

**BOLA FORA: UM ESTUDO SOBRE APOSTAS ESPORTIVAS INFORMAIS À LUZ DO
MACROMARKETING**

FRANCISCO CLAUDIO FREITAS SILVA

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

RAMON SILVA LEITE

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

BOLA FORA: UM ESTUDO SOBRE APOSTAS ESPORTIVAS INFORMAIS À LUZ DO MACROMARKETING

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o avanço de novas tecnologias e o gradativo acesso à internet expandiu radicalmente as formas e opções das pessoas apostarem, configurando dinamicidade ao mercado global de apostas (Griffiths & Killick, 2018) – que vem atraindo, para si, o foco de muitas empresas de software e tecnologia, operadoras, plataformas de mídia, fornecedores de soluções de pagamento e investidores. O mercado global de apostas chegou a US\$ 449,3 bilhões em 2018, tendo crescido a uma taxa anual composta de 4,1% desde 2014 (Research and Markets, 2019). As perspectivas futuras são de crescimento contínuo, em virtude, especialmente, do surgimento de mercados emergentes e da expansão das apostas online via celulares (James *et al.*, 2016).

Atual "galinha de ovos de ouro" das operadoras globais de apostas, as apostas esportivas são um tipo de aposta que envolve acertar o desfecho de algum acontecimento relacionado à determinada atividade esportiva. Diversos são os tipos de apostas envolvidos e inúmeros são os esportes nos quais elas são feitas, incluindo futebol, vôlei, basquete, tênis, dentre outros.

Aproveitando a ampla influência dos esportes na sociedade e se beneficiando de marcos regulatórios que contemplam o ambiente da Internet de forma incipiente (Parke *et al.*, 2014), o mercado de apostas esportivas tornou-se um importante e crescente setor não apenas no mundo das apostas, como também da economia global.

À galope deste vultoso crescimento, constata-se que segmentos informais também vêm expandindo sua atuação no mercado das apostas esportivas. Até mesmo nos países onde já existem regulações concernentes, é observado que os mercados legal e ilegal de apostas coexistem (Rolando e Scavarda, 2018), e em se tratando das apostas esportivas, este último cresceu significativamente nos últimos anos, devido à internet (IRIS, 2017).

Atrelados às operações de segmentos informais envolvendo apostas esportivas, estão os sites não-licenciados; neles são constatados os maiores níveis de problemas relacionados a apostas (Lischer, 2019), em razão de oferecerem riscos para os consumidores em termos de práticas inseguras e má reputação, além de não oferecerem padrões adequados de proteção ao consumidor (Gainsbury *et al.*, 2014). Assim, compreender os mecanismos e formas de atuação destes empreendimentos perante os consumidores de apostas esportivas configura-se relevante propósito para se averiguar os reais efeitos que o mercado paralelo de apostas esportivas pode acometer à sociedade.

Quando significativas consequências econômicas e sociais estão atreladas às atividades de marketing, cabe ao poder público implementar políticas bem delineadas que assegurem o pleno funcionamento do sistema de marketing, de modo a convergi-lo, sobretudo, às necessidades gerais da sociedade (Ho, 2005). Contudo, em se tratando de apostas esportivas, o cenário, no Brasil, ainda é nebuloso.

Os esforços do poder público em prol da legalização das apostas esportivas vieram à tona apenas recentemente. Em dezembro de 2018, o Governo Federal promulgou a Lei 13.756/2018 (Daroit, 2019), que iniciou um intervalo de tempo de dois anos para que o Ministério da Economia estabeleça a regulamentação concernente ao setor. Já em setembro de 2019 foi oficialmente publicada a proposta de decreto que orientará a regulamentação das apostas esportivas no país (Ministério da Economia, 2019).

Mesmo sem normatização referente, todavia, estima-se já existam mais de 500 sites oferecendo apostas desta natureza aos brasileiros, movimentando cifras superiores a US \$ 1 bilhão por ano (Daroit, 2019). Esse cenário indica que o mercado brasileiro de

apostas esportivas não é só uma realidade, como apresenta grande potencial para atuação de segmentos vinculados à informalidade. À vista disso, este estudo pretende explorar como segmentos informais podem operar através de sites de apostas esportivas, examinando a confluência entre as razões, formas e externalidades do envolvimento de apostadores esportivos para com este sistema de marketing.

Verificou-se escassez de estudos internacionais que abordem o mercado de apostas esportivas sob o enfoque do macromarketing, ou seja, que efetivamente investiguem as repercussões de marketing com enfoque social mais amplo, sendo, portanto, mandatário aprofundar propostas que tragam contribuições sobre o tema e estimulem conhecimento e transformações sociais. Logo, a pesquisa buscou apresentar os meandros de um mercado que opera à mercê da legalidade, explorando como segmentos informais podem operar através de sites de apostas esportivas e as nuances que abarcam as práticas de seus consumidores.

O mercado das apostas esportivas, no mundo, envolve muitas expectativas - sedimentadas pela crescente popularidade dos esportes, gradativa digitalização e tendências de legalização da atividade; não obstante, sua prática também está associada a problemas que podem abranger desde manipulação de resultados esportivos a vício em apostas. Tal cenário suscita, por parte do marketing, estudos que possam municiar políticas públicas que almejem o equilíbrio nas relações de troca, visando o fundamental interesse da sociedade em geral (Costa, 2015).

O artigo está organizado em 5 partes, além dessa introdução. Na seção 2 será discorrido sobre o macromarketing; na seção 3 contempla-se o mercado de apostas esportivas com ênfase nos seus aspectos de saúde pública e legalidade/ilegalidade; a seção 4 apresenta a metodologia adotada; enquanto que a seção 5 expõe a análise dos resultados da pesquisa, e na seção 6 são expostas as considerações finais do estudo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Macromarketing

Uma abordagem que investigue os efeitos expandidos das práticas sociais de marketing encontra cada vez mais eco em resposta às práticas de marketing atuais e seus significativos impactos na vida das pessoas (Wilkie & Moore, 2012; Layton & Grossbart, 2006). Neste contexto, a AMA (Associação Americana de Marketing), inclusive, reconsiderou sua definição de marketing, no ano de 2007, acrescentando que o “marketing é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e transacionar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade em geral”.

Gerando em seu cerne uma melhor compreensão das funções de marketing e do seu papel social, o macromarketing vai além do enfoque assente na ótica empresarial, referindo-se ao estudo de (1) sistemas de marketing, (2) impacto e consequência dos sistemas de marketing na sociedade e (3) impacto e consequência da sociedade nos sistemas de marketing (Shapiro, 2006).

O domínio do macromarketing averigua, deste modo, os diversos aspectos culturais, sociais e econômicos que o marketing propicia sobre diversas questões da vida cotidiana, podendo versar sobre particularidades como compatibilidade das práticas de marketing contemporâneas, problemas de alocação de recursos e distribuição de riquezas, análise de como as instituições afetam o meio ambiente, novas tecnologias e os valores ambientais (Schultz, 2007).

O impacto do marketing na sociedade, assim, encontra consonância com o macromarketing, e pode se dar de duas maneiras: por meio de influências culturais e

sociais ou através de políticas públicas destinadas a modificar o ambiente ou os efeitos das ações de marketing (Redmond, 2005).

