CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Lucas Delgado Garcia de Azevedo

Entre o entretenimento e o dano: um estudo sobre evolução e impactos socioeconômicos do mercado brasileiro de apostas *on-line*

Belo Horizonte
2026

Lucas Delgado Garcia de Azevedo

Entre o entretenimento e o dano: um estudo sobre evolução e impactos socioeconômicos do mercado brasileiro de apostas *on-line*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Hermes Augusto Oliveira Rabelo

Belo Horizonte

2026

Azevedo, Lucas Delgado Garcia de
A994e Entre o entretenimento e o dano: um estudo sobre evolução e impactos socioeconômicos do mercado brasileiro de apostas *on-line* / Lucas Delgado Garcia de Azevedo. – 2026.
64 f.

Trabalho de conclusão de curso apresentado no curso de graduação do Programa de Graduação em Administração do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais.
Orientador: Hermes Augusto Oliveira Rabelo.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Departamento de Ciências Sociais Aplicadas.

1. Jogos de apostas na internet – Brasil – Aspectos psicológicos – Teses. 2. Jogos de azar – Teses. 3. Pobreza – Teses. 4. Finanças pessoais – Teses. 5. Escolha (Psicologia) – Teses. I. Rabelo, Hermes Augusto Oliveira. II. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. III. Título.

CDD 339.46081

Elaboração da ficha catalográfica pela bibliotecária Jane Marangon Duarte, CRB 6ª 1592 / Cefet/MG

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - NG

ATA Nº 20 / 2026 - DCSA (11.56.04)

Nº do Protocolo: 23062.032927/2026-27

Belo Horizonte-MG, 25 de junho de 2026.

ATA DE DEFESA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

No dia **15/06/2026**, às **15:30** horas, em sala virtual da plataforma "Conferência Web" – Rede Nacional de Pesquisa (https://conferenciaweb.rnp.br/), reuniram-se os professores **Hermes Augusto Oliveira Rabelo** (Orientador e Presidente da Banca), **Lucélia Viviane Vaz Raad** (Membro I) e **Priscila Gomes de Castro** (Membro II), para participarem da banca de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Entre o entretenimento e o dano: um estudo sobre evolução e impactos socioeconômicos do mercado brasileiro de apostas on-line** de autoria do(a) aluno(a), **Lucas Delgado Garcia de Azevedo** como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II. Após a apresentação do trabalho, o(a) aluno(a) foi arguido(a) pelos membros da banca. A banca de avaliação reuniu-se para deliberar e, considerando que o trabalho atende aos requisitos técnicos e acadêmicos, o(a) aluno(a) foi considerado(a) aprovado(a). Nada mais havendo a tratar, o(a) Presidente da Banca declarou encerrada a sessão. Para constar, foi lavrada esta ata que será assinada pelo Presidente e demais membros da Banca Examinadora.

Banca Examinadora:

(Assinado digitalmente em 25/06/2026 09:11)
HERMES AUGUSTO OLIVEIRA RABELO
PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO
CIFG (11.51.04)
Matrícula: 2975841

(Assinado digitalmente em 26/06/2026 08:38)
LUCELIA VIVIANE VAZ RAAD
PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO
DCSA (11.56.04)
Matrícula: 1325886

(Assinado digitalmente em 26/06/2026 08:13)
PRISCILA GOMES DE CASTRO
PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO
DCSA (11.56.04)
Matrícula: 1155902

Visualize o documento original em **https://sig.cefetmg.br/public/documentos/index.jsp** informando seu número: **20**, ano: **2026**, tipo: **ATA**, data de emissão: **25/06/2026** e o código de verificação: **da2079a278**

RESUMO

O mercado brasileiro de apostas *on-line* passou por uma expansão acelerada nos últimos anos, acompanhando o avanço tecnológico, a popularização dos *smartphones* e o crescimento de campanhas publicitárias voltadas ao consumo das chamadas "*bets*". Nesse cenário, o presente estudo tem como objetivo analisar como a evolução desse mercado impacta a população brasileira sob a perspectiva socioeconômica, articulando conceitos de economia comportamental, arquitetura de escolha, design de plataformas digitais e regulação estatal. A pesquisa, de natureza aplicada e abordagem qualitativa, utilizou fontes secundárias provenientes de relatórios institucionais, literatura científica, dados governamentais e levantamentos nacionais sobre perfil dos apostadores. Os resultados indicam que a combinação entre acessibilidade tecnológica, meios de pagamento instantâneos e mecanismos persuasivos das plataformas contribui para decisões impulsivas, aumento do comportamento de *chasing* (tentativa de recuperar perdas) e uso recorrente de salário, crédito e reservas emergenciais para sustentar apostas, especialmente entre jovens adultos das classes C, D e E. Evidências apontam que as apostas *on-line* competem diretamente com despesas essenciais, ampliam a inadimplência, reforçam ciclos de endividamento e se associam a sintomas emocionais como ansiedade, impulsividade, insônia e deterioração de vínculos familiares, caracterizando um problema que ultrapassa o âmbito financeiro, com potencial para atingir a saúde pública. A regulamentação introduzida pela Lei nº 14.790/2023 representa avanço importante, mas ainda insuficiente diante da velocidade de expansão do setor e dos mecanismos comportamentais explorados pelas plataformas. Os achados reforçam a necessidade de políticas complementares de educação financeira, mitigação de riscos e promoção de práticas de consumo responsável. Dessa forma, as apostas *on-line* configuram um fenômeno complexo, no qual fatores econômicos, tecnológicos e psicológicos se entrelaçam, produzindo efeitos significativos no bem-estar social e exigindo atenção contínua do Estado, da sociedade e da academia.
Palavras-chave: apostas *on-line*; economia comportamental; endividamento; saúde financeira; regulação; arquitetura de escolha.

ABSTRACT

The Brazilian online betting market has experienced rapid expansion in recent years, driven by technological advances, the widespread adoption of smartphones, and the growth of advertising campaigns promoting the consumption of so-called “bets.” Against this backdrop, this study aims to analyze how the evolution of this market impacts the Brazilian population from a socioeconomic perspective, integrating concepts from behavioral economics, choice architecture, digital platform design, and government regulation. The research, which is applied in nature and employs a qualitative approach, utilized secondary sources drawn from institutional reports, scientific literature, government data, and national surveys on the profile of bettors. The results indicate that the combination of technological accessibility, instant payment methods, and the platforms’ persuasive mechanisms contributes to impulsive decisions, increased “chasing” behavior (attempts to recoup losses), and the recurring use of wages, credit, and emergency savings to fund gambling, especially among young adults in socioeconomic classes C, D, and E. Evidence suggests that online gambling competes directly with essential expenses, increases delinquency, reinforces cycles of debt, and is associated with emotional symptoms such as anxiety, impulsivity, insomnia, and the deterioration of family ties, characterizing a problem that goes beyond the financial realm and has the potential to impact public health. The regulations introduced by Law No. 14,790/2023 represent an important step forward, but they remain insufficient given the sector’s rapid expansion and the behavioral mechanisms exploited by the platforms. The findings underscore the need for complementary policies focused on financial education, risk mitigation, and the promotion of responsible consumption practices. Thus, online gambling constitutes a complex phenomenon in which economic, technological, and psychological factors intertwine, producing significant effects on social well-being and requiring continuous attention from the government, society, and academia.

Keywords: online gambling; behavioral economics; indebtedness; financial health; regulation; choice architecture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – *Return To Player* (RTP) do *Fortune Tiger* (Jogo do Tigrinho) 20
Figura 2 – Panorama visual do *Fortune Tiger* (Jogo do Tigrinho) 22
Figura 3 – Panorama visual do *Aviator* (Jogo do Aviãozinho) 23
Figura 4 – *Boosts* de *odds* e apostas melhoradas 29
Figura 5 – Panorama visual atrativo do *Fortune OX* (Jogo do tourinho) 31
Figura 6 – Panorama visual chamativo do Fortune Dragon (Jogo do Dragão)... 31
Figura 7 – Panorama visual apelativo (Cash Mania) 32
Figura 8 – Interface de aposta esportiva (botão de *Cash Out)* *33*
Figura 9 – Mapa do patrocínio (Ibope Repucom) 35
Figura 10 – Perfil dos apostadores brasileiros 43
Figura 11 – O que os apostadores fazem com os ganhos? 45
Figura 12 – Tempo de início nas apostas esportivas on-line 45
Figura 13 – Frequência da realização das apostas esportivas 46
Figura 14 – A relação dos inadimplentes com apostas 48
Figura 15 – Motivos dos apostadores inadimplentes começarem a apostar 49
Figura 16 – Principais fontes de renda para apostas 50
Figura 17 – Motivos para apostar 50
Gráfico 1 – Ranking de estimativa de faturamento do setor de apostas *on-line* em 2025 em bilhões de dólares 41
Gráfico 2 – Perfil de gênero dos apostadores *on-line* no Brasil (2025) 42
Gráfico 3 – Perfil de faixa etária dos apostadores *on-line* no Brasil (2025) 42
Tabela 1 – Comprometimento de renda das apostas por faixa etária 46
Tabela 2 - Despesas familiares e seus impactos na renda 47

LISTA DE SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

CDB – Certificado de Depósito Bancário

CID-11 – Classificação Internacional de Doenças – 11ª Revisão

CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária

CPA – *Cost Per Acquisition*

FATF-GAFI – *Financial Action Task Force* / *Groupe d'Action Financière*

FOMO – *Fear of Missing Out*

GGR – *Gross Gaming Revenue*

IAGR – *International Association of Gaming Regulators*

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICD-11 – *International Classification of Diseases – 11th Revision*

KYC – *Know Your Customer*

LDWs – *Losses Disguised as Wins*

OMS – Organização Mundial da Saúde

PIX – Sistema de Pagamentos Instantâneos

POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares

PwC – *PricewaterhouseCoopers*

RNG – *Random Number Generator*

RTP – *Return To Player*

SPA – Secretaria de Prêmios e Apostas

UK – *United Kingdom*

UKGC – *United Kingdom Gambling Commission*

UNIFESP – Universidade Federal de São Paulo

WHO – *World Health Organization*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 10
1.1 Problema de Pesquisa 11
1.2 Objetivos 11
1.2.1 Objetivo geral 11
1.2.2 Objetivos específicos 12
1.3 Justificativa 12
2. REFERENCIAL TEÓRICO 13
2.1 Apostas: Origem e evolução 14
2.2 Tipologias das apostas on-line no Brasil e seus mecanismos 18
2.2.1 Apostas esportivas 18
2.2.2 Cassinos 19
2.2.3 Jogos eletrônicos de RNG: slots e crash 21
2.3 Fundamentos da economia comportamental aplicados às apostas 24
2.3.1 Racionalidade limitada e teoria dos prospectos 24
2.3.2 Vieses cognitivos relevantes, estado emocional e tomada de decisão: otimismo, ancoragem, viés do jogador e ilusão de controle 26
2.4 Ampliação dos danos: arquitetura de escolha, design das plataformas e publicidade nas apostas on-line 28
2.4.1 Arquitetura de escolha: fricção, “nudges” e “sludge” no funil digital 28
2.4.2 Design das plataformas 31
2.4.3 Publicidade nas apostas on-line 34
2.5 O marco regulatório das apostas on-line 36
3. METODOLOGIA 39
3.1.1 Natureza 39
3.1.2 Abordagem 40
3.1.3 Objetivos 40
3.1.4 Fontes referenciais 41
4. ANÁLISE SOCIOECONÔMICA DAS APOSTAS ON-LINE 42
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 55
REFERÊNCIAS 57

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o mercado de apostas *on-line* se consolidou como um segmento de entretenimento digital em alta escala. Segundo Gainsbury (2015), a massificação do acesso à internet móvel, a integração de plataformas de apostas em *smartphones,* meios de pagamentos instantâneos e a publicidade das apostas por meio da mídia e de esportes impulsionaram o crescimento e a popularidade do sistema de apostas e das chamadas "*bets*". Pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Entidades do Mercado Financeiro e de Capitais (2025), em parceria com o instituto de pesquisas Datafolha mostrou que o número de pessoas que realizaram apostas esportivas superou a compra de modalidades tradicionais do mercado financeiro, como aplicações em CDBs, fundos de investimento e em ações na Bolsa de Valores, detectando um fenômeno crescente na sociedade brasileira.

A Lei Federal nº 14.790/2023 foi responsável por regulamentar a atividade de plataformas de aposta no país, com a proposta de preencher a lacuna existente em relação a esse mercado. Para isso, a legislação exige licenciamento das empresas para operar no Brasil, integridade das plataformas e proteção ao consumidor. A lei é responsável também por estabelecer critérios sobre tributação das empresas e apostadores, normas para a organização e exploração do serviço, distribuição da arrecadação, estabelecimento de sanções e das competências do Ministério da Fazenda na regulamentação, autorização, monitoramento e fiscalização da atividade. As apostas virtuais, apostas físicas, eventos esportivos reais, jogos *on-line* e eventos virtuais de jogos *on-line* são abrangidos por todas essas normas (Agência Senado, 2024; BRASIL, 2023)

Dessa forma, a regulamentação traz a proposta de um cenário mais fluido e mais seguro das apostas, tanto para empresas operadoras, quanto para o sistema tributário brasileiro, que passa a receber impostos provenientes das casas de apostas, e para os usuários, que teoricamente são protegidos pela lei e pelas normas estabelecidas.

Contudo, o modelo matemático e estatístico das plataformas de apostas é programado para favorecer as casas (UNITED KINGDOM, 2017). De forma geral, as apostas são construídas e planejadas para que as empresas operadoras sempre

desfrutem de vantagem sobre o jogador. No longo prazo, a lei dos grandes números faz com que, quanto maior o volume apostado e o tempo de jogo, mais os resultados dos apostadores se aproximem de valores negativos, enquanto as plataformas tendem a lucrar. Segundo Packel (2006), ainda que essa vantagem pareça pequena em cada jogo ou evento, é suficiente para fazer com que os resultados líquidos somados de diversos apostadores favoreçam lucros exorbitantes para os operadores, tornando os ganhos consistentes por parte dos usuários episódios raros.

