

## Índice

“Por favor, jogue” .....	1
Apostas “online”: perder, perder e... perder .....	3

### “Por favor, jogue”

A publicidade das apostas na Internet, em grande parte apoiada nos eventos desportivos de massas e nos jogadores de elite, tem aumentado vertiginosamente. Os mais afetados pela sua influência, como acontece com outras dependências, costumam ser os jovens.

A clássica cena de uma taberna do Far West em que quatro cowboys trocam balas pelo resultado de uma partida de póquer, hoje não faria sentido: pode-se jogar às cartas e apostar a partir de casa, deitado no sofá. O telemóvel substituiu o *saloon*, e o jogador também pode dar saltos eufóricos ou afundar-se na miséria emocional. O que está garantido, em qualquer dos dois casos, é que vai querer continuar a tentá-lo...

Nos dias de hoje, os planetas estão alinhados para “facilitar a vida” ao jogador *online*: tem um fácil acesso à Internet, a possibilidade de apostar até à última hora no caso dos eventos desportivos, a comodidade de poder fazê-lo a partir de qualquer sítio, e o imediatismo da recompensa – ou da decepção –, a quem é adiantada a cereja por cima de um bombardeamento publicitário. Nunca foi tão simples. Talvez por isso o fenómeno vá ganhando cada vez mais força.

A *web* da [Dirección General de Ordenación del Juego](#) apresenta alguns dados interessantes em Espanha. Se em 2013, havia 640 000 jogadores ativos, em 2017, passaram a quase 1,4 milhões, tendo sido gastos 560 milhões de euros, mais 331 milhões do que no primeiro ano citado. Evidentemente, houve onde escolher para colocar o dinheiro: às apostas –

principalmente as desportivas – foram destinados quase 311 milhões de euros (mais 31 % do que em 2016), seguindo-se o casino (171 milhões), o póquer (59,7 milhões) e o bingo (11,6 milhões), entre outras.

Quem aposta? Geralmente homens (83 %) menores de 46 anos (87 %). Se se restringir mais este universo, o perfil etário mais representativo é o dos 26 aos 35 anos (32 % do total). Temos assim jovens do sexo masculino que, em vários casos, já tinham experimentado a sorte uma ou duas vezes nas máquinas de jogo e que, cientes dos benefícios da tecnologia, acabaram por se transferir para o jogo *online*, com a esperança de que, após um primeiro ganho, viriam outros mais suculentos, ou de que, depois de uma perda, a alternativa era começar a ganhar. É o que prometiam os rostos sorridentes de [Cristiano](#) ou de Neymar, enquanto jogavam uma partida de póquer e arrasavam os seus rivais. Por que razão a sorte dos outros iria ser menor?

### Alegria para uns, miséria para outros

A publicidade está a fazer a sua parte – uma grande parte, poderia dizer-se: só no conceito de *marketing*, as empresas de jogo e apostas virtuais têm vindo a aumentar o investimento em publicidade: de 67 milhões de euros em 2013, a curva seguiu até aos 113 milhões de euros em 2014, para baixar apenas 10 milhões em 2017.

Em 2018, todavia, houve um aumento, acompanhando o entusiasmo desencadeado em torno do Mundial de Futebol. Assim, durante o segundo trimestre, os gastos de *marketing* subiram até aos 81 milhões de euros (mais 50 % do que em

igual período de 2017), e o mesmo se passou com os volumes de dinheiro depositado em apostas, com 609 milhões (mais 65 % do que então).

Evidentemente, a maré publicitária subiu em vários países durante os dias do Mundial. No Reino Unido, o jornalista Kevin McKenna queixava-se no [“The Guardian”](#) (24.6.2018) com um título cortante: “O Campeonato Mundial traz alegria aos adeptos e miséria aos jogadores *online*”. Segundo explicava, a “irritante” onda de anúncios de apostas *online* punha em perigo alguns milhares de famílias pobres, as que mais negativamente são influenciadas pela dependência deste passa-tempo.

“Há dezenas de casas de jogo *online* que gastam fortunas numa obscena e frenética corrida para alcançar a sua presa predileta: os homens da classe trabalhadora, com baixos salários e amantes do futebol”, diz o colunista, que considera haver ainda mais insídia na mensagem “Por favor, jogue de modo responsável”, que aparece no final dos anúncios. “Não é mais do que uma piada cruel, que de modo subliminar afirma: Por favor, jogue”.

