

Países fazem ofensiva para afastar crianças e adolescentes das bets



Afastar bets de crianças e adolescentes se tornou uma preocupação mundial

Publicidade que liga o futebol às apostas atrai o público infantojuvenil e mobiliza especialistas em diversos países; setor acredita que regulamentação resolverá problemas

RENATA CAFARDO

A atratividade das bets para crianças e jovens, principalmente pela proximidade com o futebol, tem sido motivo de preocupação em diversos países...

No Reino Unido, a Premier League, um dos mais populares campeonatos de futebol do mundo, anunciou a proibição da propaganda de bets na partida...

No Brasil, a publicidade excessiva se soma à falta de regulamentação, que só agora começa a ser enfrentada. Isso per-

mitiu também que o público infantojuvenil ficasse desprotegido e tivesse acesso a uma atividade que é proibida para menores de 18 anos.

Na França, atletas popularmente entre as crianças — como Kylian Mbappé, francês que jo-

Relatório australiano 'A publicidade dos jogos incita as crianças a jogarem e a terem comportamentos de risco'

ga no Real Madrid — não podem mais ser estrelas de propagandas de bets desde 2023. As logomarcas das empresas também não devem estar em camisetas esportivas que tenham tamanho infantojuvenil.

REFERÊNCIA. Um dos relatórios mais contundentes sobre o assunto foi publicado por uma comissão do Parlamento da Austrália no ano passado. O documento, intitulado 'Vocês Ganha um Pouco, Você Perde Muito' (em tradução livre), recomenda 31 medidas ao governo australiano para conter esse avanço das bets. Entre elas está regular a publicidade. A ex-

posição aos jogos, segundo o texto, "não tem precedentes, e nunca uma geração viveu isso antes".

O relatório ainda compara a publicidade das apostas à que foi feita no passado pela indústria do tabaco e pede, assim como foi feito no cigarro, campanhas de conscientização para crianças, famílias e escolas.

"Uma das coisas que aprendemos tão bem com o tabaco é que as mensagens contrárias são parte extremamente importante da prevenção aos danos que esses produtos podem causar aos jovens", afirma no relatório australiano a professora de Saúde Pública Samantha Thomas, da Deakin University, que foi ouvida pela comissão. Segundo ela, "as organizações esportivas, as emiss-



Atletas populares entre crianças e jovens, como o francês Kylian Mbappé, são alvo de preocupação de especialistas em diversos países.

Saiba como agir

Vaia dicas para lidar com o problema de publicidade de apostas, dicas para especialistas em diversos países.

- Compartilhe relatos com familiares que apostam para ajudar a entender o problema.
Não tente apostas como algo divertido.
Se não quiser apostar, não se comprometa.
Atenção à cultura de apostas.
Fale da risco, não com o jogo.
Educação financeira.
Apostas e jogos de azar são viciantes e podem causar danos físicos e psicológicos.

PROBLEMAS NA PUBLICIDADE

No Brasil, a publicidade de apostas é regulamentada pelo Conselho Nacional de Controle de Defesa do Consumidor (CNDCC). O documento, intitulado 'Vocês Ganha um Pouco, Você Perde Muito'...

Inadimplência por apostas afeta 1,3 milhão no País

DANIELA AMORIM
Mais de 1,3 milhão de brasileiros ficaram inadimplentes no primeiro semestre de 2024 por dívidas de apostas, segundo dados da Comissão Nacional de Defesa do Consumidor (CNDCC). O levantamento revela que o número de inadimplentes por dívidas de apostas no último ano, "geralmente acima de 10 milhões de reais, sobe para mais de 13 milhões em 2024".

AMÉRICA DO NORTE

No Reino Unido, a Premier League, um dos mais populares campeonatos de futebol do mundo, anunciou a proibição da propaganda de bets na partida...

Estados Unidos

Em 2023, o Congresso aprovou a Lei de Proteção ao Consumidor de Apostas, que exige que as empresas de apostas sejam licenciadas e regulamentadas...

BRASIL

No Brasil, a publicidade excessiva se soma à falta de regulamentação, que só agora começa a ser enfrentada. Isso permitiu também que o público infantojuvenil ficasse desprotegido...

Que observa o CNDCC

O relatório ainda compara a publicidade das apostas à que foi feita no passado pela indústria do tabaco e pede, assim como foi feito no cigarro, campanhas de conscientização para crianças, famílias e escolas.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal O Estado de S. Paulo

Seção: Metrópole **Caderno:** A **Página:** 18 e 19