Em paralelo, observa-se a evolução do mercado de apostas por meio do aumento da visibilidade e publicidades das casas de apostas, frequentemente divulgadas em transmissões esportivas que fazem parte do contexto de lazer e entretenimento dos brasileiros, além dos patrocínios de equipes esportivas, marcas e influenciadores digitais. Esse processo tem se revelado capaz de reconfigurar hábitos de gastos e lazer de parcela da população, representando riscos e impactos negativos. Nesse sentido, a Organização Mundial da Saúde reconheceu, na CID-11, o vício em apostas como um transtorno de saúde mental (ludopatia), com consequências para a saúde mental, endividamento e bem-estar da família (OMS, 2019; 2022).

Com base nesse cenário, o presente estudo busca evoluir na compreensão sobre o desenvolvimento e crescimento do mercado brasileiro de apostas *on-line* e sobre suas consequências para a população do ponto de vista socioeconômico.

1.1 Problema de Pesquisa

O trabalho tem como problema de pesquisa a seguinte questão: como a evolução do mercado brasileiro de apostas *on-line* impacta a população do ponto de vista socioeconômico?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral da pesquisa é analisar como a evolução do mercado brasileiro de apostas *on-line* impacta a população do ponto de vista socioeconômico.

1.2.2 Objetivos específicos

- Descrever a evolução do mercado brasileiro de apostas *on-line* e seus principais produtos;
- Analisar os mecanismos de persuasão e ampliação de danos causados pelos diferentes tipos de apostas *on-line;*
- Investigar a relação entre o consumo de apostas *on-line* e os impactos socioeconômicos;

1.3 Justificativa

O crescimento das apostas *on-line*, com operadores conhecidos popularmente como “bets”, é cada vez mais notório no Brasil, tanto pelo número de usuários envolvidos, quanto pela evidente evolução de patrocínios para times de futebol, indicações de influenciadores e anúncios espalhados pela internet. De acordo com o Governo Federal do Brasil (2025), no primeiro semestre de 2025 o Ministério da Fazenda estimou que cerca de 17,7 milhões de brasileiros realizaram apostas esportivas e que a receita bruta total divulgada pelas empresas autorizadas no país foi de R$ 17,4 bilhões. Especialmente em um cenário pós-regulamentação (Lei nº 14.790/2023), as apostas se tornaram parte do cotidiano do brasileiro. Compreender a evolução desse mercado e seus impactos torna-se, portanto, essencial. Trata-se de um fenômeno presente na sociedade atual, frequentemente bombardeada por publicidade que promete ganhos irreais e mudanças ilusórias na condição financeira e na qualidade de vida.

Já do ponto de vista da arrecadação de impostos, segmento de apostas adquiriu também relevância econômica com o advento da regulamentação do mercado no Brasil. Por outro lado, as apostas on-line fomentam um fenômeno de realocação de capital: dinheiro que antes poderia ser destinado a gastos tradicionais

como consumo, investimentos e poupança vem sendo cada vez mais usado como esperança de multiplicação por meio das apostas. Ou seja: cada real utilizado em plataformas de apostas é um real que deixa de circular no dito mercado tradicional, com impacto na economia do país como um todo. Segundo avaliação da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviço e Turismo (2024), estima-se que o mercado de apostas esportivas tenha "sequestrado", em 2024, cerca de R$ 100 bilhões – dinheiro que foi gasto com "*bets*" em detrimento de aquisição de bens e serviços. O presente trabalho pretende aprofundar na análise desse mercado e do mecanismo de transferência de recursos e renda da sociedade brasileira para corporações globais, o que consequentemente, além de intensificar a desigualdade social, fragiliza a desenvolvimento econômico do país.

Além disso, apesar da demonstrada relevância atual das apostas *on-line*, a produção acadêmica sobre a evolução desse mercado e seus impactos socioeconômicos para o país ainda é incipiente, inclusive pela característica temporal do fenômeno, recente e em plena evolução. Sendo assim, este estudo pretende colaborar no preenchimento de uma lacuna na literatura sobre o tema e no debate sobre os reflexos sociais e econômicos de um mercado em franca expansão. Entre as propostas dessa pesquisa está a possibilidade de gerar *insights* para futuros pesquisadores, além de auxiliar na compreensão sobre os padrões de comportamento dos brasileiros nesse ecossistema, suas relações com as apostas on-line e a situação econômica do país.

Dessa forma, a proposta é que o presente estudo venha a contribuir não apenas para o debate acadêmico, mas para a discussão e desenvolvimento de políticas públicas com o objetivo de proteção do consumidor e da economia local, alertando sobre os riscos de uma atividade que é anunciada como entretenimento, mas que pode apresentar graves consequências aos seus consumidores.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Essa seção apresentará os fundamentos teóricos que sustentam a análise deste trabalho. Serão abordados desde a origem e evolução histórica das apostas até os mecanismos modernos que intensificam seu impacto.

2.1 Apostas: Origem e evolução

Segundo David G. Schwartz (2006), o surgimento das apostas no mundo tem origem pré-histórica, relacionada com a evolução da civilização. O autor mostra em sua obra *"Roll the Bones: The History of Gambling"*, que as primeiras apostas não envolviam motivação financeira, mas faziam parte de rituais de adivinhação realizados com ossos de animais que eram lançados com o objetivo de entender e prever a vontade dos deuses. Segundo o autor, o ato de apostar surgiu da tentativa do ser humano de lidar com a incerteza do futuro e de seu destino. Com o passar do tempo, essas práticas místicas deram lugar a práticas voltadas para o entretenimento. Civilizações da China, Roma e Grécia passaram a utilizar apostas como forma de diversão, por meio de jogos de cartas e dados.

Conforme Roger Caillois (1958), em sua obra "*Les Jeux et les Hommes",* relata que a fascinação do ser humano pelo acaso e pela sorte é um pilar antropológico, mostrando que as apostas não são um problema digital e atual, mas sim a versão mais recente dos instintos e impulsos humanos mais antigos, modelados na sociedade atual. O autor cita em sua obra dois termos importantes e que na sua visão são considerados totalmente opostos: o primeiro termo são os jogos de *Alea,* que significa jogos de "dados" em latim; o segundo são os jogos de *Agon*, representando modalidades que envolvem competição. Para o sociólogo, enquanto *Agon* exalta o mérito e a capacidade do indivíduo, *Alea* é representado pela "renúncia à vontade", em que o jogador espera passivamente pela decisão da sorte.

A popularização das apostas expôs também uma relação confusa do ponto de vista do poder público: a dupla face do Estado, entre a proibição e a arrecadação. Segundo Schwartz (2006), o império romano é um bom exemplo dessa relação. Ao mesmo tempo em que existiam leis que tornavam proibitivos os jogos de azar por dinheiro, que na época eram considerados ameaças à produtividade e à moral da

civilização, a prática era apreciada e tolerada, principalmente na parcela mais nobre da sociedade. Os jogos de azar eram vistos como um problema de âmbito social, entretanto, o Estado enxergava potencial de utilizá-lo como ferramenta de arrecadação. Schwartz (2006) cita em sua obra um grande exemplo em que o Estado atua como responsável pela administração dos jogos de azar, criando uma loteria estatal. Os primeiros registros dessa invenção ocorrem na Dinastia Han, da China, onde supostamente o objetivo de Estado era financiar obras públicas.

A Europa é um dos lugares para onde esse modelo de tributação foi importado e aperfeiçoado. De acordo com Reith (2000), a Inglaterra utilizou uma loteria nacional criada em 1566 para financiar reparos em portos, mostrando a importância da arrecadação de tributos no setor. Outro caso de sucesso ocorreu nos Estados Unidos, onde as loterias foram fundamentais no financiamento de colônias (como Jamestown) e na criação e desenvolvimento de universidades de prestígio, como Yale e Havard.

O domínio estatal das loterias fez com que a indústria privada precisasse se reinventar. Nesse sentido, foram criados dois modelos de negócios distintos para transformar os jogos em uma indústria lucrativa. Segundo Schwartz (2006), a abertura do *Ridotto* em Veneza, no ano de 1638, protagonizou o primeiro modelo de negócios, o cassino. O cassino *Ridotto* inaugurou o conceito de “vantagem da casa” (*house edge*). O negócio que anteriormente ocorria de maneira simétrica (jogador contra jogador) passou a ser feito de maneira assimétrica (jogador contra casa). A casa oferecia os jogos aos usuários, contudo utilizava regras matemáticas que garantiam sua lucratividade no longo prazo. Esses cálculos matemáticos foram possíveis pela viabilidade estatística proveniente da Teoria da Probabilidade, criada pelos matemáticos Blaise Pascal e Pierre de Fermat em meados do século XVII.

O segundo modelo de negócio foi a invenção do *“bookmaker”*. Segundo Schawartz (2006), o mecanismo foi inventado pelo inglês Harry Ogden na década de 1790, quando corridas de cavalo ocorriam em Newmarket. Ogden foi responsável por criar um mercado para um evento externo, um sistema de probabilidades associadas a cada animal – probabilidades conhecidas como *“odds”.* Reith (2000), em sua obra “*The Age of Chance”*, analisa essa invenção como um passo crucial na "mercantilização do risco". O *bookmaker* não detém uma vantagem fixa matemática

como nos jogos de cassino, porém sua vantagem varia de acordo com a dinâmica da precificação das probabilidades de cada evento ocorrer. Conforme Reith (2000) destaca:

> O lucro do bookmaker não deriva de probabilidades fixas, mas de sua habilidade em gerenciar um 'livro' equilibrado. Ao ajustar os preços (as 'odds') oferecidos, ele atrai dinheiro para todos os lados de um evento, usando o dinheiro dos perdedores para pagar os vencedores e retendo uma comissão (a 'vig') independentemente do resultado (REITH, 2000, p. 58, tradução nossa).

Assim, o *bookmaker* não vende um jogo, como no caso dos cassinos: vende um produto financeiro cuja matéria-prima é o acaso de um evento.

Esses modelos de negócios consolidados definiram o cenário das apostas no século XX. Schwartz (2006) os classifica como “produtos financeiros” e de entretenimento. O modelo de cassino foi popularmente disseminado e regulado em cidades como Las Vegas e Macau, transformando o jogo e as apostas em um espetáculo que fomentava o turismo e o consumo nas regiões. De forma paralela, o modelo de *bookmaker* se industrializou, especialmente no Reino Unido, onde foram criadas lojas de apostas de rua (*betting shops*), após sua legalização, em 1961 (REITH, 2000). Contudo, o jogo ainda mantinha o aspecto tradicional: era uma atividade localizada, presencial, que exigia deslocamento físico e transações financeiras em dinheiro.

A revolução digital foi a verdadeira disrupção que trouxe as apostas como são conhecidas na atualidade. De acordo com Schwartz (2006), a internet não inventou um novo modelo de jogo, e sim convergiu modelos que já existiam historicamente, migrando-os para plataformas digitais e globalizadas, que eliminam qualquer tipo de barreira geográfica e temporal.

A origem desse mercado é identificada em 1994, quando a nação de Antígua e Barbuda, no Caribe, criou a primeira licença para cassinos *on-line*, gerando mercado para empresas como a Microgaming, que foram responsáveis por lançar o primeiro software de jogos que utilizavam dinheiro real (SCHWARTZ, 2006). Em 1996, a primeira aposta esportiva identificada foi aceita pela internet por meio da Intertops. Gainsbury (2012) define a “acessibilidade 24/7” como principal resultado dessa

digitalização das apostas. Em seu artigo *“Internet Gambling: Current Research Findings and Implications”*, Gainsbury destaca que a natureza do jogo era uma atividade social e supervisionada, em que as pessoas tinham que ir a cassinos ou lojas. Entretanto, a internet alterou essa natureza, transformando-a em uma prática privada, solitária e contínua.

Como aponta Reith (2019) em sua revisão **“***Gambling Marketing from 2014 to 2018: a Literature Review”,* a internet foi responsável por levar o cassino e o *bookmaker* para dentro das casas dos consumidores, e a massificação dos *smartphones* (pós-2010) levou ambos para dentro do bolso dos usuários. Além de aumentar a acessibilidade, os celulares permitiram uma inovação do mercado: as apostas ao vivo *(in-play bets)*. A autora também observa que as apostas ao vivo criaram um fluxo contínuo de micro-oportunidades para os apostadores (apostar em quem faria o próximo gol, por exemplo), diversificando o que antes era apenas o ato de apostar em um evento pré-definido (apostar em quem venceria o jogo). O conceito de “Modernidade líquida” do sociólogo Zygmunt Bauman (2001) descreve esse cenário. Para Bauman (2001), a sociedade contemporânea é marcada pela busca da gratificação instantânea e pela dissolução dos planos de longo prazo. Para o autor, o produto perfeito da lógica do consumo líquido são as apostas ao vivo, uma vez que são consumidas instantaneamente e exploram a ansiedade e a busca por soluções imediatas dos usuários.

Mas a evolução das apostas não envolve apenas sua lógica de desenvolvimento ao longo do tempo: o motor financeiro dessa nova era é o modelo de negócio que opera por trás das telas. A socióloga Shoshana Zuboff (2019), em sua obra “A Era do Capitalismo de Vigilância”, argumenta que a lógica de acumulação do século XXI não está mais na venda de serviços ou produtos, mas sim da extração de dados comportamentais dos usuários. As plataformas de apostas não são apenas sites que visam vender entretenimento: de acordo com Zuboff (2019), a nova lógica econômica está na capacidade de monitoramento de cliques, padrão de comportamento, coleta de tempo gasto. As plataformas de apostas utilizam esses dados para moldar o comportamento dos usuários, oferecendo diferente tipos de bônus, notificações personalizadas, ligações, propagandas e conteúdo de

influenciadores, além de outras atividades que visam maximizar o engajamento do consumidor e o lucro das plataformas.