A conexão entre marketing e sociedade é proposta a partir de três atores principais, que se relacionam a partir de mecanismos sociopolíticos dinâmicos: ambiente de mercado, agentes de mercado e o comportamento do mercado; sendo que este último corresponde aos resultados do processo, que pode constituir aspectos econômicos ou sociais (Ho, 2005).

Compreendendo que o marketing deve servir não apenas aos negócios, mas também aos objetivos gerais da sociedade, preconiza-se procedimentos e desempenhos do marketing compatíveis às necessidades e expectativas sociais (Layton, 2007).

A partir desta perspectiva, o macromarketing apresenta perspectivas e ferramentas que convergem para a relação entre marketing e sociedade, sendo o conhecimento e discussão de questões pertencentes ao seu núcleo, como os sistemas de marketing, instrumentos substanciais para a busca por soluções para os desequilíbrios do mundo contemporâneo (Layton & Grossbart, 2006; Shapiro & Schultz, 2009).

2.2 Mercado de apostas esportivas

As apostas esportivas têm muitos aspectos convergentes com outros tipos de apostas, entretanto, também possuem número significativo de particularidades, dentre as quais se destacam: possibilidade de se apostar durante o acontecimento de uma partida, opções intrinsecamente atreladas a peculiaridades dos esportes e crescimento vertiginoso da exposição de produtos das apostas na mídia (Lopez-Gonzalez & Griffiths, 2018).

As apostas esportivas, ao redor do mundo, eram tradicionalmente calcadas na experiência de se assistir a uma partida como forma de verificar o resultado de sua aposta feita horas ou dias antes do jogo. Entretanto, a eclosão das apostas online permitiu que apostar e assistir ao evento foco da aposta pudessem ser feitos de forma concomitante, o que proporcionou ampla sinergia entre tais setores (Griffiths *et al.*, 2018). Para os apostares, as apostas via celular se tornaram a forma preferida de se efetuá-las, representando, de acordo com as principais operadoras de apostas, cerca de 70% do contingente realizado (Lopez-Gonzalez & Griffiths, 2016).

É difícil estimar o valor total do mercado global de apostas esportivas, devido à ausência de regulamentação concernente em vários países e também pela expressiva coexistência da ilegalidade envolvendo o segmento. No entanto, estima-se que, atualmente, as apostas esportivas representam cerca de 30 a 40% do mercado global de apostas, com perspectivas otimistas de aumento (Gough, 2019).

2.1.1 Saúde Pública

As apostas esportivas representam um sedutor meio de aumentar o lazer associado ao acompanhamento de uma partida esportiva, entretanto, podem causar graves problemas financeiros, pessoais e interpessoais aos apostadores (Armstrong, Thomas, & Abbott, 2017). Estudos atestam que o crescimento do mercado de apostas esportivas está contribuindo para o aumento da incidência de apostadores problemáticos (Mercier et al, 2018) e que o número de opções de apostas ofertado está relacionado ao volume dos danos que são causados à população (Hansen & Rossow, 2012).

Além dos efeitos prejudiciais que acometem os consumidores problemáticos de apostas, há também, por conseguinte, graves consequências para famílias e comunidades, impactando significativamente no bem-estar geral da sociedade (Petry, 2016).

Existem vários fatores que podem estimular os riscos associados ao consumo de apostas esportivas, dentre eles, a prática de apostar pelo celular. Embora as apostas esportivas por meio de smartphones ofereçam conveniência, elas também possuem

recursos oportunos à manifestação de vulnerabilidades (Deans *et al.*, 2017; McCormack & Griffiths 2013; Nordmyr *et al.*, 2014). Os dispositivos móveis permitiram maior acessibilidade às apostas esportivas, remodelando as oportunidades deste mercado, que agora se encontra disponível aos consumidores 24 horas por dia, 7 dias por semana. Soma-se a isso a possibilidade de apostas sucessivas, privacidade, transações em alta velocidade, disseminação de dinheiro digital e oferta de crédito (Gainsbury *et al.*, 2013; Hing *et al.*, 2017; Hing *et al.*, 2014).

Além disso, as inovações tecnológicas estão ampliando o leque de opções envolvendo as apostas esportivas, tornando-as cada vez mais correlacionadas com problemas relacionados à apostas, dado que estes se manifestam mais em apostadores envolvidos com um número maior de apostas (Hing *et al.*, 2016). Com o celular na mão e acesso à internet, é possível apostar ao vivo e em excêntricas micro apostas, tais como "qual o minuto que sairá o próximo gol da partida que está acontecendo agora", dentre inúmeras outras opções dinâmicas que favorecem condutas impulsivas.

Outra questão é a proliferação publicitária de produtos e serviços de apostas esportivas no mundo esportivo, estimulando o consumo de produtos e serviços de apostas esportivas – calcado no alinhamento do marketing de apostas esportivas com canais especializados, símbolos e jogos esportivos (Deans *et al.*, 2017).

Sobre o perfil de apostadores esportivos identificados como vulneráveis, estudos revelam a prevalência de homens, adultos jovens com algum rendimento disponível, seguidores de eventos esportivos, instruídos, empregados ou estudantes em período integral, que jogam por uma variedade de motivações, mas especialmente por dinheiro, apostando alto e possuindo crenças mais errôneas (Russel *et al.*, 2019; Lamont *et al.*, 2011; Blaszczynski & Hunt 2011; Palmer, 2014; Hing *et al.*, 2016).

Um aspecto de risco importante atrelado ao comportamento pernicioso envolvendo apostas esportivas, em especial o futebol – esporte mais popular do planeta e líder em apostas esportivas - é o que se chama "ilusão de controle", distorção cognitiva que compreende a crença de que o envolvimento, conhecimento e experiência da pessoa com determinado esporte aprimora por demais as habilidades dela para apostar no mesmo, tornando-a mais vulnerável aos problemas de apostas (Khazaal *et al.*, 2012).

Os desafios envolvendo apostadores esportivos problemáticos são grandes, pois as apostas esportivas, por carecerem de algumas das conotações negativas associadas a outros tipos de apostas, desfrutam de uma percepção social mais clemente (Deans *et al.*, 2017). A compleição recente das apostas esportivas on-line, a ausência de estereótipos, a intangibilidade do produto e a normalização das apostas esportivas são tidos como elementos que podem levar a um aumento nos danos relacionados às apostas, pois dificultam a maneira como a sociedade percebe o problema das apostas e seus efeitos (Lopez-Gonzales *et al.*, 2018). Ao dificultar a maneira como os jogadores se veem, surgem barreiras para identificação de problemas e a busca de ajuda (Estévez *et al.*, 2017), o que gera consequências significativas no bem-estar das pessoas que sofrem de distúrbios relacionados às apostas.

Em se tratando de apostas, há ainda o agravante de que os problemas daí derivados se desenvolvem gradualmente, o que faz com que apostadores que, por ventura, busquem tratamento, só venham a aparecer nas estatísticas oficiais nos próximos anos (Wieczorek & Bujaski, 2018).

