar\]\(http://revistanuevaola.ar\)](#)