2.2 Tipologias das apostas on-line no Brasil e seus mecanismos

Este tópico apresenta as principais modalidades e as diferentes tipologias das apostas *on-line* com base na literatura acadêmica, descrevendo importantes conceitos, mecanismos e regras de funcionamento responsáveis por atrair maior número de usuários e aumentar o engajamento dos consumidores. Assim, o objetivo é buscar bases conceituais sólidas para ampliar a compreensão dos diferentes tipos e termos das apostas *on-line* e suas relações com os impactos no contexto brasileiro.

2.2.1 Apostas esportivas

Segundo Sauer (1988), mercados de apostas esportivas são mercados de "ativos contingentes" nos quais os preços (*odds*) são um reflexo das probabilidades implícitas de resultados incertos, em que os apostadores arriscam seu capital em troca de um potencial retorno condicionado ao acerto de uma previsão. De acordo com Vaughan Williams (2003), apostar em esportes significa aceitar uma cotação fixada pelo operador antes do evento, comprometendo um valor que será liquidado após a realização do evento previsto.

Por sua vez, Per Binde (2013), em seus estudos sobre motivações humanas para o jogo, classifica as apostas esportivas como uma atividade que mescla a atração pelo risco com a cultura do entretenimento esportivo. A atração principal reside na crença do apostador de que seu conhecimento especializado sobre o esporte lhe confere uma vantagem sobre as plataformas de apostas (BINDE, 2013).

O mecanismo financeiro por trás dessa modalidade é a plataforma on-line de apostas (*bookmaker*). Ela é a entidade responsável por "criar o mercado" para o evento. De acordo com Forrest (2012), um dos principais pesquisadores sobre a

eficiência dos mercados de apostas esportivas, explica que a função do *bookmaker* é “precificar a incerteza”. Segundo o autor, existem dois processos básicos para isso. O primeiro é a criação e a precificação das cotações: a plataforma utiliza modelos estatísticos sofisticados para determinar a probabilidade real de cada resultado acontecer. Com base nessa análise de mercado, cada *bet* fornece um preço ao consumidor, as *odds*. O segundo processo é a inclusão da margem (*juice*), o mecanismo de lucro das casas de apostas. Os preços oferecidos aos usuários nunca são “justos” do ponto de vista estatístico, pois a plataforma embute uma margem de lucro dentro dessas cotações.

De acordo com Forrest e McHale (2012), o objetivo das plataformas não é apostar contra o cliente, e sim atuar como um intermediário que lucra com a comissão embutida nas precificações. Caso a plataforma consiga atrair a quantidade certa de dinheiro para cada evento, ela garante seu lucro – independentemente do resultado.

2.2.2 Cassinos

Os cassinos on-line operam sob uma lógica oposta à das apostas esportivas: a lógica da sorte. Em termos econômicos e operacionais, os cassinos são construídos para, no longo prazo, produzir uma expectativa positiva de ganho para o operador (as plataformas). Em termos percentuais, a vantagem é pequena, mas se materializa pelo grande volume de apostas ao longo do tempo, uma vez que os cassinos se mostram mais rápidos, dinâmicos e simples (WALKER, 2007; KILBY; FOX; LUCAS, 2005). A lucratividade dos cassinos não depende de acertos pontuais, mas sim da repetição das apostas de milhões de usuários, em que a matemática é utilizada para favorecer a casa.

O funcionamento dos cassinos é apoiado em alguns mecanismos. Primeiro, a vantagem da plataforma é definida nas regras e tabela de pagamentos de cada jogo. O pagamento pode variar entre diferentes tipos de jogos oferecidos pela plataforma (KILBY; FOX; LUCAS, 2005). Em um segundo mecanismo, o volume é responsável por reduzir a variância, dinâmica em que, quanto maior o número de rodadas jogadas,

mais o resultado real se aproxima da expectativa teórica, reduzindo a vulnerabilidade das casas de aposta no curto prazo (WALKER, 2007). Um terceiro mecanismo é a gestão operacional que controla a relação de risco e rentabilidade por meio de limites de apostas, mix de jogos e programas de fidelidade, que incentivam o uso contínuo das plataformas e a constante recorrência dos usuários, agravando a dependência dos consumidores (KILBY; FOX; LUCAS, 2005).

Dentro do portfólio dos cassinos *on-line*, os exemplos são popularmente conhecidos como jogos de mesa, que são a digitalização e globalização dos exemplos clássicos. Essa categoria inclui jogos como o *BlackJack* (conhecido no Brasil como Vinte e Um), o Bacará e a Roleta. São jogos que materializam o modelo de negócio baseado na "vantagem da casa", como descrito por Walker na economia de cassinos. A roleta é o exemplo paradigmático: a vantagem da casa é garantida pela matemática por trás do sistema. Embora o jogador possa apostar diretamente no número '0' (Roleta Europeia) ou no número '00' (Roleta Americana) e receber o maior prêmio da mesa, a estatística que garante vantagem à plataforma se concretiza de duas formas:

Primeiramente, todas as apostas feitas nos modelos tradicionais que pagam 1 para 1 (preto ou vermelho, par ou ímpar) são perdidas caso a roleta pare no número "0" (representado geralmente pela cor verde). Essa mecânica rompe com a probabilidade de ganho de 50/50, trazendo desvantagem para o usuário e vantagem para casa. Em segundo lugar, o prêmio de 35 para 1 em uma aposta direta (quando se aposta que a roleta vai parar em determinado número) é intencionalmente "injusta" em termos estatísticos: uma vez que a roleta possui 37 números, seu pagamento "justo" seria de 36 para 1. Ao pagar 35/1 a casa projeta mais uma de suas vantagens no longo prazo (KILBY; FOX; LUCAS, 2005).

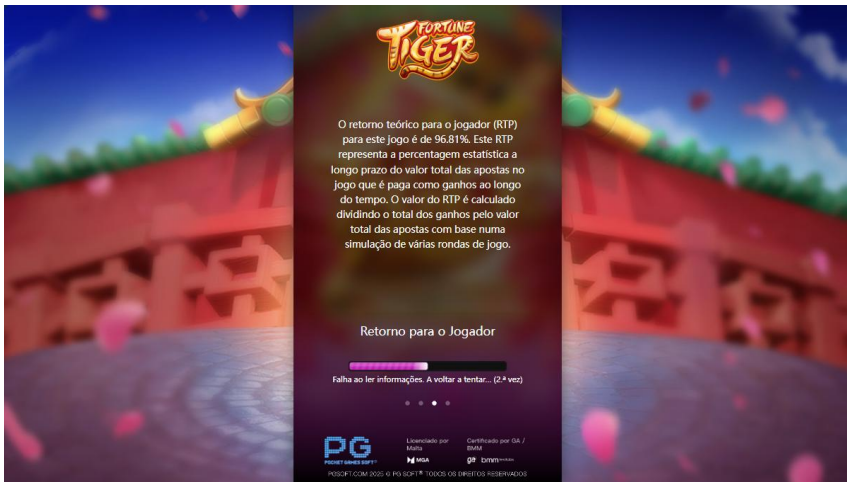
Enquanto a roleta se mostra um jogo matematicamente desvantajoso para o consumidor, o *BlackJack a*trai o público com uma estratégia de fomentar a "ilusão de controle" (ELLEN J. LANGER, 1975), um viés psicológico de atração que pode ser interpretado como um poderoso mecanismo de retenção de jogadores, embora não supere a vantagem da casa.

2.2.3 Jogos eletrônicos de RNG: *slots* e *crash*

Os jogos eletrônicos de apostas são baseados em um mecanismo chamado *RNG (Random Number Generator).* Exemplos são os jogos de *slots* (caça níqueis*)* e os *crash games* (jogos de multiplicador instantâneo). Esse mecanismo opera por meio de algoritmos que são responsáveis por gerar números aleatórios para determinar os resultados de cada rodada. Cada giro de um *slot* ou cada rodada de um *crash* é estatisticamente independente das anteriores, não havendo memória do sistema nem padrões que os usuários possam explorar de forma consistente no longo prazo (WALKER, 2007; UKGC, 2017).

Do ponto de vista estatístico, todos os jogos eletrônicos mantêm uma vantagem para a plataforma de aposta. O valor esperado de um jogador é sempre negativo no longo prazo, mesmo que no curto prazo possa haver dispersões com potencial para gerar ganhos ou perdas significativas por variação aleatória (KILBY; FOX; LUCAS, 2005; WALKER, 2007). Essa vantagem da casa está associada a um mecanismo chamado de RTP (*Return to Player*), que expressa a fração apostada que é distribuída aos jogadores ao longo de um horizonte suficientemente grande de jogadas. A parte restante da fração apostada fica para o operador, garantindo, assim, sua atividade lucrativa (SHACKLEFORD, 2005). A figura 1 apresenta um exemplo de como o RTP é apresentado em uma casa de aposta para seus usuários.

Figura 1- *Return To Player* (RTP) do *Fortune Tiger* (Jogo do Tigrinho)



Fonte: Stake (2025)

Nos *slots,* a mecânica essencial envolve acionar um giro. O RNG é responsável por selecionar os símbolos dos rolos e o sistema, por consultar uma tabela de pagamentos. Esta verifica se houve combinações premiadas e qual o valor do prêmio. Existem diversos recursos que ampliam a variedade do jogo: linhas múltiplas, símbolos especiais e atrativos, rodadas bônus, multiplicadores, além de prêmios fixos ou progressivos. Esses elementos funcionam como distratores de entretenimento: não eliminam a vantagem da casa e são responsáveis por redistribuir a frequência e o tamanho de pagamentos, servindo apenas para moldar a “sensação” do jogo (KILBY; FOX; LUCAS, 2005; SHACKLEFORD, 2005). O design, os aspectos audiovisuais intensos, cadência de quase acertos e interação constante foram estudados e pensados para aumentar a imersão e a persistência no consumo desses produtos (SCHÜLL, 2012).

Nos jogos de *crash*, o mecanismo é parecido, contudo a dinâmica é diferente. Esses jogos giram em torno de um multiplicador que começa em 1 vez e cresce em tempo real até “estourar”. O usuário pode optar por realizar o saque, que é chamado de *cash out* a qualquer momento antes do estouro. Sacar cedo reduz o risco, mas paga um multiplicador menor; esperar o multiplicador subir aumenta o possível retorno, porém tem um risco maior. Mesmo com esse poder de decisão ativo do jogador em relação ao saque, a matemática permanece desfavorável do ponto de vista do usuário no longo prazo, pois a distribuição do ponto de estouro e taxas implícitas garantem a margem do operador (WALKER, 2007; UKGC, 2017).

De acordo com Schull (2012), embora ambos os jogos sejam baseados em RNG, eles operam de maneira distintas, além de gerar diferenças comportamentais nos consumidores. Nos *slots*, o jogador “gira e aguarda” o resultado. O foco desse estilo de jogo recai sobre a progressão audiovisual, eventos bônus e estruturas que estimulam a excitação do cliente. Já nos jogos de *crash,* a experiência é sincronizada e socializada, pois os indivíduos participam mutualmente da mesma rodada, observando o multiplicador e tomando decisões em curtos períodos. Essas características dão impressão de controle sobre o *timing,* o que destaca a intuição do usuário sobre maior probabilidade de retorno.

No Brasil, o *slot* mais conhecido popularmente é o “Jogo do Tigre” (*Fortune Tiger*), popularmente identificado como “Tigrinho”, mostrado pela figura 2. Sua expansão no país não foi acidental, mas sim resultado de uma estratégia de *marketing* viral que utilizou uma vasta rede de influenciadores digitais para promover o jogo e influenciar principalmente a população mais vulnerável a consumir o produto.

Figura 2 – Panorama visual do *Fortune Tiger* (Jogo do Tigrinho)



Fonte: Betano (2025)

O jogo de *crash* mais conhecido no Brasil, é o *aviator,* um jogo desenvolvido pelo estúdio Spribe e popularmente conhecido como “Jogo do aviãozinho”. Foi o pioneiro que popularizou a categoria de jogos de *crash* no país. A figura 3 mostra o panorama visual do jogo do aviãozinho.

Figura 3 – Panorama visual do *Aviator* (Jogo do Aviãozinho)



Fonte: Stake (2025)

2.3 Fundamentos da economia comportamental aplicados às apostas

Essa seção apresenta os fundamentos da economia comportamental aplicados ao fenômeno das apostas on-line. Serão abordados conceitos como racionalidade limitada (SIMON, 1955), teoria dos prospectos (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979), principais vieses cognitivos como otimismo irrealista (WEINSTEIN, 1980), ancoragem (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974) e ilusão de controle (LANGER, 1975). A seção também discute o papel do estado emocional na tomada de decisão (LOEWENSTEIN, 1996).

2.3.1 Racionalidade limitada e teoria dos prospectos

A economia comportamental surge como um campo que questiona o pressuposto clássico da racionalidade perfeita nas decisões econômicas. Herbert

Simon (1955) foi um dos pioneiros ao propor o conceito de racionalidade limitada (*bounded rationality*), segundo o qual os indivíduos tomam decisões dentro de restrições cognitivas, informacionais e temporais, optando por soluções satisfatórias e não necessariamente ótimas, diante da complexidade do ambiente.

Anos mais tarde, Daniel Kahneman e Amos Tversky (1979) desenvolveram a teoria dos prospectos (*prospect theory*), um dos pilares da economia comportamental. A teoria demonstra que as pessoas não avaliam ganhos e perdas de forma absoluta, mas sim em relação a um ponto de referência, geralmente o status quo. Duas descobertas centrais da teoria são especialmente relevantes para o estudo das apostas.