Os problemas derivados das apostas esportivas devem ser, inicialmente, examinados como uma questão social mais ampla, ao invés de focar essencialmente nos jogadores problemáticos (Gordon *et al.*, 2014). Os modelos atuais de prevenção de apostas se pautam na responsabilidade pessoal do indivíduo por seus comportamentos de jogo, o que faz com que se ignore circunstâncias mais amplas que convergem para o jogo

problemático. Para isso, deve-se levar em conta outros aspectos, tais como a interação complexa entre valores e normas socioculturais, fatores ambientais e estratégias de marketing das empresas (Thomas *et al.*, 2012). Critica-se, também, que políticas sobre apostas, sob o paradigma da saúde pública, concentram-se muito nos efeitos da regulação e dão pouca atenção aos atores envolvidos (Wieczorek & Bujaski, 2018).

2.1.2 Legalidade/Ilegalidade do mercado de apostas esportivas

Mesmo que muitos países tenham introduzido legislações em prol da legalização das apostas (Kingma, 2008), a efetividade de se combater as apostas na internet – plataforma de maior utilização dos apostadores - é questionável via instrumentos legais (Laffey *et al.*, 2016). Não é necessariamente lógico que a simples regulamentação das apostas faça com que essa indústria, outrora ilegal, seja integralmente regularizada (Ragazzo & Ribeiro, 2012).

Embora os governos possam tentar restringir o acesso apenas a provedores licenciados, um contingente expressivo de sites de apostas esportivas opera no exterior, oferecendo serviços on-line a consumidores residentes em jurisdições nas quais a operadora não possui uma licença operacional com jurisdição válida (Andreff, 2019; Banks, 2017). Operando em locais como Gibraltar, Malta e Antígua – que não proíbem explicitamente os operadores licenciados de oferecer serviços que violam a legislação em jurisdições internacionais – esses sites aceitam apostas de cidadãos da maioria dos países (Smith, 2007).

Mesmo em países onde as apostas esportivas são permitidas e há sites licenciados, os apostadores recorrem a sites do exterior devido à oferta diversificada de benefícios e produtos, melhores condições de depósito, retornos mais valorosos e diferentes experiências proporcionadas; no geral, apostadores não estão muito preocupados se determinado site em que se aposta encontra-se licenciado ou não (Gainsburty *et al.*, 2018). Tais sites possuem vantagem competitiva indevida, devido à falta de conformidade com as regras de publicidade locais e à ausência de conformidade com as regulamentações pertinentes do país (Kruse, 2002).

Sites não-licenciados são tidos como indesejáveis, pois competem com os sites licenciados internamente (Jensen, 2017), não participam das economias em que operam (Costes *et al.*, 2015) e reduzem a apuração de tributos (Gainsbury & Wood, 2011).

A regulamentação de apostas na Internet é deveras difícil e pode não ter êxito devido a dificuldades tecnológicas em limitar e restringir o acesso aos referidos sites. Entretanto, esforços que envolvam cooperação de legisladores internacionais são sugeridos (Cabot *et al.*, 2018). O interesse contínuo de buscar compreender o comportamento do consumidor no uso de sites não-licenciados também é importante para a elaboração de políticas eficazes (Gainsburty *et al.*, 2018).

Além de sites estrangeiros, constam no mercado ilegal estabelecimentos que efetuam apostas esportivas, pagando ou recebendo valores a depender do resultado das apostas. Estes estabelecimentos podem oferecer vantagens, tais como melhores probabilidades e apostas no crédito, sendo que o uso de equipamentos tecnológicos mais recentes por parte do negócio e a falta de legislação concernente dificulta a repreensão da atividade (Smith, 2007).

Associada à existência do mercado ilegal de apostas, frequentemente encontram-se, também, atividades de crime organizado (Banks, 2017; Rolando & Scavarda, 2018), que se valem do mercado de apostas como mecanismo de lavagem de dinheiro ou corrupção (Benegal, 2012). Ademais, a corrupção relacionada às apostas nos esportes aumentou consideravelmente nos últimos anos, impelidas pela globalização e digitalização do mercado mundial de apostas (Rebeggiani, 2015; De Sanctis, 2014).

3. METODOLOGIA

3.1 Estratégia da Pesquisa

Pretendendo explorar como operam sites informais de apostas esportivas, procurando entender a confluência entre as razões, formas e externalidades do envolvimento de apostadores esportivos para com estes sistemas de marketing, o presente estudo adotou um desenho de pesquisa interpretativo e qualitativo. Dados qualitativos foram coletados por meio de netnografia, entrevistas em profundidade e pesquisa documental. Dessa forma, foi possível realizar uma triangulação de fonte e de métodos.

3.2 Coleta de dados

Tencionando encontrar meios de apostar via sites informais, o primeiro autor, para conduzir a netnografia, a princípio entrou no grupo de Facebook denominado "Apostas Bet365, Betfair, Sportingbet & Brasil". O Facebook é a maior rede social do mundo e o grupo em questão pode ser considerado o mais representativo sobre apostas esportivas neste meio no Brasil, contendo 41.721 membros. Dada a feição ilícita dos empreendimentos alvo do estudo, grupos específicos de redes sociais ou indicação pessoal são os únicos meios para encontrar e se inserir em tais grupos.

Foram averiguados todos os posts do referido grupo no intervalo de uma semana, correspondendo o período de 11/03/2019 a 18/03/2019. Foram constatados, então, 2.650 posts, dos quais 60 correspondiam a anúncios relativos a sites clandestinos. Destes 60 posts, apenas duas contas concerniam à região domiciliar do pesquisador, qual seja, Belo Horizonte - MG, uma das regiões mais populosas do Brasil e intensamente envolvida com esportes, especialmente futebol.

Uma mensagem particular foi enviada a dois usuários, discorrendo sobre o propósito da pesquisa e detalhes do estudo. Destes dois usuários, apenas um concordou com a proposta, desde que nomes e filiações fossem ocultados. Desta forma, o contato procedeu para criar meu login no site e, posteriormente, me convidou para participar de um grupo de WhatsApp, no qual só entravam apostadores costumeiros do website, todos homens e também concordantes com o propósito e condições de meu estudo no ambiente.

Particpei do mencionado grupo de abril de 2019 a julho de 2019, numa experiência netnográfica que resultou em 1.700 páginas de mensagens e diário de campo de 30 páginas, que contem observações sobre a temática no estudo em tela. Como se trata de atividade não regulamentada no Brasil, e devido a isso, o acesso ao campo apresenta grandes desafios, o método netnográfico se posta como propício aos propósitos do estudo, pelo potencial de melhor capturar a natureza social dos apostadores e se entrosar com os mesmos.

Terminada a experiência netnográfica, foram realizadas, em agosto de 2019, entrevistas semiestruturadas com 08 participantes do mencionado grupo de whatsapp. Todos os entrevistadores, selecionados por conveniência, são homens, com idade entre 20 e 35 anos, e apostadores esportivos frequentes. As entrevistas, que foram norteadas por roteiro construído especificamente para esse fim, duraram de 30 a 50 minutos e o seu número total foi alcançado consoante saturação teórica, isto é, até o momento em que nenhuma informação nova parece surgir durante a codificação (Strauss & Corbin, 1998).