Ora, se um futebolista de elite, adorado pelas multidões, tem na sua camisola o logótipo de uma casa de apostas, o convite fica feito “como que por descuido”. McKenna observa uma certa cumplicidade dos clubes em tudo isto. “[As autoridades do futebol] deveriam estar envergonhadas, pois de modo totalmente consciente estão a permitir que essas empresas continuem a destruir as vidas de gerações dos seus mais leais seguidores”.

O analista refere que os dois principais clubes da sua cidade, a escocesa Glasgow – que [já é a mais afetada](#) no Reino Unido pela dependência das máquinas de jogo –, são patrocinados por grandes casas de apostas. Mas por todo o lado crescem sementes: o Real Madrid conta com o patrocínio da BetCart e da Codere; o Barcelona e a Juventus, com o da Belfair; o Paris-Saint Germain, com o da Unibet, e assim por diante.

### Com o cartão do pai

Assim como o *homem Marlboro* deixou de aparecer um belo dia nas televisões e nos cartazes publicitários, graças à esmagadora evidência de que o tabagismo era porta de entrada do cancro do pulmão (de facto, cinco dos que encarnaram a personagem morreram devido a essa doença ou devido a outras relacionadas com o hábito de fumar), muitos pensam que está na hora de deixar de promover o jogo e as apostas *online*, não porque matem *per se*, mas por serem fontes de conflito e de degradação pessoal.

Em meados da década passada, a ex-senadora democrata norte-americana Blanche Lincoln, advertiu para o perigo da publicidade investida neste “entretenimento” e, em 2006, apoiou uma lei que proibia “qualquer forma de jogo que

envolva as telecomunicações estatais”. Em 2011, contudo, o Departamento de Justiça da administração Obama interpretou que essa regulamentação não incluía todos os jogos *online* – somente as apostas desportivas –, pelo que lhes deu via verde, uma decisão que não só se esquivou ao seu exame por parte do Congresso, como “deixou muitos menores de idade e viciados desprotegidos perante as práticas predatórias da indústria”.

Lincoln, que juntamente com outros políticos republicanos e democratas encabeça os esforços para conseguir que se regresses à lei de 2006, [faz uma relação](#) dos danos que já provocam o jogo e as apostas *online* nos EUA e noutros países. Na Irlanda, por exemplo, uma sondagem publicada no princípio do ano passado, mostrava que 64 % dos inquiridos reconheciam ter “talvez” um problema de dependência, e três quartos tinham tomado dinheiro emprestado ou haviam vendido alguma coisa para poder apostar. Não longe dali, no Reino Unido, um relatório do regulador estatal do setor salientava que 370 000 crianças e jovens jogam sistematicamente *online* todas as semanas, e que muitos dos já “viciados”, seja qual for o seu extrato social, roubam dinheiro aos seus pais e avós – ou aos seus tutores, no caso dos que se encontram em centros de acolhimento – para apostar. Em junho do ano passado, por exemplo, o [“The Sun”](#) (3.6.2018) referiu o caso de um adolescente de 13 anos, que tinha pegado no cartão de crédito do pai e havia gasto 80 000 libras em *apps* de apostas desportivas.

### Os jovens, mais vulneráveis

Os menores de idade, como é de supor, estão na primeira linha de risco. A sua falta de experiência e um insuficiente domínio de si mesmos são os filões aproveitados pelas empresas de apostas e jogos *online* para tentar que a sua publicidade se imponha.

Não é por acaso que, na secção júnior das *webs* de duas equipas de futebol britânicas, apareceram os logótipos de duas empresas de apostas, segundo informou a [“BBC”](#) em setembro último (7.9.2018). Podia ver-se, na [seccção infantil](#) dos Wolverhampton Wanderers, o logótipo do casino *online* W88, embora quando se clicava, já não se fosse dirigido para o referido sítio.

A psicóloga Consuelo Tomás, do Instituto Valenciano de Ludopatía y Adicciones No Tóxicas, afirma que o efeito desta publicidade é completamente negativo, “no fundamental, em relação aos jovens”. “Um adolescente que está a conformar a sua personalidade, é mais vulnerável: observa os seus ídolos desportivos e acredita naquilo que estes lhe estão a dizer. Considera que o sucesso reside no jogar, porque quem lho diz é jovem, tem fama e dinheiro, e ele quer emular esse comportamento”.