A primeira é que as perdas têm um impacto psicológico desproporcionalmente maior do que os ganhos de mesmo valor, fenômeno conhecido como aversão à perda. Estima-se que a dor de perder seja cerca de duas vezes mais intensa que o prazer de ganhar (KAHNEMAN, 2011). Em plataformas de apostas, esse mecanismo explica por que os usuários frequentemente persistem no jogo após uma sequência de derrotas: perder dinheiro gera uma resposta emocional tão intensa que o apostador busca desesperadamente devolver-se à situação anterior, mesmo que para isso precise arriscar ainda mais.

A segunda descoberta é a sensibilidade decrescente: a diferença percebida entre uma perda de R$ 10 e R$ 20 é muito maior do que entre R$ 1.000 e R$ 1.010. Essa característica faz com que, à medida que o valor acumulado de perdas cresce, o apostador tenda a relativizar o risco de perder mais, favorecendo a continuidade do comportamento de aposta (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979).

Kahneman (2011) também sistematizou o funcionamento da mente em dois sistemas complementares. O Sistema 1 opera de forma rápida, automática, intuitiva e emocional, exigindo pouco esforço cognitivo. O Sistema 2 é lento, deliberativo, analítico e demanda maior esforço mental. No contexto das apostas *on-line*, as plataformas são projetadas para estimular predominantemente o Sistema 1: decisões rápidas, impulsivas, baseadas em estímulos visuais e emocionais, reduzindo ao máximo a interferência do pensamento analítico que poderia levar o usuário a questionar a racionalidade de suas apostas.

2.3.2 Vieses cognitivos relevantes, estado emocional e tomada de decisão: otimismo, ancoragem, viés do jogador e ilusão de controle

A literatura de economia comportamental documenta uma série de vieses cognitivos, padrões sistemáticos de desvio da racionalidade, que influenciam diretamente o comportamento dos apostadores. Quatro deles merecem destaque pela sua relevância para o tema.

O otimismo irrealista (*unrealistic optimism*) refere-se à tendência dos indivíduos de superestimar a probabilidade de eventos positivos e subestimar a probabilidade de eventos negativos (WEINSTEIN, 1980). Nas apostas, esse viés se manifesta na crença de que "a sorte vai virar" ou de que o apostador é mais habilidoso ou mais sortudo que a média. Estudos mostram que a maioria dos apostadores acredita que sairá no lucro no longo prazo, uma crença estatisticamente insustentável diante da vantagem matemática das casas (BINDE, 2013).

O viés de ancoragem (*anchoring*) descreve a tendência de as decisões serem fortemente influenciadas por uma informação inicial, a "âncora", mesmo que ela seja arbitrária ou irrelevante (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974). No ambiente das apostas, as "*odds"* iniciais oferecidas pelas plataformas funcionam como âncoras que moldam a percepção de valor das apostas. Da mesma forma, o valor do prêmio máximo exibido em destaque em um jogo de slots ancora a expectativa do jogador, fazendo com que retornos menores pareçam insuficientes e incentivando a continuidade do jogo até um "grande prêmio" que provavelmente não virá.

O viés do jogador (*gambler's fallacy*) é a crença equivocada de que eventos aleatórios e independentes se influenciam mutuamente, por exemplo, após uma série de derrotas em um jogo de roleta, o apostador acredita que uma vitória é "merecida" ou "está prestes a acontecer" (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974). Essa falácia é particularmente perigosa em jogos de RNG, como *slots* e *crash games*, em que cada rodada é estatisticamente independente da anterior. O apostador que perdeu dez rodadas seguidas no "Jogo do Tigrinho" pode ser levado a apostar mais na décima primeira rodada, acreditando erroneamente que a probabilidade de ganhar aumentou.

A ilusão de controle (*illusion of control*), conceito introduzido por Ellen Langer (1975), descreve a tendência dos indivíduos de superestimar sua capacidade de influenciar resultados determinados pelo acaso. Fatores como a possibilidade de escolher entre diferentes opções, o uso de estratégias pessoais e o envolvimento ativo no processo de decisão amplificam essa ilusão. Em apostas esportivas, por exemplo, o apostador que estuda estatísticas de jogadores e times tende a acreditar que seu conhecimento lhe confere vantagem sobre a plataforma (BINDE, 2013). Nos cassinos *on-line*, o *BlackJack* explora a mesma falácia ao oferecer ao jogador decisões que afetam o andamento da mão, ainda que a vantagem matemática permaneça com a casa (KILBY; FOX; LUCAS, 2005).

A tomada de decisão em contextos de risco é profundamente influenciada pelo estado emocional do indivíduo no momento da escolha. A literatura de economia comportamental distingue dois tipos de estado emocional que afetam a qualidade das decisões: os estados frios (*cold states*) e os estados quentes (*hot states*).

Em estados frios, o indivíduo é capaz de avaliar opções de forma calma, deliberativa e racional, com predominância do Sistema 2 (KAHNEMAN, 2011). Em estados quentes, predominam emoções intensas como excitação, ansiedade, frustração ou euforia, e a tomada de decisão torna-se impulsiva, rápida e orientada pelo Sistema 1.

Loewenstein (1996) demonstrou que emoções intensas podem levar a decisões que o próprio indivíduo consideraria irracionais em estado frio. Esse fenômeno, conhecido como *gap* de empatia quente-frio (*hot-cold empathy gap*), explica por que muitas pessoas que declaram, em momentos de calma, que nunca apostariam além de determinado valor, acabam fazendo exatamente isso quando estão emocionalmente ativadas, seja pela empolgação de uma sequência de vitórias, seja pela frustração de uma derrota.

As plataformas de apostas exploram ativamente esse mecanismo. O design visual com cores vibrantes, animações celebratórias, sons de vitória (mesmo em perdas parciais, as chamadas *losses disguised as wins*), contagens regressivas e notificações *push* são elementos pensados para manter o usuário em estado quente, reduzindo a probabilidade de pausas deliberativas que poderiam ativar o Sistema 2. Conforme observado por Public Health England (2021), a cadência acelerada das

apostas ao vivo e dos *crash games* mantém o usuário em um estado contínuo de excitação e tomada de decisão sob pressão temporal, condições sabidamente desfavoráveis para julgamentos racionais.

2.4 Ampliação dos danos: arquitetura de escolha, *design* das plataformas e publicidade nas apostas *on-line*

Esta seção é responsável por descrever os mecanismos e mediadores que transformam a exposição dos usuários das plataformas em danos. Três camadas serão abordadas de forma articulada. A primeira é a arquitetura de escolha, relacionada à economia comportamental aplicada à jornada do usuário. A segunda são as características estruturais dos produtos ofertados, como apostas esportivas, cassinos, jogo de *slots* e *crash*, além de características estruturais das plataformas (velocidade, cash-out, personalização algorítmica, pagamentos instantâneos). Por último, a publicidade e patrocínio (escala, conteúdo e segmentação). Essas três camadas operam sobre mediadores individuais (impulsividade, viés de controle, comorbidades) e sobre fatores contextuais (vulnerabilidade socioeconômica, alta disponibilidade de meios de pagamento, lacunas regulatórias), intensificando a frequência e persistência do comportamento e hábito de apostar. Como consequência, resulta em riscos de danos financeiros, sociais e de saúde (LANGHAM ET AL., 2016; PUBLIC HEALTH ENGLAND, 2021).

2.4.1 Arquitetura de escolha: fricção, "*nudges*" e "*sludge*" no funil digital

A economia comportamental é um campo da economia que estuda como fatores psicológicos, como emoções e vieses cognitivos, influenciam as decisões financeiras das pessoas, desafiando ideias e pensamentos tradicionais de que as pessoas agem sempre de forma racional (KAHNEMAN, 2011). A literatura de economia comportamental demonstra que pequenas mudanças no contexto de decisão, mesmo sem alterar preços ou proibir opções, deslocam sistematicamente o

que as pessoas escolhem (THALER; SUNSTEIN, 2008; KAHNEMAN, 2011). Nas plataformas de apostas, a “arquitetura de escolha” projeta e organiza a jornada dos usuários em funis altamente otimizados, reduzindo fricções para comportamento de alto engajamento (como depósitos e saques instantâneos, repetição de bilhetes) e adicionando fricções (“*sludge*”) para comportamentos de proteção do consumidor, como autoexclusão, limites por apostas, limites de depósito. O resultado desse cenário é a maior frequência de apostas, aumento do risco de dano aos jogadores, principalmente em estados emocionais intensos (*hot states*) e entre perfis com maior vulnerabilidade econômica e psicológica.

O primeiro eixo de atuação das “*bets”* nesse aspecto é a redução das barreiras para depositar e apostar. A política conhecida como “um clique” para repetir bilhetes, salvamento automático de apostas e integração com carteiras digitais diminuem o intervalo entre intenção e execução. A adoção massiva do Pix no Brasil torna quase instantâneos os ciclos de depósito, aposta, *cash-out* (saque), reduzindo ao extremo esperas que em contextos anteriores serviam como “travas naturais” (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2020). Essa redução de intervalo de tempo tem alto poder de influência sobre os usuários, uma vez que decisões de riscos são altamente sensíveis ao estado afetivo e à pressão temporal do indivíduo, que pode estar sob excitação, frustração, euforia. Segundo Gainsbury (2015), e Shafir (2013), essa facilidade de executar apostas e depósitos favorece a compulsividade, superestimação do retorno imediato e o comportamento de “*chasing*” de perdas, que é caracterizado pela tentativa compulsiva e imediata de tentar recuperar o dinheiro perdido e retornar ao “zero a zero” (dinheiro inicial). Em termos de arquitetura de escolha, trata-se de encurtar o caminho para ações que promovem alto engajamento, removendo esforços mínimos (tempo, cliques, preenchimentos) que de outro modo poderiam induzir a uma pausa deliberativa.

O próximo eixo representa as opções pré-selecionadas, como a inscrição em comunicações promocionais, formatos de *odds* apresentados por valor padrão sugerido de aposta e a ordem de telas que destacam “*boosts*”, “apostas melhoradas”, como é mostrado na figura 4.

Figura 4 – *Boosts* de *odds* e apostas melhoradas



Fonte: Bet365 (2026)

Todos esses mecanismos funcionam como incentivo (*nudges*), para comportamento de maior consumo e frequência. Quando a alternativa “ativa” é a padrão, a tendência é a permanência do maior número de pessoas, principalmente em ambientes sobrecarregados de informações (THALER; SUNSTEIN, 2008). Em contrapartida, as escolhas relacionadas à proteção tendem a ser mais complexas e possuem fricções adicionais, como formulários longos, etapas massivas, linguagem ambígua, prazos de limites e pausa facilmente reversíveis. Essa prática é caracterizada como “*sludge*”: fricção assimétrica que desincentiva a adoção e a manutenção de salvaguardas (NEWALL, 2019; GRAY; NEWALL; WALASEK, 2020). Em termos práticos, o usuário reconhece como mais fácil e simples inscrever-se em bônus do que o cancelar, mais simples aumentar um limite do que reduzi-lo, mais fácil reabrir uma conta do que mantê-la autoexcluída por período efetivo.

Outro ponto relacionado à arquitetura de escolha é a sensação de urgência e escassez, programadas pelas plataformas. Temporizadores que em tese mostram ofertas que podem expirar em horas, minutos ou até segundos, contagens regressivas de bônus oferecidos, “*boosts* relâmpago” induzem aversão à perda e FOMO (sigla para *Fear of Missing Out*), deslocando o foco de avaliação da oferta e do que está sendo ofertado para o medo de perder a oportunidade. De acordo com Hing (2019), evidências apontam que incentivos e promoções baseadas em tempo e exclusividade aumentam a probabilidade de apostas impulsivas, o que favorece os lucros associados às plataformas, e resulta em danos aos usuários associados.

2.4.2 Design das plataformas

Como parte da lógica exposta anteriormente, o design das plataformas não é pensado de forma neutra, que apenas valorize o visual da interface: é construído para tornar o ato de apostar simples, fácil, rápido, envolvente, além de utilizar estratégias de gatilho comportamental que influenciam os usuários. Elementos como cores, sons, animações, micro interações, hierarquias visuais, fluxos de pagamento e personalização algorítmica são combinados e elevam a intensidade e frequência das apostas, aumentando a duração das seções e favorecendo decisões impulsivas e não racionais (PUBLIC HEALTH ENGLAND, 2021).

As interfaces móveis das casas de apostas são construídas com o objetivo de minimizar os números de cliques, processos e telas. No ambiente de apostas ao vivo, a tela promove uma sensação de urgência, utilizando contagens regressivas, *odds* piscando, sinalizadores que indicam que a aba está prestes a se fechar. Esses indicadores são conhecidos por aumentar a sensação de pressão atemporal e reduzir a deliberação. Esses efeitos e estratégias foram identificados no Reino Unido pelos reguladores britânicos, que regularam limites mínimos de tempo entre rodadas em *slots on-line* e proibiram funções que aceleram o jogo sem pausa (*autoplay*). Os reguladores chegaram à conclusão de que essa política de velocidade eliminava os freios naturais à reflexão, causando grave danos aos usuários. (UNITED KINGDOM. GAMBLING COMMISSION, 2021a; 2021b).

Outro ponto explorado pelo *design* das plataformas são os estímulos sensoriais e *feedbacks* que a interface fornece. São utilizadas cores quentes, animações interativas como fogos de artifício, vibrações e sons que celebram o ganho do jogador, mesmo quando o resultado da aposta é desfavorável. Esses fenômenos relacionados ao *design* das plataformas estão representados pelas figuras 5, 6 e 7.

Segundo Dixon (2010), esse padrão de celebração em jogos de *slots* foi documentado como "*losses disguised as wins*" (LDWs), ou perdas disfarçadas de vitória. Esse termo está ligado ao fato de a plataforma celebrar um retorno parcial que é inferior ao valor apostado, gerando uma falsa sensação de ganho, pois o retorno líquido ao final da aposta representa prejuízo financeiro ao apostador, aumentando a

excitação do indivíduo e sustentando a continuidade do jogo. A mesma lógica é aplicada às apostas esportivas, por meio de animações e mensagens como “acertou 4 de 5 seleções!” ou “faltou pouco”, dando ênfase ao quase-acerto, mesmo que objetivamente tenha sido uma derrota.