O objetivo de suceder às entrevistas em profundidade foi aprofundar e refinar os aspectos constatados na experiência netnográfica, fornecendo perspectiva privilegiada em relação às práticas operacionais e relações comportamentais dos envolvidos. Os questionamentos principais incluíam "Por que você utiliza este tipo de site?", "Quais os diferenciais deste tipo de site?" e "Quais as consequências do uso destes sites para você?".

Os participantes consentiram em ter as entrevistas gravadas. Eles foram informados de que a participação no estudo era totalmente voluntária e foram garantidos seus direitos de se retirar do estudo a qualquer momento, além da confidencialidade de seu gerenciamento de dados.

Além da netnografia e das entrevistas semiestruturadas, executou-se pesquisa documental, pretendendo verificar os mecanismos dos sites de apostas esportivas mais bem catalogados pelo Google Search e que contenham idioma português disponível. Ao todo, 15 sites foram verificados, com especial atenção aos critérios de inscrição e condições de depósito/pagamento nos aludidos websites.

3.3 Análise de dados

Para obtenção, análise e interpretação do material logrado, aplicamos a técnica da triangulação, especificamente, a triangulação de dados e triangulação metodológica. A triangulação de dados consiste na utilização de vários dados em uma mesma pesquisa, enquanto que a triangulação metodológica lida com o uso de vários métodos para pesquisar um único problema (Patton, 1990). Estratégia essencial para prover credibilidade, amplitude e profundidade aos estudos (Town & Serpell, 2004), a técnica de triangulação foi importante para gerar informações relevantes sobre a temática em questão.

A experiência netnográfica consistiu na primeira parte do estudo, do qual os resultados, representados pelo diário de campo e registro de conversas do WhatsApp, foram analisados mediante análise de conteúdo. Estes resultados conduziram à segunda etapa de pesquisa, fornecendo conjunto de ideias à construção do roteiro utilizado nas entrevistas semiestruturadas, das quais os dados resultantes também foram analisados por meio da análise de conteúdo e análise temática. Na terceira parte, sucedeu-se a pesquisa documental, orientada com base no propósito inicial de pesquisa. Por fim, os dados coletados foram triangulados e posteriormente classificados e agrupados conforme aderência aos objetivos do estudo.

4. RESULTADOS

4.1 Particularidades do website

Inicialmente serão pontuadas algumas peculiaridades do site “betAKi”, site informal de apostas esportivas averiguado pelo estudo. É importante ressaltar que só é permitido apostar neste site quem já possui login específico, fornecido exclusivamente pelo agente do site, ou seja, o mesmo que fora contatado via post de facebook. Conquanto que, por exemplo, para apostar na plataforma bet365 - , site de apostas internacional, que possui 19 milhões de usuários em mais de 200 países e que opera com um faturamento anual de 1,5 bilhão de libras (R\$ 5,7 bilhões) (Porterfield, 2019) – e nos demais sites tradicionais de apostas esportivas, os cadastros são comumente feitos mediante registro online, no qual são solicitadas, primeiramente, informações concernentes ao apostador, tais como nome completo, data de nascimento, endereço, e-mail e telefone de contato. Posteriormente, para prosseguir às apostas, é necessário efetuar depósito em dinheiro na conta criada.

As formas de depósito disponíveis em sites populares, legalizados em outros países, são variadas. No entanto, é impraticável realizar apostas nestas plataformas sem que antes seja realizada o pagamento referente à quantia a ser disponibilizada para apostas. Em outros termos, é impossível apostar “fiado” em tais ambientes.

Por sua vez, no site ilegal em estudo, no caso, o “betAKi”, a quantia pode ser creditada na conta sem a necessidade de pagamento antecipado – fator categórico para o

diferencial destes empreendimentos em relação aos demais. O montante a ser ali disposto depende não só da quantia solicitada pelo apostador ao agente do website, mas, sobretudo, da confiança deste para com o outro.

Outro aspecto interessante diz respeito ao “jogo responsável”, que representa termos e regras que a casa de apostas pode adotar tendo em vista atenuar problemas com apostas. A plataforma “bet365”, neste contexto, expõe, em seu site, informes referentes a estes mecanismos, que incluem limites de depósito, possibilidade de auto exclusão e contato para busca de ajuda. Enquanto que, no site investigado, nada consta em relação à ferramentas visando bem-estar e autocontrole do apostador.

De maneira a efetuar apostas no site em estudo, solicitei montante de R\$ 500,00 a ser depositado em minha conta; não obstante, a quantia de R\$ 1000,00 fora creditada. Quando questionei o motivo de me disponibilizarem quantia acima do solicitado, o agente do website respondera que “não é obrigado usar o montante total, pois acertaremos com você apenas o total utilizado”.

O acerto de contas é de periodicidade semanal. Nas segundas-feiras, impreterivelmente, o saldo é zerado, de modo com que o agente realize a conferência das apostas praticadas no login do apostador. São verificados os valores retornados de cada aposta realizada na conta e, em caso de lucro do apostador, é realizada a transferência bancária para o próprio; já em caso de perdas do apostador, o mesmo deve proceder o pagamento, também via transferência bancária.

Procedido o acerto semanal, um novo montante é creditado no login. Quanto maior a confiança estabelecida entre apostador e a banca, maior pode ser o montante creditado e, inclusive, mais dinheiro pode ser inserido mediante pedido, via whatsapp, ao agente do site, mesmo que a quantia inicialmente colocada pelo mesmo, na semana, se esgote. Em suma, ao contrário dos sites tradicionais, toda quantia a ser apostada no site em estudo é feita sem a certificação formal de pagamento, e os limites dependerão unicamente da relação de confiança do agente para com o apostador.

Acerca da flexibilidade de pagamento conferida pelo site, L.C, 26 anos, desvela que “é favorável, pois quando você quer apostar e não possui dinheiro para tal, o agente te dá o crédito, e você mesmo faz a aposta na hora que você quer; é mais fácil né?”. G.R, 27 anos, corrobora que o incentivo para se apostar pelo site em análise “é essa facilidade de se depositar, perder e a empresa liberar; essas condições de pagamento para você pagar depois”.

”Quando você usa esses sites, muitas vezes é porque você não tem dinheiro ali na hora”, explica R.M, 35 anos. Explanando, ademais, as motivações para o uso de sites que adotam estes moldes de pagamento, F.C, 28 anos, expõe que “dependendo das circunstâncias, você vai no que te dá crédito; eles têm o intermediário (agente), aí você pode usá-lo sempre pra colocar o dinheiro pra você”.

Apesar de que o primeiro autor do estudo adentrara neste espaço através de um grupo de Facebook, todos os apostadores entrevistados alegaram ter conhecido o site em questão, ou seja, betaki, mediante apresentação de amigos apostadores.