Mas não há apenas os convites das estrelas do desporto. Existem mesmo meios de comunicação “sérios” que se permitem ensinar aos inexperientes o que fazer para “triunfar”. Um diário nacional de renome diz-nos “o que devemos ter em conta quando fazemos apostas *online*”, e põe em realce as vantagens das apostas desportivas na *web* contra as de toda a vida.

As da Internet, diz, “são rápidas e económicas. Poupa-se nas filas, nos tempos de espera e nos trâmites. Isto faz das apostas *online* um jogo muito atrativo e ideal para os que estão ocupados todo o dia e não têm tempo para muito mais. Claro, desde que se desfrute como qualquer outra atividade de lazer: com moderação e responsabilidade”.

Como se vê, o lema final – comprovadamente inútil – é já bastante familiar.

### Publicidade zero, ou limitada?...

Em Espanha, o bombardeamento publicitário na televisão e noutros meios de comunicação sobre as apostas *online* – nomeadamente um anúncio em que um conhecido apresentador de concursos aparece exultante e com o punho para cima de tanto triunfar –, chamou a atenção de políticos, jornalistas e intelectuais. Justamente em finais de setembro último, a escritora Rosa Montero dirigiu-se no Twitter ao apresentador que se tinha prestado à promoção – que em certas ocasiões espreita até duas vezes num mesmo bloco de publicidade – e censurava-o: “Não vale anunciar tudo, por muito bom que seja o pagamento”.

Os políticos, por seu lado, parecem estar a reagir ao fenómeno. O governo do Partido Socialista Obrero Español (PSOE), e o Podemos, o seu aliado da ultra esquerda, forjaram uma proposta de regulação no projeto de Orçamento de 2019. Segundo o [texto](#), tendo em conta a proliferação de uma publicidade que designam de “agressiva” e que contribui para gerar “graves problemas de dependência e ludopatia”, seria imperioso “redirecionar esta situação”, pelo que, se acrescenta que haverá nova legislação sobre os anúncios de jogo e apostas na rede, a qual irá ser similar à do tabaco – atualmente, não há nenhuma publicidade do produto, com o que...–.

O governo espanhol propõe que a nova regulação inclua limitações ao consumo de jogos, além de mecanismos de identificação de padrões problemáticos; igualmente, propõe que as casas de apostas e jogos *online* se envolvam na reparação dos efeitos indesejados desta prática, e que uma percentagem da taxa que pagam por operar se destine a prevenir e minimizar as suas consequências negativas.

Provavelmente, as empresas aludidas não esperavam que a legislação fosse tão contundente, segundo explicou ao [“El País”](#) (11.10.2018) o sociólogo José Antonio Gómez Yáñez,

da Universidad Carlos III. Na sua opinião, a escalada publicitária das casas de apostas virtuais – que de 800 000 anúncios em 2016, passaram a mais de dois milhões e meio no ano seguinte – contribuiu para as colocar no foco das atenções: “Não ganharam consciência de que deixaram de ser um setor que passava despercebido, para penetrarem no jantar dos espanhóis e que iriam provocar uma reação governamental”, afirma.

Se de algum modo, sem limitar desnecessariamente a liberdade empresarial, a regulação da sua atividade ajudar a reduzir o número de “viciados” nas consultas de psicologia, assim como os episódios de depressão e delitos relacionados com a dependência, toda a sociedade – e não só os que acreditam falsamente “controlar” as apostas – poderá dizer “bingo!” com toda a propriedade.

L. L.

### Apostas “online”: perder, perder e... perder

Uma especialista no tratamento da ludopatia conversou com “Aceprensa” sobre a incidência das apostas na Internet nos menores de idade, e como tirá-los dessa dependência.

A psicóloga Consuelo Tomás, responsável do Instituto Valenciano de Ludopatía y Adicciones No Tóxicas, tomou as medidas ao jogo *online*. Quando foi fundado o seu centro, há mais de 30 anos, não existia este “passatempo”, mas havia outros modos de cair numa espiral de dependência.

“Tínhamos então adolescentes que jogavam nas máquinas de jogo dos bares, pelo que isto não é novo. O que mudou é a plataforma de jogo, mas já havia ludopatia em menores”, afirma.

— *Que diferencia uma variante de jogo de outra?*

— Entre outras coisas, que o jogo *online*, diversamente do presencial, tem o fator do anonimato. Não é a mesma coisa fazer uma aposta desportiva num bar, onde podem ver se entramos ou saímos, ou se estamos diante da máquina, *online*, pois ninguém sabe se estamos a jogar nesse momento ou não, e é um fator que tem influência.