Figura 5 – Panorama visual atrativo do *Fortune OX* (Jogo do tourinho)



Fonte: Behance.net (2025)

Figura 6 – Panorama visual chamativo do *Fortune Dragon* (Jogo do Dragão)



Fonte: Behance.net (2025)

Figura 7 – Panorama visual apelativo (*Cash Mania*)



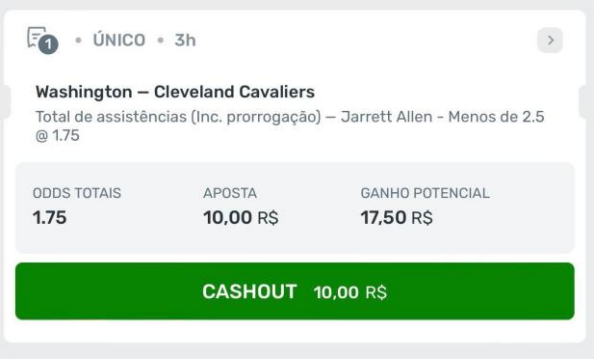
Fonte: Behance.net (2025)

A visualidade das *odds* e a arquitetura do cupom de aposta são responsáveis por escolhas que maximizam a receita das plataformas. Quando as *odds* “melhoram”, ou ficam mais atrativas, ficam realçadas em verde, quando “pioram” ou ficam menos atrativas são representadas pela cor vermelha. O sistema de múltiplas apostas no mesmo evento e construtor de apostas, que são a junção de diferentes eventos em apenas um bilhete, convidam o consumidor a compor apostas complexas com alto retorno potencial, porém com baixa probabilidade real. Esses fatores somados à promessa visual de pagamentos elevados, como cifras distribuídas pelos bilhetes, amplificam o peso da recompensa e reduzem a sensibilidade à probabilidade, que é um padrão previsto pela teoria da perspectiva (PUBLIC HEALTH ENGLAND, 2021)

O botão de *cash-out*, mostrado pela figura 8, em teoria, é um mecanismo visual e funcional apresentado com o propósito de controle e proteção do apostador. Ele é responsável por aumentar a interatividade do jogador, uma vez que o usuário se mantém atento por muito tempo, acompanhando a aposta e o valor que o *cash-out* oferece. Também cria oportunidades adicionais de transação, pois cada oscilação de *odd* é transformada em um ponto de micro decisão, multiplicando a exposição do usuário a comissões implícitas (NEWALL, 2019; UNITED KINGDOM. GAMBLING COMMISSION, 2021b). Blocos de interface como “destaque do dia”, “tendências”,

“aposta feita por milhões de usuários”, “aposta especial” atuam como âncoras sociais que conduzem atenção para mercados de alta margem de lucro para a casa, promovendo comportamentos com pouco reflexão e racionalidade (PUBLIC HEALTH ENGLAND, 2021).

Figura 8 – Interface de aposta esportiva (botão de *Cash Out)*



Fonte: Superbet (2025)

2.4.3 Publicidade nas apostas on-line

As publicidades não se limitam a apresentar apostas como jogos de entretenimento. Grande parte do discurso de mercado contemporâneo desloca esse cenário para a ideias de oportunidade financeira, melhoras de condição de vida, aquisição de bens materiais, renda extra ou até mesmo a oportunidade de ganhar dinheiro fácil sem sair de casa. Esse deslocamento de categoria é responsável por reorganizar expectativas no imaginário dos consumidores, visando um público-alvo específico e por outro lado ampliando o potencial de danos financeiros, sociais e de saúde. As campanhas baseadas em diversão buscam normalizar a presença da marca no cotidiano dos esportes como algo benéfico nos campos esportivo e cultural. Já as campanhas baseadas em retorno financeiro visam explorar heurísticas como otimismo irrealista, princípios clássicos de influência social, aumentando a porta de entrada para novos jogadores, a reentrada de jogadores antigos e o aumento da escala de consumo entre grupos socioeconomicamente vulneráveis (KAHNEMAN, 2011; CIALDINI, 2012)

Essa abordagem financeira favorece a aprovação em contextos de rendas instáveis, desemprego e endividamento, em situação na qual a promessa de “multiplicar” pequenos valores se torna atraente. Nesse caso, publicidade e marketing atuam como ampliadores de disponibilidade mental e acessibilidade: quanto maior é a presença de estímulos relacionado às apostas (transmissões esportivas, influenciadores digitais, redes sociais, patrocínios em vestimentas, tráfego pago segmentado por interesses), maior a familiaridade do indivíduo, gerando uma sensação de normalidade e necessidade de experimentação (WARDLE; REITH, 2021). De acordo com Binde (2014), existe associação positiva entre a exposição à publicidade e aumento de participação, frequência e problemas relacionados ao jogo, com efeitos acentuados entre jovens e em apostadores que já estiveram em situação de risco.

Segundo Duffy (2005), existem programas de captação de jogadores para afiliados, parceiros e divulgadores das plataformas que podem pagar por aquisição (CPA), que é um valor fixo pago quando um usuário, indicado por essas pessoas, cria uma conta e faz o primeiro depósito, ou por participação na receita (*revenue share*). No segundo caso, o afiliado participa da receita líquida gerada por cliente indicado, ou seja, é beneficiado e remunerado conforme as perdas financeiras das pessoas que ele indicou. Esse modelo incentiva esforços de publicidade focados na retenção do jogador, aumento do *ticket* médio por aposta e aumento de perdas médias, e não apenas em cliques ou cadastros. Dessa forma, quando os afiliados e influenciadores são pagos conforme a receita que levam às plataformas, existe entre os divulgadores um interesse natural de aumentar sua receita, mesmo que isso possa prejudicar pessoas que acompanham fielmente seus conteúdos e até mesmos os que os enxergam como referência.

Além de influenciadores e programas de afiliados, a publicidade de apostas *on-line* tem forte apoio no ecossistema de eventos esportivos, principalmente o futebol e a mídia tradicional, que nos últimos anos passou a implementar a divulgação de casas de apostas. De acordo com o estudo Mapa do Patrocínio, feito pelo Ibope Repucom (2024), as empresas de apostas estão posicionadas em segundo lugar em questão de patrocínio, como é mostrado pela figura 9. Nos clubes da série A do Campeonato

Brasileiro de futebol, as plataformas de apostas estão presente em 18 clubes, patrocinados por 15 casas de apostas diferentes.

Figura 9 – Mapa do patrocínio (Ibope Repucom)



Fonte: Ibope Repucom (2024)

2.5 O marco regulatório das apostas on-line

A Lei 14.790/2023 foi sancionada no fim de 2023 com a perspectiva de colocar ponto final ao “vácuo regulatório” do mercado de apostas de quota fixa no Brasil, estabelecendo um regime de autorização, regras de integridade e parâmetros de tributação. O mercado que anteriormente operava majoritariamente sob plataformas estrangeiras, com baixo nível de segurança e autorregulação dispersa, foi transformado em um setor com portas de entrada formais e critérios de permanência monitorados pelo poder público (BRASIL, 2023). A partir da regulamentação infralegal conduzida pelo Ministério da Fazenda, por meio da Secretaria de Prêmios e Apostas (SPA), as empresas que desejarem atuar legitimamente no país precisam solicitar autorização, comprovar capacidade operacional e financeira, seguir padrões de compliance, ter um representante legal no país e aceitar supervisão contínua (BRASIL, MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2024).

As plataformas que optarem pela operação dentro do mercado brasileiro pagarão uma taxa de outorga para obtenção da autorização (R$ 30.000.000,00), tributos e contribuições que incidem sobre a operação da empresa, e investimentos obrigatórios em governança, setor jurídico, integridade e tecnologia. No quesito

tributação, o principal ponto de captação de recursos é a incidência sobre a receita bruta de jogos após prêmios (GGR), que inicialmente era de 12% e recentemente foi aumentado para 18%. O GGR é um modelo internacional, que busca alinhar arrecadação pública com o desempenho real da operação. Outro modelo de tributação é sobre os ganhos líquidos do apostador, de 15% sobre valores que excedam R$ 2.259,20 ao mês. Essa arrecadação se destina a políticas públicas relacionadas a questões sociais. As regras infralegais também exigem questões como garantias financeiras, auditoria independente, trilhas de auditoria de dados e informes periódicos à autoridade, o que consequentemente elevaria a barreira de entrada ao setor, estimulando uma seleção de empresas e operadores mais qualificados e estruturados (BRASIL, 2023; MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2024).

Os efeitos práticos da regulamentação no mercado são a consolidação competitiva, uma vez que o número de casas de aposta foi reduzido, ao passo que o serviço passou por um processo visando ao aumento de qualidade, previsibilidade para parcerias comerciais e profissionalização da gestão de risco e integridade. As empresas que formalizarem e consolidarem seus serviços no Brasil ganham capacidade de fechar parcerias, patrocínios e espaço na mídia, reduzindo incertezas contratuais e reputacionais, objetivando efeitos positivos na governança do esporte e no ambiente de negócios adjacente (BRASIL, MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2024; IAGR, 2024). A integridade dos esportes e do mercado de apostas também é buscada com programas de monitoramento de padrões de jogos, informe de operações suspeitas (como manipulação de resultados e jogadores e juízes com atuação enviesada), além de cooperação com autoridades e entidades do ecossistema, objetivando segurança alinhada com boas práticas internacionais (FATF-GAFI, 2012/2023; IAGR, 2024).

Na visão dos usuários, as mudanças mais visíveis estão na segurança, experiência e transparência. As plataformas autorizadas passaram a exigir verificação de identidade (KYC), o que garante que as contas do consumidor não sejam usadas por terceiros sem consentimento, mecanismos de prevenção à fraude e à lavagem de dinheiro e canais de suporte e ouvidoria melhorados, reduzindo o risco de golpes, contas “laranjas”, não cumprimento de apostas e de pagamento de prêmios. A regulamentação tende a padronizar prazos de pagamento e garantir que esses

pagamentos sejam efetuados, o que era uma incógnita antes da regulamentação, melhorando o ambiente e a experiência do jogador dentro da plataforma (BRASIL, MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2024; FATF-GAFI, 2012/2023)

A publicidade das apostas *on-line* também foi afetada: foram criadas diretrizes governamentais específicas que inibem a divulgação considerada irresponsável de propagandas. O setor é pressionado a observar normas de comunicação responsável, que reforcem apostas como plataforma de entretenimento, proibição de menores de idade, exclusão de promessas enganosas de enriquecimento rápido e uso indevido de figuras de autoridade. A autorregulação publicitária (CONAR), dispõe de princípios como veracidade, identificação publicitária, proteção ao público vulnerável e recomendação de consumo responsável, princípios que ganharam relevância internacional como piso reputacional e de boas práticas para campanhas de segmento (CONAR, 2023).

3. METODOLOGIA

Essa seção apresenta os procedimentos metodológicos adotados para a realização deste estudo. Serão descritos a natureza e a abordagem da pesquisa, os métodos de coleta e análise dos dados, bem como os critérios utilizados para a seleção das fontes e referências que fundamentam a investigação sobre a evolução e os impactos socioeconômicos do mercado brasileiro de apostas *on-line*.

3.1 Caracterização da pesquisa

Essa seção apresenta a caracterização da pesquisa, descrevendo sua natureza, abordagem e objetivos.

3.1.1 Natureza

Segundo Kerlinger (1980), as pesquisas científicas podem ser classificadas em duas diferentes categorias, a pesquisa básica e a pesquisa aplicada. A pesquisa básica tem o objetivo de estudar teorias e relações entre fenômenos, sem preocupação com a aplicação dos resultados. Enquanto a pesquisa aplicada, visa resolver problemas específicos em áreas que necessitam de melhorias e progressão.

Dessa forma, será adotada uma pesquisa de natureza aplicada, que visa investigar como a evolução do mercado brasileiro de apostas *on-line* impacta a população do ponto de vista socioeconômico, pois de acordo com a definição de Kerlinger (1980), a pesquisa aplicada almeja resolver problemas que causam apreensão ou são aflitivos, como os impactos socioeconômicos causados pelas "*bets".*

3.1.2 Abordagem

Segundo Malhotra (2001), a abordagem dos dados pode ser feita de maneira qualitativa ou quantitativa, de acordo com ele a pesquisa qualitativa é responsável por proporcionar melhor visão e compreensão do contexto do problema dado, já a pesquisa quantitativa, tem o objetivo de quantificar os dados e aplicar formas de análises estatísticas.

Dessa forma, o presente trabalho utilizará a abordagem qualitativa, pois de acordo com Malhotra (2001), a pesquisa qualitativa busca pela compreensão das razões e motivações, ainda implícitas em um cenário que se deseja elucidar, ela também possibilita o entendimento fundamental da linguagem, percepções e os valores da sociedade envolvida. Dessa forma, esse trabalho busca interpretar significados, padrões comportamentais e implicações sociais associadas ao uso de plataformas de apostas *on-line*. Os dados numéricos utilizados são secundários e servem como apoio interpretativo, não constituindo análises estatísticas próprias, o que reforça o enquadramento qualitativo da pesquisa. A análise foi conduzida por meio de análise documental e interpretação referencial das evidências encontradas na literatura e nos relatórios institucionais.