4.2 Comportamento

O esporte predominantemente debatido entre os apostadores é o futebol. ”Aposto em futebol, 100% futebol”, declara R.M, 32 anos. Tem-se que 70% e 85% do valor investido em apostas esportivas no país é na modalidade (Chaves, 2019) e o gosto particular pelo esporte mais popular do planeta revela ser fator determinante na vontade de se efetuar a aposta, o que pode ser averiguado consoante a declaração abaixo, de K.M, 28 anos:

“É o esporte que me dá prazer, que me chama atenção, que eu estudo, que eu torço, e é por esse prazer, acompanhar e saber entender do que tá falando, do que tá fazendo, isso aí é o gatilho do revólver”.

O envolvimento dos apostadores com o futebol emerge manifestações do que é alcunhado "ilusão de controle", discorrida no referencial do estudo, que se refere à distorção cognitiva que faz com que apreciadores de certo esporte acreditem ter competências elevadas para apostar no mesmo. O comentário a seguir, de Z.V, 25 anos, exemplifica esta condição:

“Se a pessoa é do meio, se ela entende, se ela gosta, se ela acompanha, ela vai ter mais autonomia, ela vai ter mais ímpeto, e isso vai realmente levando ao vício; vislumbrando ganhos e oportunidades em cima de uma coisa que lhe dá prazer”.

A pretensa afinidade dos apostadores para com o futebol os encoraja a selecionar suas opções. Ao discorrer sobre determinada partida, A.O julga que “o Tottenham está jogando bem sem Kane; certeza que ganha!”; enquanto que K.R, alega, em diferente momento, que “O que eu tenho certeza de vitória hoje e que eu vou, é Barcelona e Bayer; isso já é certo”. Até mesmo superstições são desveladas, como denota o comentário de G.T: “O que tinha que dar de zebra no campeonato, essa semana já deu, agora é a hora de apostar!”, diz o mesmo.

Apostas no clube do coração são corriqueiras e, a depender do resultado, se tornam passíveis de zombamento no grupo. “Mais uma vez coração te trai”, aponta U.W a R.D, aludindo ao fato de que uma aposta no clube de sua preferência fora perdida, convergindo com o parecer de que torcedores superestimam seu time favorito para vencer (Na *et al.*, 2018). Além disso, em caso de aposta perdida, o sujeito da aposta usualmente a condiciona a azar ou “zebra”, dificilmente interpretando o resultado a erro de análise.

As leituras e acompanhamentos dos jogos de futebol permeiam a tônica de mensagens do grupo e servem, também, como estímulo ao encorajamento de apostas por parte de outros apostadores. “Vou colocar 1k pra me apostar junto com vocês neste jogo”, informa E.U. Em distinta situação, A.T, estimula outro apostador: “Bota 5 mil nesse jogo aí e vem sofrer você também”.

Os valores envolvidos podem alcançar patamares substanciais. “Essa semana estou perdendo 7 mil já”, exprime T.E. “Preciso recuperar uns 20 mil”, confessa C.M. “Agora devo tá ganhando uns 4,5k na semana, bom demais”, assegura A.B.

Assistir à partida na qual se apostou mostra-se, muitas das vezes, ingrediente especial para praticar uma aposta. “Apostar no jogo que eu gosto de assistir influencia muito”, indica P.V, 22anos. “Estou viajando em viagem, não vou nem ver os jogos, como que aposta assim?”, responde S.T ao ser chamado para apostar em dada partida.

Os sentimentos aflorados durante o jogo apostado são regularmente compartilhados no grupo. “Caixa! Boa! Vamo! Foca comigo!”, envia T.E quando o time o qual apostou marca um gol. No mesmo momento, E.U, que também apostara e acompanhava a partida em questão, envia: “Rede! Rede! Gol!”.

Sobre as emoções despertadas pela sintonia entre assistir uma partida na qual se aposta, R.A, 31 anos assim delibera:

“Durante o jogo, é colocar em prática toda aquela expectativa e o planejamento; é um misto de emoções desde a coisa acontecendo, os gols saindo ao seu favor, até a coisa dando errado, que é mais do que normal, infelizmente; mas é um misto de emoções, desde excitação, a frustração, “opa, porque que eu não pensei isso, ah porque eu não calculei”, ou até dá certo, então é um misto de emoções, é, o jogo vai se desenvolvendo, as coisas vão dando certo, vão dando errado, uma hora pode dar certo de novo, é uma roda gigante de emoções, de

expectativa.”

E o acesso à internet via celular, para além da interação no grupo, é aparato indispensável ao apostador, como versa K.M, 28 anos:

”Facilita demais, a gente pode tá acompanhando mesmo não estando na frente da televisão, pode ser no quarto deitado, trabalhando, dirigindo, namorando; independente, se você quiser acompanhar um jogo, o seu dispositivo vai fazer um “plim” na hora dum gol, então você vai estar antenado ali, podendo fazer aposta no jogo que quiser, aonde quiser”.

Participar ativamente deste enredo dispende demasiado tempo. A oferta de jogos de futebol passíveis de serem apostados é abundante, o que faz com que as mensagens no grupo sejam profusas. “Estou estudando os jogos bem demais, bixo; estou ficando por conta”, inteira U.W. “Você vicia, você fica por conta, né?”, sintetiza F.C, 28 anos

A congruência entre disponibilidade e facilidade para apostar inflige emoções díspares, tanto em caso de vitórias, quanto de derrotas, como explica R.M, 35 anos, no comentário a seguir:

”Uma sensação de prazer e poder ganhar e, mesmo que se perca, no outro dia pode ser o seu dia da redenção, então é um círculo vicioso; quando você perde, consequentemente você vai tentar orquestrar, planejar pra tentar, pelo menos diminuir ou empatar o prejuízo, buscar esse prejuízo aí de volta; é a corrente”.

Acerca da tensão antes de uma partida apostada, K.R cita estar sempre ”preocupado de poder ganhar e pagar as contas ou de perder e afundar”. Em caso de vitória, não é raro planejar apostar ainda mais, como consequência do ganho: ”Se essa apostar entrar, vamos pra explosão depois”, fala A.T. ”Ele ganhou 30k em duas semanas e não da pra ele; todo tanto é pouco”, comenta S.T sobre os resultados de outro apostador no grupo.

E em caso de derrota, recuperar o que fora perdido torna-se obsessão. ”Vontade de pedir uns 30 mil ,40 mil agora e colocar tudo nesse jogo”, comunica G.T, logo após sucessivas apostas perdidas. ”Vou ver se vai sobrar uns 2 mil, pra ir tentando recuperar”, diz B18, quando seus resultados deflagram prejuízo.

Caso o apostador esteja em débito com as apostas, há incentivo por parte dos demais para que o mesmo possa sair da circunstância em que se encontra: ”Tô perdendo muito essa semana, mas vou recuperar, estou confiante”, enuncia C.M a R.D, que o responde, logo em sequência: ”Se você colocar uns 20 mil nesses jogos aqui, você ganha 10 e resolve”.

Quando se perde um jogo e vem a vontade de apostar mais, porém não há crédito no site, G.R, 27 anos, revela como procede: ”Dou um jeito, peço crédito na banca, peço amigo para avalizar, mas dou um jeito, não fico sem apostar não”, externando gatilhos que a não-aceitação do prejuízo pode despontar.