Por outro lado, também esta variante facilita que possamos jogar a qualquer momento do dia. As pessoas que fazem apostas desportivas *online* ou jogam o póquer, poderiam estar 24 horas a jogar se o desejassem.

Deve dizer-se que aqueles jogos em que é muito curto o intervalo entre o momento em que apostamos e aquele em que sabemos se fomos premiados ou não, têm um potencial de dependência muito elevado, e também aqueles em que os participantes pensam ter uma estratégia ou consideram que os seus conhecimentos desportivos podem aumentar as suas probabilidades. É uma crença errada, mas são os que mais prendem.

Além disso, com o telemóvel podemos estar com a família numa sala da casa, e nem o/a nosso/a parceiro/a nem os nossos pais se apercebam de que estamos a apostar *online*. Ou seja, já não é o que se faz na rua: é que mesmo apostando em casa, a família pode estar à margem.

## Os pais, alheios

— *Refere-se fundamentalmente aos menores...*

— Sim. O perigo é que uma pessoa pode abrir qualquer perfil e pode falsear a sua idade. Não há forma de ver se é menor ou maior de idade. E temos tido menores que utilizaram, sem o consentimento dos seus pais, os cartões de crédito.

O problema deles é que não se está a cumprir a legislação. No jogo presencial, nas salas, não se está a controlar a idade dos que entram, porque embora exista a obrigação de pedir o cartão de cidadão, nem sempre se cumpre. E nos bares, onde existem apostas desportivas, vê-se com maior frequência menores de idade.

Atendemos rapazes viciados nas apostas *online*, cujos pais estão normalmente alheios ao que se passa. Quando começa a haver uma série de perdas económicas e uma descida no rendimento académico, é que se dão conta. A ludopatia é uma dependência muito silenciosa.

— *Como se modifica o carácter do jovem?*

— Pode deixar de lado os estudos, mudar de amizades... Prefere ficar a jogar em vez de se dedicar a outras atividades, e fica incomodado quando é interpelado. Mostra-se nervoso, irritado e um pouco agressivo, porque o que quer é recuperar o dinheiro perdido. Mas no jogo, ganhe-se ou perca-se, perde-se sempre.

## Não vale a pena fechar-se numa bolha

— *Como seria o tratamento para “retirar-lhe o vício”?*

— Dos menores que vêm acompanhados dos seus pais, alguns sentem-se culpados, envergonhados, mas outros ne-

gam o problema e estão convencidos de que poderão recuperar o dinheiro. Em ambos os casos, é importante transmitir que isto não é um vício, mas uma doença que tem solução. Não é que a pessoa jogue porque queira, mas porque quando não o faz, sente que lhe falta alguma coisa.

Há então uma primeira fase educativa e motivacional, de explicar-lhes o que acontece e que consequências pode ter não solucioná-lo. O objetivo não é que o rapaz não tenha vontade de jogar, mas que aprenda a controlar o impulso quando lhe ocorrer. É crucial que não só deixe o jogo com o qual tem problemas, mas que não se desvie para outros comportamentos de dependência ou para drogas. Não vale a pena que deixe as apostas desportivas e se passe para as máquinas de jogo.

E é fundamental prevenir uma recaída. Há que identificar as situações de risco e que a pessoa aprenda a gerar respostas adequadas para não recair. Como técnica de tratamento, inicialmente restringe-se o controlo do dinheiro ou dos estímulos relacionados com o jogo. Mas o que não podemos fazer é manter o jovem numa bolha, porque ele verá os seus amigos jogar *online*. Tem de se lhe ensinar como expor-se a estas situações, para que o desejo de jogar vá desaparecendo pouco a pouco.

— *Por último, que pediria aos responsáveis políticos sobre as apostas online?*

— Sobretudo, que haja um canal para poder comprovar se realmente o jogador é menor de idade. Mas também que se regule a publicidade, e que se limite o número de páginas *web* deste tipo, porque é inadmissível a grande acessibilidade e a proliferação do jogo em qualquer meio, seja presencial ou *online*.

Ao que parece, os políticos já estão a falar disso, a partir do esforço que estamos a efetuar com todos os profissionais. Depois, é preciso ver se se materializa, mas pelo menos já conseguimos mexer com a sensibilidade da população e dos partidos políticos.

L. L.