3.1.3 Objetivos

A pesquisa é classificada como exploratória, pois, segundo Vergara (2003) a pesquisa exploratória é feita em áreas onde há poucos estudos ou conhecimentos acumulados, por ter uma natureza de investigação, este tipo de pesquisa não abarca hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final do trabalho a ser estudado. A aplicação da pesquisa exploratória no presente trabalho teve como objetivo adquirir maior conhecimento sobre o tema abordado, pois, de acordo com Malhotra (2001) a pesquisa exploratória é usada em casos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão e prover a compreensão do problema enfrentado pelo pesquisador. Dessa maneira, os resultados obtidos poderão auxiliar futuramente na investigação das relações apresentadas nesse trabalho e aprofundar os estudos no assunto exposto.

Quanto aos procedimentos, esta pesquisa se caracteriza como bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica foi realizada com base em livros, artigos acadêmicos e teses que fundamentam teoricamente o estudo, abrangendo autores como Schwartz (2006), Reith (2000), Kahneman (2011), Thaler e Sunstein (2008), entre outros. Já a pesquisa documental utilizou fontes oficiais e institucionais, como relatórios do Ministério da Fazenda, dados da Confederação Nacional do Comércio (CNC), do Banco Central do Brasil, da Serasa, do IBGE e da Organização Mundial da Saúde (OMS), além da legislação pertinente, em especial a Lei nº 14.790/2023.

A análise dos dados foi conduzida por meio da análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (2011). Os dados secundários coletados, provenientes de relatórios oficiais, pesquisas de opinião pública (Serasa, Opinion Box, Instituto Locomotiva), estudos acadêmicos e documentos institucionais, foram organizados, categorizados e interpretados à luz do referencial teórico adotado, buscando compreender os significados, as relações de causalidade e os contextos envolvidos no fenômeno das apostas *on-line*. A triangulação entre fontes teóricas, dados documentais e indicadores socioeconômicos permitiu uma análise integrada dos impactos do setor.

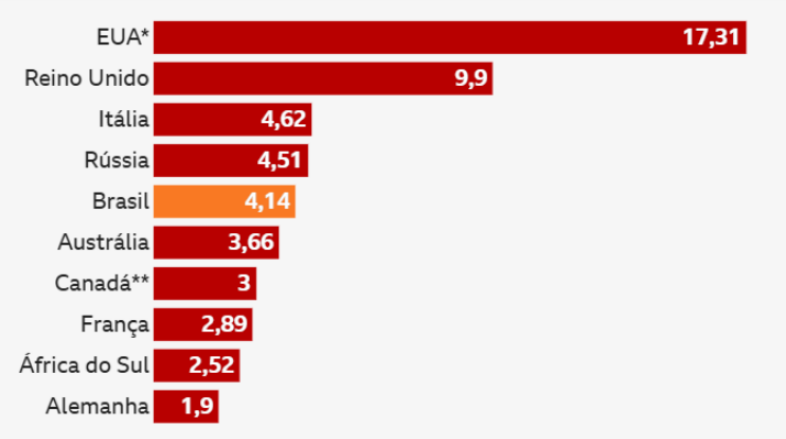
3.1.4 Fontes referenciais

Foram utilizadas fontes secundárias, incluindo artigos científicos, livros, relatórios governamentais, dados de entidades reguladoras, pesquisas socioeconômicas nacionais e internacionais, bem como estudos de autores que analisam comportamento do consumidor, economia comportamental e regulação de jogos.

4. ANÁLISE SOCIOECONÔMICA DAS APOSTAS ON-LINE

O mercado brasileiro de apostas *on-line* vem passando por uma rápida expansão. As empresas de "*bets"* devem faturar US$ 4,139 bilhões (cerca de R$ 22 bilhões) no Brasil no ano de 2025, posicionando o país como quinto maior mercado do mundo para o setor, como é mostrado no gráfico 1 (REGULUS PARTNERS, 2025). O montante de faturamento está diretamente associado com as estatísticas divulgadas pela Secretaria de Prêmios e Apostas (2025), apontando que as empresas autorizadas a operar legalmente no país, faturaram R$ 17,4 bilhões nos primeiros seis meses de 2025.

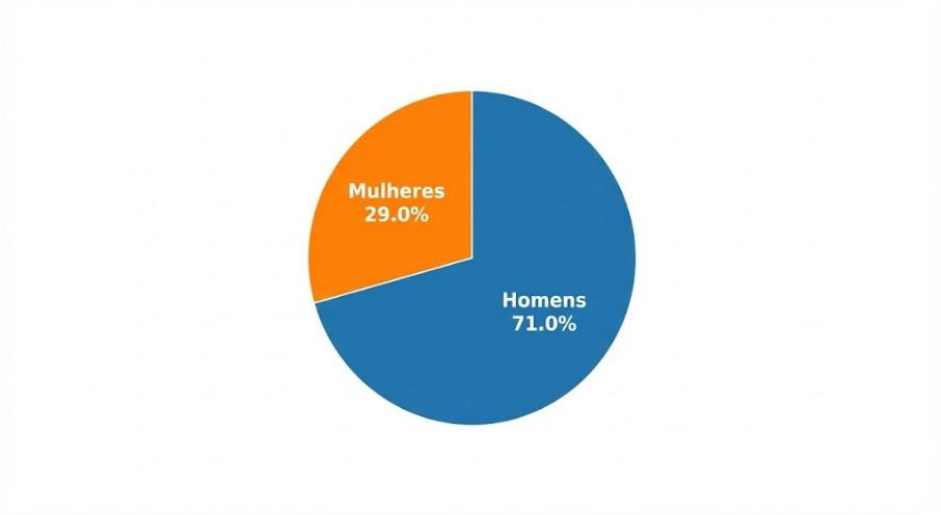
Gráfico 1 – *Ranking* de estimativa de faturamento do setor de apostas *on-line* em 2025 em bilhões de dólares.



Fonte: Regulus Partners (2025)

O faturamento é sustentado pelos usuários que, segundo o mesmo levantamento da Secretaria de Prêmios e Apostas (SPA, 2025), cerca de 17,7 milhões de brasileiros realizaram pelo menos uma aposta no primeiro semestre de 2025. Dos 17,7 milhões, aproximadamente 71% são homens, e 29% são mulheres, como mostra o gráfico 2 a seguir.

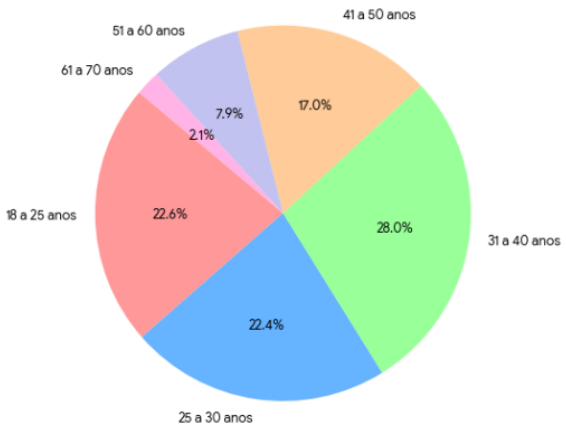
Gráfico 2 – Perfil de gênero dos apostadores on-line no Brasil (2025)



Fonte: Ministério da Fazenda (2025)

Em relação às faixas etárias, a que tem mais apostadores é a de 31 a 40 anos: 27,8%. Os que têm de 18 a 25 anos são 22,4%; 22,2% têm de 25 a 30 anos; 16,9% têm entre 41 e 50 anos; 7,8% têm de 51 a 60 anos e 2,1% têm de 61 a 70 anos. Como é representado no gráfico 3.

Gráfico 3 - Perfil de faixa etária dos apostadores on-line no Brasil (2025)



Fonte**:** Ministério da Fazenda (2025)

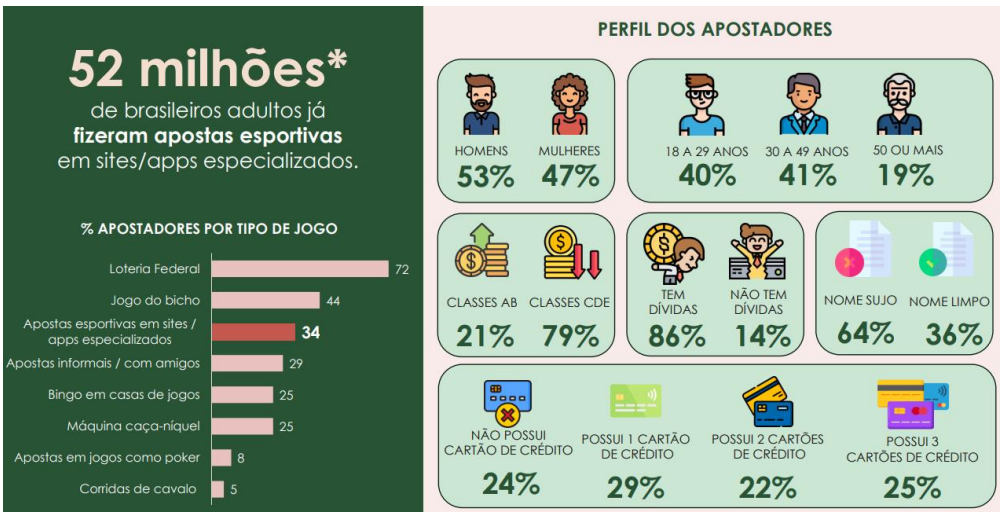
De acordo com a Receita Federal (2025), R$ 2,6 bilhões foram destinados aos cofres públicos, referentes à taxação das empresas relacionadas ao setor de apostas.

O governo brasileiro (2025), dividiu os recursos arrecadados da seguinte forma: 36% para o Ministério do Esporte e os comitês esportivos; 28% para o Turismo; 13,6% para a Segurança Pública; 10% para o Ministério da Educação; 10% para Seguridade Social; 1% para a Saúde 0,5% para entidades da sociedade civil; 0,5% para o Fundo para Aparelhamento e Operacionalização das Atividades-fim da Polícia Federal (Funapol) e 0,4% para a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial.

Com essa ascensão do mercado de apostas *on-line* no Brasil, uma empresa brasileira de pesquisa e estratégia de mercado chamada Instituto Locomotiva (2024) realizou uma pesquisa quantitativa de autopreenchimento por plataforma telefônica com 2060 entrevistas e margem de erro de dois pontos percentuais em um intervalo de confiança de 95% para mapear o perfil dos apostadores e o endividamento de apostadores no Brasil, que será essencial nesse estudo para fundamentação dos resultados e análises relacionando as teorias com o impacto socioeconômico das apostas *on-line*.

A pesquisa do Instituto Locomotiva (2024) identificou o perfil sociodemográfico dos apostadores brasileiros e trouxe estimativas de comportamento financeiro associadas ao uso recorrente de plataformas de apostas sendo possível observar um padrão consistente entre diferentes faixas de renda, escolaridade e idade. O levantamento mostrou que a maior concentração de apostadores se encontra entre jovens de 18 a 29 anos e adultos de 30 a 49 anos, predominantemente homens, pertencentes majoritariamente as classes C ,D, E, como é apresentado na figura 10.

Figura 10 – Perfil dos apostadores brasileiros



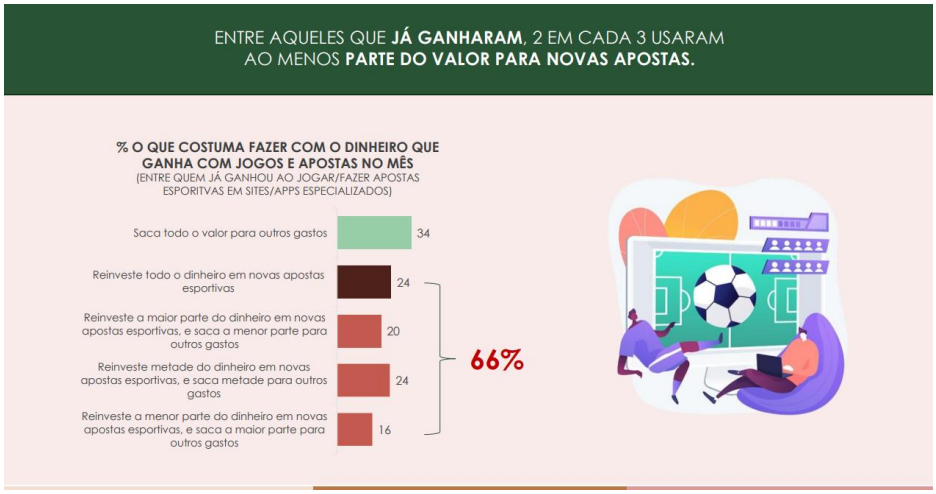
Fonte: Instituto Locomotiva (2024)

Esse perfil é coerente com outros estudos acadêmicos brasileiros, como o de Edson das Chagas Mariano (2025), que demonstra que gastos com apostas *on-line* competem diretamente com despesas essenciais, gerando vulnerabilidade financeira especialmente em jovens adultos das classes C, D e E mostrando que a vulnerabilidade financeira e a busca por complementação de renda são fatores centrais para explicar a adesão crescente às apostas digitais entre jovens adultos de classes mais baixas. A predominância desses grupos também se relaciona às características psicológicas e comportamentais destacadas por Gainsbury (2012) e Reith (2019), especialmente no que diz respeito à busca por gratificação imediata e à suscetibilidade a estímulos digitais contínuos.

De acordo com o relatório “O impacto das apostas esportivas no consumo” (Strategy, PwC, 2024), as apostas já representam 1,38% do orçamento familiar nas classes D/E, ocorrendo um aumento gradativo do ano de 2018 até o ano de 2026. Essa constatação reforça uma implicação socioeconômica crítica: o dinheiro gasto com apostas, em especial entre famílias de baixa renda, é retirado de categorias que possuem alto efeito multiplicador na economia (alimentação, transporte, vestuário e bens essenciais).Esse dado representa uma perda dupla: empobrece as famílias e reduz a circulação de renda na economia real, fortalecendo o argumento de que a expansão das apostas *on-line* tem produzido impactos socioeconômicos negativos significativos no curto e médio prazo.