O panorama percorrido a seguir, por LC, 26 anos, ajuda a situar os ardis que a derrocada pode semear:

“É aquela coisa, né? Perde e a pessoa: “não, hoje eu vou recuperar; hoje é meu dia de sorte”, daí quando vê, já pode estar em um buraco na verdade, né? Psicologicamente, mentalmente envolvido, então é um círculo vicioso”.

Sobre o que pode dificultar a pessoa a apostar, P.V, 22 anos, relata que ”é a falta de dinheiro, a única coisa que dificulta uma pessoa de apostar; falta de acesso a dinheiro ou métodos de depósito, confiança dos credores”.

4.3 Externalidades

Atesta-se que os sites informais podem implicar em vultosas perdas financeiras aos apostadores tidos como compulsivos, o que é dilucidado pelos comentários a seguir:

K.M, 28 anos: Essas casas que possibilitam depósitos fiado é onde eu tive a maior perda; justamente pela falta de controle, de você poder executar o jogo para você mesmo antes de você poder oferecer garantias bancárias e tudo; porque nas casas esportivas sérias, grandes, de renome e tudo, é onde você só aposta se você tem a garantia do saldo, se você fez a transferência de tudo.

R.M, 35 anos: Você perde um jogo, você não tem dinheiro para pagar e aí você tem um crédito; você vai lá, pega o crédito de novo e tenta recuperar, e vai e perde de vez. Aonde vem o baque grande.

Os dispêndios frequentemente atingem cifras elevadas: "Já perdi uns quatrocentos mil reais neste site", alega LC, 26 anos. "Perdi uns 75 mil reais ao todo", R.A, 31 anos. Quando questionados sobre a pior derrota consequente de apostas, as respostas abaixo ajudam, para mais, a depreender as condições que intercalam a execução de apostas sujeitas a altos riscos financeiros:

R.A, 31 anos: A pior derrota é a que eu vou pagar por um bom tempo. (Risos). Eu já "tava" com 30 mil de débito e pra tentar salvar uma aposta, uma dívida de 30 mil, eu tive que "reapostar" mais 30 mil, foi onde abriu um rombo de 60 mil, que eu ainda não terminei de pagar. Foi num momento de instabilidade, de emocionalmente buscar uma perda, e eu fui, enfim dobrei, no que eu dobrei, eu dobrei meu buraco também. Então essa foi a pior derrota.

LC, 26 anos: Pior foi essa aí, do Uruguai. Financeira que você fala foi essa. Mais de duzentos mil reais. Feita pra recuperar um prejuízo anterior.

As sensações diante de uma derrota em tais circunstâncias são desconcertantes. "Depois que perde muito dinheiro você se sente sem saída, financeiro, emocional; você não tem o que fazer mais não", argumenta Z.V, 25 anos. "Eu já cheguei a buscar recursos de forma mais irresponsável, sim, já busquei empréstimos, já fiquei devendo", repara F.C, 28 anos. "Conheço vários amigos que já recorreram a dinheiro que não tinham para poder apostar", verifica G.R, 27 anos.

E as perdas não se resumem ao aspecto financeiro:

F.C, 28 anos: Perca de tempo, no trabalho, você focado nas apostas vendo jogo, vendo esses trem, te estressando, aí você desconta isso no que você tem que fazer.

P.V, 22anos: Toma o dia inteiro praticamente, você fica o dia inteiro por conta. Aposta em jogo de manhã, de tarde, de noite, fica o dia inteiro analisando o que você vai fazer. Praticamente você vive pra isso. Além de afastamento de Deus, crise no namoro, briga na família, decadência no trabalho.

G.R, 27 anos: Você aposta e você fica por conta, o dia inteiro vidrado naquilo ali. "Nossa meu Deus do Céu, vai sair um gol não vai?!" Tipo assim, seus hormônios ficam todos alterados, você muda o seu dia a dia muito radicalmente.

As externalidades negativas, além disso, não acometem apenas o próprio apostador. "Quando perde você fica puto, fica triste, o povo, o pessoal de casa repara", atenta K.M, 28 anos. "Já menti muito por causa de jogo", constata R.A, 31 anos. "Já tive briga com namorada. Porque você fica, você vive pra isso e elas acham ruim né, o tempo todo que esta com você, você está lá no celular, mexendo conversando, vendo o que que você vai fazer", verifica LC, 26 anos.

Com relação à opinião familiar sobre a recorrente prática das apostas esportivas,

as respostas a seguir traduzem as percepções sucedidas:

Z.V, 25 anos: A opinião é totalmente negativa, até porque presenciaram e viram que cheguei a perder alguns valores e tudo. Diversas vezes já tentaram fazer eu parar, diversas vezes cortaram crédito.

F.C, 28 anos: Odeiam isso. Já falaram pra eu parar, pararam de dar dinheiro, cortando o soro (risos).

Apesar dos problemas elencados, nenhum dos apostadores ou familiares considerou que as adversidades experimentadas são suscetíveis de ajuda profissional.

5. CONCLUSÃO

Apostar em esportes por meio de plataformas online tem se tornado algo popular em muitos países. Entretanto, pouco se sabe acerca da atuação de segmentos informais envolvendo este mercado na internet. Este estudo explorou empiricamente como segmentos informais operam por meio de sites de apostas esportivas, examinando a confluência entre as razões, formas e externalidades do envolvimento de apostadores esportivos para com este sistema de marketing.

Os dados demonstraram que segmentos informais têm se valido de domínios similares aos de sites tradicionais para suas operações. Todavia, ao contrário de sites convencionais que, apesar de ainda ilegais no país, ao menos se adequam a normas internacionais de jogo responsável, websites como o contemplado pelo estudo, por sua vez, desconsideram estas responsabilidades, acentuando as condições de vulnerabilidade relacionadas a apostadores compulsivos.

Sendo a relação de confiança entre o apostador e o agente do site o único critério preponderante para concretizar transações no site, esta flexibilidade de pagamento congregada à facilidade para executar apostas esportivas online culmina em circunstâncias melindrosas aos apostadores, comumente afligidos pelo que se denomina ilusão de controle, decorrente do alto envolvimento dos mesmos com o esporte de sua preferência.

Ademais, peculiaridades como assistir à partida em que se vai apostar e a interação frequente com outros apostadores excitam, sobremaneira, a busca pela aposta, que desencadeia, consigo, miríade de emoções díspares no decorrer dos jogos. Toda esta trama acarreta externalidades demasiado negativas ao apostador e seu entorno social.

Despendimento excessivo de tempo, perda de produtividade no trabalho, deterioração de relações sociais e exorbitantes prejuízos financeiros são algumas das consequências averiguadas. Apesar dos malefícios que foram apurados juntamente à prática desenfreada de apostas esportivas, não há percepção, por parte das famílias e dos próprios apostadores, de que tais situações careçam de observação médica ou psicológica profissional; o que denota a pouca familiaridade ou conhecimento dos brasileiros com relação a apostas esportivas.

Este estudo parece ser o primeiro a explorar os meandros das operações de segmentos informais envolvendo apostas esportivas no Brasil, com especial enfoque aos consumidores e às consequências da relação entre marketing e sociedade ali distinguidas. Assim, são providas evidências para ações regulatórias categóricas, tendo em vista a expansão desse mercado no país, a despeito da informalidade do mesmo. Além disso, as evidências aqui abordadas podem contribuir para orientar o aprimoramento de medidas de jogo responsável, como forma de atenuar as externalidades sociais negativas oriundas do mercado de apostas esportivas online. Problemas com apostas esportivas são uma área negligenciada do debate atual no país, o que se torna ainda mais problemático, tendo em

vista que o brasileiro é historicamente pouco socializado com a prática de apostas. Apesar dos inúmeros problemas individuais e sociais que podem advir do consumo problemático de apostas esportivas, simplesmente inexistente uma perspectiva de saúde pública por parte do poder público no que tange ao assunto

O combate ao mercado ilegal de apostas esportivas se mostra necessário e urgente, tendo-se em vista não só o reflexo de tal atividade aos apostadores e seu entorno, assim como à integridade do esporte. Quando se aposta ilegalmente, impede-se o devido monitoramento da operação, facilitando a prática de manipulação de resultados esportivos, dentre outras transgressões; e, ainda, a pouca familiaridade da sociedade com a atividade de apostas, somada à dinamicidade das inovações envolvendo apostas esportivas online, tornam o contexto seriamente hostil aos consumidores deste mercado e perigosamente propício à disseminação de segmentos ilegais neste ambiente.

A despeito das contribuições do presente estudo, cabe mencionar algumas limitações do mesmo. O estudo discutiu uma realidade muito específica, qual seja, a operação de segmentos informais por meio de sites de apostas esportivas, que pode se alterar em contextos com regulamentos ou culturas de jogo muito diferentes. Também, dada a especificidade do grupo-alvo (apostadores de sites esportivos informais residentes de Belo Horizonte - MG, o número de participantes foi considerado suficiente para explorar os intuítos do estudo, mas não podem ser considerados representativos de condutas generalizadas com relação a apostadores esportivos brasileiros.

Por fim, embora este artigo esclareça formas de atuação do segmento e assinale comportamentos e consequências concernentes ao consumo dos referidos sites, faz-se necessária uma abordagem categórica que permita estimar o real tamanho deste mercado paralelo no país. Dificultar a atuação de sites não-licenciados, que ignoram a adoção dos critérios de jogo responsável, deveria ser integralmente considerado nas regulações vindouras; bem como externar, à sociedade, advertências sobre o consumo problemático de apostas esportivas, se torna um desafio mandatário ao poder público.

REFERÊNCIAS

- Andreff, W. (2019). Match-Fixing. In *An Economic Roadmap to the Dark Side of Sport* (pp. 13-52). Palgrave Pivot, Cham.
- Armstrong, A. R., Thomas, A., & Abbott, M. (2017). Gambling participation, expenditure and risk of harm in Australia, 1997-98 and 2010-11. *Journal of Gambling Studies*, 1-20.
- Banks, J. (2017). *Gambling, crime and society*. Springer. London: Palgrave Macmillan.
- Benegal, V. (2013). Gambling experiences, problems and policy in India: a historical analysis. *Addiction*, 108(12), 2062-2067.
- Blaszczynski, A., and Hunt, C. (2011). *Online Sports Betting has Created New Generation of Problem Gamblers*. Sydney, NSW: The University of Sydney.
- Cabot, A., Manteris, A., Hill, D., Sutcliffe, M., & Mintas, L. (2018). Sports integrity roundtable discussion. *Gaming Law Review*, 22(8), 485-496.
- Chaves, L. (2019). *Regulamentação de apostas esportivas amplia preocupação com resultados*. Retrieved from <http://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2019-10/regulamentacao-de-apostas-esportivas-amplia-preocupacao-com-resultados>
- Costa, F. J. da (2015). *Marketing e Sociedade*. João Pessoa: Editora UFPB.
- Costes, J. M., Kairouz, S., Eroukmanoff, V., & Monson, E. (2016). Gambling patterns and problems of gamblers on licensed and unlicensed sites in France. *Journal of Gambling Studies*, 32(1), 79-91.
- Daroit, G. (2019). *Brasil, o bilhete da vez nas apostas esportivas*. *Jornal do Comércio*. 22/04/2019. Retrieved from

https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/cadernos/empresas_e_negocios/2019/04/679514-brasil-o-bilhete-da-vez-nas-apostas-esportivas.html

- De Sanctis, F. M. (2014). *Football, gambling, and money laundering: A global criminal justice perspective*. Springer.
- Deans, E. G., Thomas, S. L., Daube, M., & Derevensky, J. (2017). The role of peer influences on the normalisation of sports wagering: a qualitative study of Australian men. *Addiction Research & Theory*, 25(2), 103-113.
- Estevez, A., Jáuregui, P., Sanchez-Marcos, I., López-González, H., & Griffiths, M. D. (2017). Attachment and emotion regulation in substance addictions and behavioral addictions. *Journal of behavioral addictions*, 6(4), 534-544.
- Gainsbury, S., & Wood, R. (2011). Internet gambling policy in critical comparative perspective: The effectiveness of existing regulatory frameworks. *International Gambling Studies*, 11, 309-323.
- Gainsbury, S. M., Blankers, M., Wilkinson, C., Schelleman-Offermans, K., & Cousijn, J. (2013). Recommendations for international gambling harm-minimisation guidelines: Comparison with effective public health policy. *Journal of Gambling Studies*, 30(4), 771-788.
- Gainsbury, S. M., Russell, A. M., Hing, N., & Blaszczynski, A. (2018). Consumer engagement with and perceptions of offshore online gambling sites. *New Media & Society*, 20(8), 2990-3010.
- Gainsbury, S., Blankers, M., Wilkinson, C., Schelleman-Offermans, K., & Cousijn, J. (2014). Recommendations for International Gambling Harm-Minimisation Guidelines: Comparison with Effective Public Health Policy. *Journal of Gambling Studies*. 30. 771-788.
- Gordon, R., & Chapman, M. (2014). *Brand community and sports betting in Australia*. Melbourne: Victorian Responsible Gambling Foundation.
- Gough, C. (2019). Sports Betting and Gambling Market/Industry - Statistics & Facts. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/1740/sports-betting/>
- Griffiths, M. D., & Killick, E. A. (2018). The psychology of in-play betting: a brief overview. *Casino & Gaming International*, 34, 41-47.
- Hansen, M. B., & Rossow, I. M. (2012). Does a reduction in the overall amount of gambling imply a reduction at all levels of gambling?. *Addiction Research & Theory*, 20(2), 145-152.
- Hing, N., Chorney, L., Blaszczynski, A., Gainsbury, S. M., & Lubman, D. I. (2014). Do advertising and promotions for online gambling increase gambling consumption? An exploratory study. *International Gambling Studies*, 14(3), 394-409.
- Hing, N., Russell, A. M., Li, E., & Vitartas, P. (2017). Does the uptake of wagering inducements predict impulse betting on sport?. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 146-157.
- Hing, N., Russell, A. M., Vitartas, P., & Lamont, M. (2016). Demographic, behavioural and normative risk factors for gambling problems amongst sports bettors. *Journal of Gambling Studies*, 32(2), 625-641.
- Ho, S. Evolution versus tradition in marketing systems: the Hong Kong food-retailing experience. *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 24, n. 1, p. 90-99, 2005.
- IRIS. (2017). *Preventing Criminal Risks Linked to the Sports Betting Market*. Paris: Institut des Relations Internationales et Stratégiques. Disponível em: https://ethisport.com/wp-content/uploads/2017/06/PRECRIMBET_2017_FINAL.pdf
- James, R. J., O'Malley, C., & Tunney, R. J. (2016). Loss of control as a discriminating factor between different latent classes of disordered gambling severity. *Journal of*