Parte do capital que antes era destinado ao comércio, serviços e desenvolvimento da economia nacional passou a ser gasto em apostas. Além disso, o dinheiro ganho nas plataformas de apostas é em sua maioria das vezes reinvestido nas mesmas, fazendo com que ocorra um ciclo vicioso, prejudicial tanto ao indivíduo quanto à economia do país como um todo, o que é representado pela Figura 11.

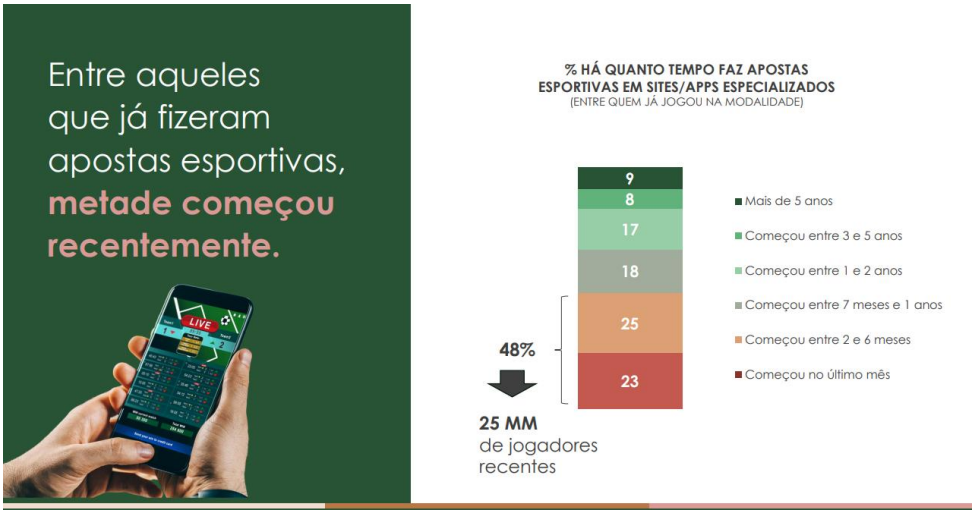
Figura 11 – O que os apostadores fazem com os ganhos?



Fonte: Instituto Locomotiva (2024)

Esse fator crítico pode se tornar cada vez mais alarmante, uma vez que, 48% dos apostadores começaram em um curto intervalo de tempo de no máximo 6 meses, o que é mostrado na figura 12. Outro dado relevante é que cerca de 69% dos apostadores costumam realizar apostas pelo menos uma vez ao mês, como demonstra a figura 13. O que evidencia que as apostas crescem exponencialmente a cada dia, intensificando os possíveis riscos associados a essa atividade.

Figura 12 – Tempo de início nas apostas esportivas on-line



Fonte: Instituto Locomotiva (2024)

Figura 13 – Frequência da realização das apostas esportivas



Fonte: Instituto Locomotiva (2024)

Segundo estudo realizado por Mariano (2025), foi verificado a existência de impacto significativo direto desse tipo de gasto na renda e consumo dos brasileiros. Ao relacionar o salário médio por faixa etária de acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (2020) e o gasto médio mensal de R$ 216,00 por pessoa, observou-se que o maior reflexo na renda ocorreu na faixa etária de até 17 anos, com impacto de 17 a 28%, diminuindo conforme aumenta a faixa etária, chegando a 10% para pessoas acima de 65 anos. A descrição dos dados pode ser verificada na tabela 1.

Tabela 1 - Comprometimento de renda das apostas por faixa etária

Faixa Etária	Impacto na Renda (Queda)
Até 17 anos	17% a 28%
18 a 24 anos	16% a 18%
25 a 29 anos	13% a 14%
30 a 39 anos	12% a 13%
40 a 49 anos	11%
50 a 64 anos	10% a 11%
Acima de 65 anos	10%

Fonte: MARIANO, p.18, 2025

As teorias sobre economia comportamental abordada no referencial teórico reforça que jovens adultos possuem estruturas decisórias mais suscetíveis a reforços variáveis, principalmente quando associados a promessas de ganhos rápidos e mecanismos de quase-acerto (KAHNEMAN & TVERSKY, 1979; THALER & SUNSTEIN, 2008). Dessa forma, o impacto percentual mais elevado sobre esse público não é apenas um fenômeno estatístico, mas a expressão prática de mecanismos psicológicos e teorias defendidas por autores no referencial teórico.

Como base de comparação entre o comprometimento da renda das apostas por faixa etária e os impactos na renda das despesas familiares, a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) (IBGE, 2017-2018) mostra as porcentagens de reflexo nos rendimentos em relação a custos essenciais como moradia, transporte, alimentação, assistência à saúde, educação entre outros custos, conforme mostrado na tabela 2 abaixo.

Tabela 2 - Despesas familiares e seus impactos na renda

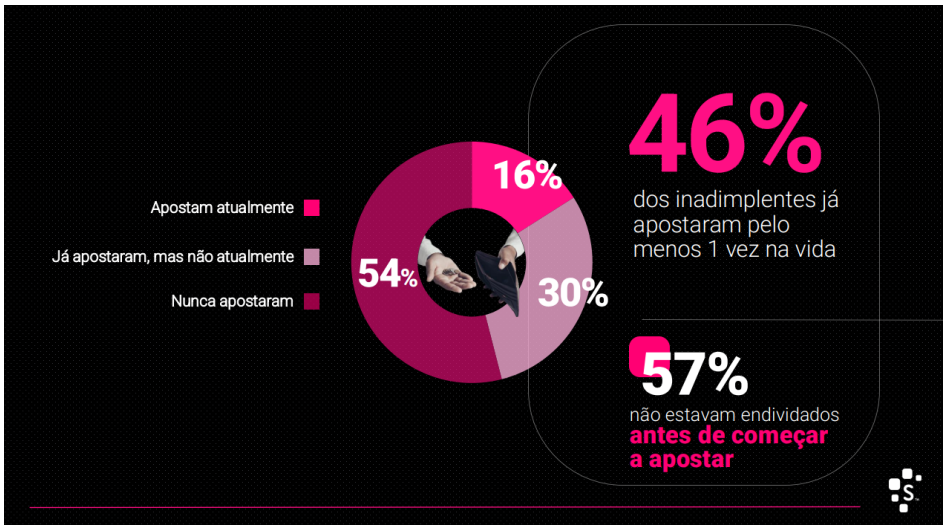
Categoria / Tipo de despesa	Impacto na Renda
Moradia: aluguel, energia, serviços domésticos etc.	36,6%
Transporte	18,1%
Alimentação	17,5%
Assistência à saúde	8,0%
Educação	4,7%
Outros (vestuário, serviços pessoais, lazer / cultura etc.)	o restante

Fonte: Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018

Relatórios de inadimplência do Serasa permitem aprofundar a compreensão de como as apostas *on-line* têm contribuído para deteriorar a saúde financeira das famílias brasileiras. A pesquisa “Bets e Inadimplentes” (SERASA & OPINION BOX, 2024), realizada com 4.463 entrevistados em âmbito nacional, evidencia que o fenômeno das apostas está diretamente relacionado ao aumento da inadimplência, ao atraso no pagamento de contas essenciais e à recorrência do uso de crédito emergencial para sustentar ciclos de jogo.

A Figura 14, proveniente da pesquisa *Bets e* Inadimplentes (Serasa & Opinion Box, 2024), reforça de forma contundente a relação entre apostas *on-line* e deterioração da saúde financeira dos brasileiros. O gráfico evidencia que 46% dos inadimplentes já apostaram ao menos uma vez, enquanto 57% afirmam que não estavam endividados antes de começar a apostar, mostrando que, para muitos indivíduos, a entrada no universo das apostas funciona como gatilho ou acelerador do processo de endividamento.

Figura 14 – A relação dos inadimplentes com apostas

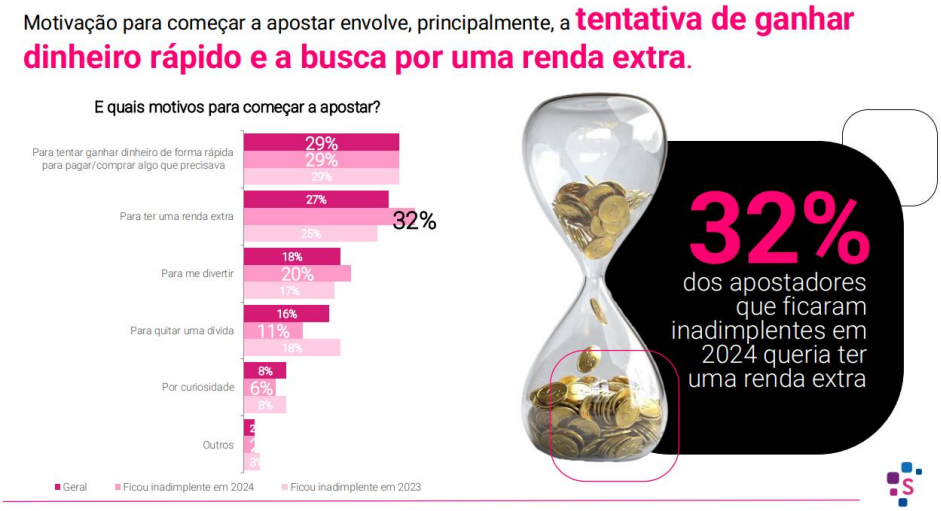


Fonte: Serasa & Opinion Box (2024)

De acordo com a pesquisa, os principais motivos que levaram os apostadores que ficaram inadimplentes em 2024 e 2023 a começar a apostar foram a tentativa de ganhar dinheiro de forma rápida para pagar ou comprar algo de que precisava e para ter uma renda extra, como demonstrado na figura 15. Esse aumento sugere um deslocamento gradual das motivações recreativas para motivações eminentemente financeiras, reforçando a interpretação de que as apostas passam a ser percebidas como uma estratégia de enfrentamento econômico. Essa tendência dialoga diretamente com o que Bauman (2007) descreve como economia da incerteza, na qual indivíduos, diante da instabilidade e da precariedade financeira, aderem a comportamentos de risco em busca de soluções imediatas. Além disso, a intensificação da associação entre inadimplência e aposta reforça o ciclo de *chasing losses* descrito por Kahneman e Tversky (1979), segundo o qual perdas financeiras

elevam a probabilidade de novos comportamentos arriscados, na tentativa de recuperação.

Figura 15 – Motivos dos apostadores inadimplentes começarem a apostar



Fonte: Serasa & Opinion Box (2024)

A pesquisa aprofunda a compreensão sobre o comportamento financeiro dos inadimplentes ao revelar quais fontes de renda são utilizadas para sustentar as apostas. Observa-se que, de acordo com a figura 16, 69% utilizam o próprio salário para apostar, indicando que a atividade não ocorre de forma marginal, mas sim inserida no orçamento cotidiano, competindo diretamente com despesas essenciais. Esse dado pode ser confirmado de acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2026), que afirma que a inadimplência do consumidor causada pelas "*bets*" retirou R$ 143 bilhões do comércio varejista brasileiro, volume equivalente ao total de vendas nos períodos de Natal de 2024 e 2025 somados. Outros 19% afirmam apostar com dinheiro oriundo de ganhos anteriores, o que reforça a dinâmica de retroalimentação descrita por Gainsbury (2015), na qual o jogador reinveste ganhos como forma de prolongar o engajamento e evitar a percepção de perda. Mesmo que em níveis menores, as porcentagens equivalentes as apostas feitas com dinheiro emprestado de amigos e familiares e apostas feitas com reserva de emergência podem indicar que as apostas não apenas consomem parte relevante da renda corrente, mas também pressionam mecanismos de endividamento formal e informal, estimulando o ciclo de inadimplência evidenciado pela pesquisa.

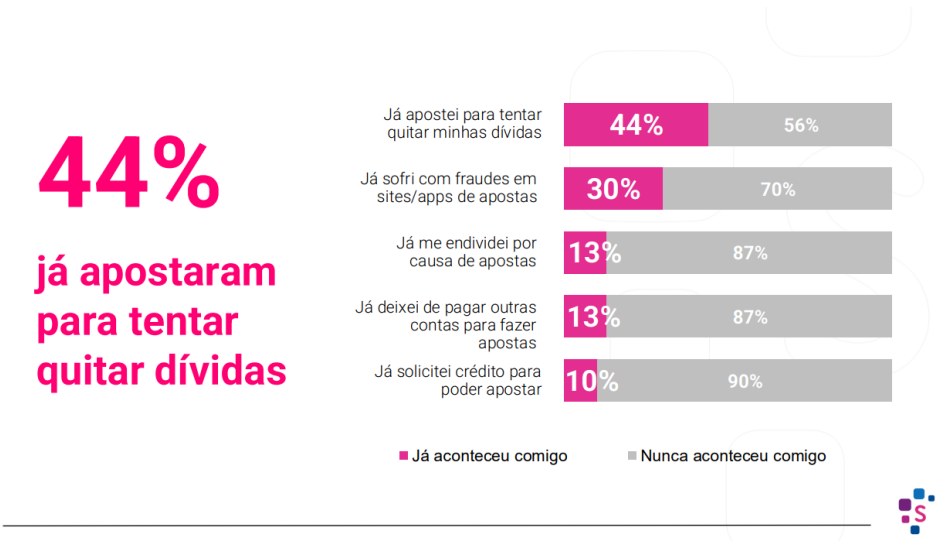
Figura 16 – Principais fontes de renda para apostas



Fonte: Serasa & Opinion Box (2024)

A Figura 17 mostra um cenário preocupante, em que 44% dos apostadores inadimplentes recorrem às apostas como rota de fuga para tentar quitar dívidas, o que deixa de ser um comportamento ocasional e se torna uma estratégia financeira, altamente arriscada, irracional e com grandes probabilidades de agravar o problema. O fato de também aparecerem percentuais relevantes de pessoas que se endividaram por causa das apostas, deixaram de pagar contas para continuar apostando ou até solicitaram crédito para jogar indica um deslocamento perigoso, no qual práticas de alto risco passam a ser usadas como alternativa diante da falta de soluções econômicas viáveis.