- Gambling Studies*, 32(4), 1155-1173.
- Jensen, C. (2017). Money over misery: restrictive gambling legislation in an era of liberalization. *Journal of European Public Policy*, 24(1), 119-134.
- Khazaal, Y., Chatton, A., Billieux, J., Bizzini, L., Monney, G., Fresard, E., ... & Khan, R. (2012). Effects of expertise on football betting. *Substance abuse treatment, prevention, and policy*, 7(1), 18.
- Kingma, S. F. (2008). Dutch casino space or the spatial organization of entertainment. *Culture and Organization*, 14(1), 31-48.
- Kruse, H. (2002). Narrowcast technology, interactivity, and the economic relations of space: The case of horse race simulcasting. *New Media & Society*, 4(3), 385-404.
- Laffey, D., Della Sala, V., & Laffey, K. (2016). Patriot games: The regulation of online gambling in the European Union. *Journal of European Public Policy*, 23(10), 1425-1441.
- Lamont, M., Hing, N., & Gainsbury, S. (2011). Gambling on sport sponsorship: A conceptual framework for research. *Sport Management Review*, 14(3), 246-257.
- Layton, R. A. & Grossbart, S. (2006). Macromarketing: past, present, and possible future. *Journal of Macromarketing*, 26(2), 193-213.
- Layton, R. A. (2007). Marketing Systems – a core macromarketing concept. *Journal of Macromarketing*. 27(3), 227-242.
- Lischer, S. (2019). The Harmful effects of illegal gambling: A public health issue. *17th International Conference on Gambling and Risk Taking*. Las Vegas, EUA.
- Lopez-Gonzalez, H., & Griffiths, M. D. (2016). Is European online gambling regulation adequately addressing in-play betting advertising?. *Gaming Law Review and Economics*, 20(6), 495-503.
- Lopez-Gonzalez, H., & Griffiths, M. D. (2018). Understanding the convergence of markets in online sports betting. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(7), 807-823.
- Lopez-Gonzalez, H., Estévez, A., & Griffiths, M. D. (2018). Internet-based structural characteristics of sports betting and problem gambling severity: Is there a relationship?. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(6), 1360-1373.
- McCormack, A., & Griffiths, M. D. (2013). A scoping study of the structural and situational characteristics of internet gambling. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 3(1), 29-49.
- Mercier, J., Sévigny, S., Jacques, C., Goulet, A., Cantinotti, M., & Giroux, I. (2018). Sports bettors: a systematic review. *Journal of Gambling Issues*, 38.
- Ministerio da Economia. (2019). Minuta. Retrieved from http://www.economia.gov.br/aceso-a-informacao/participacao-social/consultas-publicas/arquivos/cp-02_minuta-de-decreto.docx.
- Na, S., Su, Y., & Kunkel, T. (2019). Do not bet on your favourite football team: the influence of fan identity-based biases and sport context knowledge on game prediction accuracy. *European Sport Management Quarterly*, 19(3), 396-418.
- Nordmyr, J., Forsman, A. K., Wahlbeck, K., Björkqvist, K., & Österman, K. (2014). Associations between problem gambling, socio-demographics, mental health factors and gambling type: sex differences among Finnish gamblers. *International Gambling Studies*, 14(1), 39-52.
- Palmer, C. (2014). *Sports betting research*. Hobart: Department of Health and Human Services.
- Parke A, Harris A, Parke J, et al. (2014) Responsible Marketing and Advertising in Gambling: A Critical Review. *The journal of gambling business and economics*

8(3): 21–35.

- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Petry, N. M. (2016). Gambling Disorder: The first officially recognized behavioral addiction. In N. M. Petry (Ed.), *Behavioral Addictions: DSM-5® and Beyond* (pp. 7–42). New York: Oxford University Press.
- Porterfield, C (2019). *Bet365 Founder Wins Big With \$423 Million Payout As Online Gambling Booms*. Forbes. 12/04/2020. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/carlieporterfield/2019/12/18/bet365-founder-wins-big-with-423-million-payout-as-online-gambling-booms/#3bcd6bb838e6>
- Ragazzo, C. E. J., & Ribeiro, G. S. A. (2012). O dobro ou nada: a regulação de jogos de azar. *Revista Direito GV*, 8(2), 625-649.
- Rebeggiani, L. (2015). Use and Misuse of Regulation in Fighting Betting Related Corruption in Sport - The German Example. *MPRA Paper* No. 68610.
- Redmond, W. H. (2005). Intrusive promotion as market failure: How should society impact marketing?. *Journal of Macromarketing*, 25(1), 12-21.
- Research and Markets, 2019 - <https://www.businesswire.com/news/home/20190606005537/en/Global-Gambling-Market-Reach-565-Billion-2022>
- Rolando, S., & Scavarda, A. (2018). Italian Gambling Regulation: Justifications and Counter-Arguments. In: *Gambling Policies in European Welfare States*, Hrsg. M. E., Virve Marionneau, Janne Nikkinen, 59-82. Helsinki, Finland: Palgrave.
- Russell, A. M., Hing, N., & Browne, M. (2019). Risk factors for gambling problems specifically associated with sports betting. *Journal of Gambling Studies*, 35(4), 1211-1228.
- Shapiro, S. (2006). Macromarketing: Origins, development, current status and possible future direction. *European Business Review*. 18. 307-321.
- Shultz, C. J. (2007). Marketing as constructive engagement. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26(2), 293-301.
- Smith, G. (2007). Gambling and Sport. In: G. Ritzer & C. Rojek (Eds.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. JohnWiley & Sons, Ltd.
- Shapiro, S. J., & Shultz, C. J. (2009). Macromarketing, controversy and economic development. *European Business Review*. 21(4), . 313-325.
- Strauss, A. & Corbin, J., (1998). *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Thomas, S. L., Lewis, S., McLeod, C., & Haycock, J. (2012). “They are working every angle”: A qualitative study of Australian adults’ attitudes towards, and interactions with, gambling industry marketing strategies. *International Gambling Studies*, 12(1), 111–127.
- Towns, D. P., & Serpell, Z. (2004). Successes and Challenges in Triangulating Methodologies in Evaluations of Exemplary Urban Schools. *New Directions for Evaluation*, 101, 49-62.
- Wieczorek, Ł., & Bujalski, M. (2018). After the storm: an analysis of gambling legislation in Poland and its effects. In: Egerer M., Marionneau V., Nikkinen J. (eds) *Gambling Policies in European Welfare States*. Work and Welfare in Europe. Palgrave Macmillan, Cham
- Wilkie, W. L. & Moore, E. S. (2012). Expanding our understanding of marketing in society. *Journal of the Academy Science*, 4.