Figura 17 – Motivos para apostar



Fonte: Serasa & Opinion Box (2024)

A literatura recente evidencia que o impacto das apostas *on-line* ultrapassa a esfera financeira e alcança dimensões diretamente relacionadas à saúde mental, emocional e comportamental dos indivíduos. A classificação do G*ambling Disorder* como transtorno aditivo no CID-11 da Organização Mundial da Saúde marca um avanço importante ao reconhecer que o jogo compulsivo compartilha características com dependências químicas, incluindo perda progressiva de controle, priorização da atividade sobre outras áreas da vida e continuidade do comportamento apesar dos prejuízos (WHO, 2019). As pesquisas evidenciadas anteriormente mostram a recorrência a apostas para quitar dívidas, tomada de crédito para jogar e uso de salário e reservas emergenciais para financiar o comportamento. Pontos que se alinham diretamente aos padrões descritos pela OMS e refletem um processo de deterioração emocional associado à busca de alívio imediato, fuga de estresse e tentativas repetidas de recuperação financeira.

Pesquisas internacionais também mostram que apostas *on-line* são particularmente propensas a gerar danos psicológicos acelerados devido à rapidez, disponibilidade contínua e estímulos de reforço intermitente. Hing, Russell e Browne (2016), em estudo publicado no *Journal of Behavioral Addictions*, apontam que usuários de plataformas digitais apresentam maior probabilidade de desenvolver sintomas de ansiedade, irritabilidade, impulsividade e sentimentos de vergonha ou culpa após episódios de perdas. Essa vulnerabilidade aumenta entre indivíduos em contexto de inadimplência, pois o ciclo emocional de frustração e esperança favorece comportamentos de risco e decisões precipitadas.

Outro ponto relevante é identificado por Calado e Griffiths (2016), em revisão sistemática com estudos de diversos países, indicando que danos emocionais associados às apostas incluem declínio na autoestima, isolamento social e sintomas depressivos, especialmente quando o indivíduo percebe perda de controle ou impacto nas relações pessoais. Esse padrão dialoga com os dados apresentados pela pesquisa Serasa/Opinion Box, que mostram comportamento recorrente de apostar

para lidar com dívidas ou recuperar dinheiro perdido promovendo uma dinâmica emocional que retroalimenta o ciclo de dano.

O relatório *Gambling-related Harms Evidence Review (*UK Gambling Commission, 2019) reforça a dimensão de saúde pública do problema ao apontar que danos relacionados às apostas incluem insônia, estresse crônico, deterioração de vínculos familiares e prejuízos no desempenho profissional. O documento destaca ainda que comportamentos de risco são amplificados pela combinação entre fatores econômicos e fragilidades emocionais, criando um ambiente propício para o desenvolvimento de padrões compulsivos. Esses efeitos aparecem de maneira consistente nos resultados obtidos nas pesquisas analisadas ao longo deste capítulo, indicando que a população inadimplente é particularmente vulnerável, tanto financeiramente quanto psicologicamente.

Em suma, com base nos resultados obtidos e na análise socioeconômica, evidenciou-se que o mercado brasileiro de apostas *on-line*, impulsionado pela digitalização, pela acessibilidade 24 horas por dia e pela adoção massiva de métodos rápidos de pagamento, produziu impactos expressivos sobre o consumo, o endividamento e o bem-estar da população. Os dados indicam uma realocação significativa de recursos antes destinados a consumo essencial, como alimentação, transporte e saúde, para o volume de apostas, com efeitos particularmente graves sobre as classes C, D e E. Verificou-se também o aumento do endividamento familiar, a maior busca por crédito, utilização de salários, reservas de emergência destinadas a apostas, a busca por dinheiro rápido, tentativa de quitar dívidas e a correlação entre exposição às plataformas e o agravamento de quadros de ansiedade, impulsividade e ludopatia, configurando um cenário que ultrapassa a esfera individual e atinge dimensões de saúde pública. O crescimento acelerado do setor, somado à forte presença de publicidade e ao modelo de remuneração de afiliados baseado em receita compartilhada, ampliou a vulnerabilidade dos consumidores e intensificou os ciclos de perda e recuperação emocional e financeira.

Diante desse quadro, o fortalecimento da educação financeira surge como política complementar essencial para mitigar os danos identificados. Embora a regulação instituída pela Lei nº 14.790/2023 represente um avanço na formalização, na tributação e na supervisão do setor, suas medidas isoladamente não são

suficientes para proteger os consumidores mais vulneráveis. A educação financeira atua na dimensão preventiva, capacitando os indivíduos a compreender a matemática das apostas, a identificar vieses cognitivos como a ilusão de controle e o otimismo irrealista, e a reconhecer os mecanismos de design persuasivo empregados pelas plataformas. Programas de letramento financeiro integrados a políticas públicas de proteção ao consumidor podem reduzir a assimetria informacional entre usuários e operadores, fortalecer a tomada de decisão consciente e diminuir a prevalência de comportamentos compulsivos. A articulação entre regulação estatal, responsabilidade das plataformas e educação financeira da população constitui, portanto, uma abordagem mais promissora para enfrentar os impactos socioeconômicos das apostas *on-line* no Brasil.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou contribuir para a compreensão da evolução do mercado brasileiro de apostas *on-line* e de seus impactos socioeconômicos, articulando elementos de economia comportamental, *design* de plataformas digitais, regulação estatal e dados recentes sobre uso das "*bets"* pela população. Ao longo da análise, foi possível demonstrar que as apostas *on-line* deixaram de ocupar apenas o espaço do entretenimento e se consolidaram como um fenômeno econômico relevante, capaz de redistribuir renda, alterar padrões de consumo e gerar efeitos expressivos sobre a saúde financeira e emocional dos indivíduos.

Por meio da metodologia adotada, observou-se que a combinação entre acessibilidade tecnológica, meios de pagamento instantâneos (como o Pix) e estratégias sofisticadas de arquitetura de escolha, como redução de fricções para depositar, repetição automática de bilhetes, opções pré-selecionadas e estímulos de urgência, estruturam um ambiente que favorece decisões rápidas, emocionais e de alto risco. Tais mecanismos, amplamente documentados pela literatura de economia comportamental, explicam por que indivíduos em situações de vulnerabilidade financeira demonstram maior propensão ao comportamento de *chasing*, que é o ciclo de tentativas rápidas e repetidas do jogador na esperança de recuperar sua perda, e ao uso das apostas como tentativa ilusória de reorganização das finanças pessoais, intensificando desigualdades e favorecendo ciclos de endividamento.

Os resultados socioeconômicos apresentados neste trabalho reforçam esses efeitos. Indicadores como o uso do salário para apostar, o redirecionamento de orçamento de necessidades básicas para plataformas digitais, o aumento da inadimplência entre jogadores e o recurso ao crédito para continuar apostando revelam que as "*bets*" competem diretamente com o consumo essencial e agravam o estresse financeiro de famílias brasileiras, sobretudo das classes C, D e E. A literatura internacional analisada também demonstra que esse ciclo econômico se soma a danos emocionais significativos, como ansiedade, impulsividade, insônia, deterioração dos vínculos familiares e queda no desempenho profissional,

caracterizando um problema que transcende a esfera individual e se aproxima de uma questão de saúde pública.

A pesquisa também tornou evidente que a sensação de controle presente nas plataformas — que é reforçada por animações, bônus, notificações e *feedbacks* constantes — é responsável por dificultar decisões racionais, especialmente em estados emocionais intensos. Nesse sentido, conceitos como vieses cognitivos, recompensa intermitente e excesso de estímulos se mostraram fundamentais para explicar por que uma parcela da população migra rapidamente do uso recreativo das apostas para padrões de risco.

Do ponto de vista regulatório, embora a Lei nº 14.790/2023 represente um marco importante ao estabelecer diretrizes para licenciamento, integridade e publicidade responsável, ainda se observa um descompasso entre a velocidade da expansão das plataformas e a capacidade do Estado de monitorar práticas de mercado que exploram brechas psicológicas e tecnológicas. A regulação, embora necessária, não elimina integralmente os incentivos comerciais que estruturam o setor, tampouco substitui o papel formativo da sociedade.

Nesse contexto, um dos pontos centrais identificados ao longo deste trabalho é a necessidade urgente de fortalecer a educação financeira como política complementar. Os resultados evidenciam que parte significativa dos danos é ampliada por baixa compreensão sobre orçamento, risco, probabilidade e ilusão de ganhos. Assim, programas de educação financeira contínua, voltados ao desenvolvimento de pensamento crítico, gestão de renda, tomada de decisão e compreensão dos vieses cognitivos se revelam essenciais para reduzir vulnerabilidades e mitigar comportamentos impulsivos estimulados pelas plataformas.

Conclui-se, portanto, que as apostas *on-line* representam um fenômeno, no qual fatores tecnológicos, psicológicos e econômicos se entrelaçam e produzem efeitos que vão além do entretenimento. A compreensão desse mercado exige análise integrada que considere não apenas sua dimensão financeira, mas também comportamentos induzidos por interesses, *marketing* agressivo, exploração de fragilidades emocionais, econômicas e assimetrias de informação. Espera-se que os achados aqui apresentados contribuam para o debate público, para o aprimoramento

regulatório e para a promoção de práticas preventivas, capazes de reduzir danos e promover maior proteção aos consumidores em um ambiente digital cada vez mais sofisticado e persuasivo.

Este estudo possui limitações relacionadas ao uso de dados secundários e à rápida evolução do setor, o que pode alterar cenários de forma dinâmica nos próximos anos. Estudos futuros podem se beneficiar de levantamentos de campo, estudos quantitativos, abordagens experimentais capazes de mensurar causalidade entre comportamento de aposta, saúde mental e condições socioeconômicas.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Varejo brasileiro perdeu R$ 103 bilhões por causa das bets em 2024**. Radioagência Nacional, 2025. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2025-01/varejo-brasileiro-perdeu-r-103-bilhoes-por-causa-das-bets-em-2024. Acesso em: 15 nov. 2025.

AGÊNCIA SENADO. **Regras para apostas**: veja o que muda com a nova lei. Senado Notícias, Brasília, 5 jan. 2024. Disponível em: https://www12.senado.leg.br. Acesso em: 17 nov. 2025.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5)**. 5. ed. Washington, DC: APA, 2013.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **What Is Gambling Disorder?** DSM-5-TR overview. Washington, DC: APA, 2022. Disponível em: https://www.psychiatry.org. Acesso em: 13 nov. 2025.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Regulamento do Pix**. Brasília: BCB, 2020. Disponível em: https://www.bcb.gov.br. Acesso em: 11 nov 2025.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BINDE, Per. **Gambling advertising**: a critical research review. London: Responsible Gambling Trust, 2014. Disponível em: https://www.begambleaware.org. Acesso em: 10 nov 2025.

BINDE, Per. Why people gamble: A social anthropological perspective. **Addiction Research & Theory**, v. 21, n. 4, p. 273-281, 2013.

BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a exploração de apostas de quota fixa e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 29 dez. 2023.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Prêmios e Apostas. **No primeiro semestre, 17,7 milhões de brasileiros realizaram apostas de quota fixa e ultrapassou-se o total de 15 mil sites ilegais bloqueados**. Brasília, DF: Ministério da Fazenda, ago. 2025. Disponível em: https://www.gov.br. Acesso em: 20 nov. 2025.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Prêmios e Apostas. **Regulamentação da Lei 14.790/2023**: portarias e notas técnicas. Brasília: MF/SPA, 2024. Disponível em: https://www.gov.br. Acesso em: 13 nov. 2025.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria de Prêmios e Apostas. **Regulamentação das apostas de quota fixa**: diretrizes e atos normativos. Brasília: MF/SPA, 2024. Disponível em: https://www.gov.br. Acesso em: 10 nov 2025.

CAILLOIS, Roger. **Les jeux et les hommes**: le masque et le vertige. Paris: Gallimard, 1958.

CALADO, Filipa; GRIFFITHS, Mark. **Problem gambling worldwide:** an updated systematic review. *Journal of Behavioral Addictions*, v. 5, n. 3, p. 155-166, 2016. Disponível em: https://akjournals.com/view/journals/2006/5/3/article-p155.xml. Acesso em: 25 maio 2026.

CIALDINI, Robert B. **As armas da persuasão**: como influenciar e não se deixar influenciar. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

CONAR. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária**. São Paulo, 2023. Disponível em: http://www.conar.org.br. Acesso em: 19 nov 2025.

DA COSTA DOMINGUES MARTINS, L.; AMANDA MARIA BONINI; ISABELLA STEOLA. Impacto social dos jogos de azar online e suas consequências democráticas. **Anais do Congresso Brasileiro de Processo Coletivo e Cidadania**, [S. l.], v. 12, n. 12, p. 772–791, 2024. Disponível em: https://revistas.unaerp.br/cbpcc/article/view/3487. Acesso em: 15 nov. 2025.

DIXON, Mike J. et al. Losses disguised as wins in modern multi-line video slot machines. **Addiction**, v. 105, n. 10, p. 1819–1824, 2010. Disponível em: https://doi.org. Acesso em: 20 nov 2025.

DUFFY, Dennis L. Affiliate marketing and its impact on e-commerce. **Journal of Consumer Marketing**, v. 22, n. 3, p. 161-163, 2005.

ESTADÃO. **Bets despejam mais de R$ 1 bilhão por ano em 18 clubes da Série A**. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 2024. Disponível em: https://www.estadao.com.br/esportes/futebol/bets-despejam-mais-de-r-1-bilhao-por-ano-em-18-clubes-da-serie-a/. Acesso em: 13 nov. 2025.

FATF-GAFI. **International Standards on Combating Money Laundering and the Financing of Terrorism & Proliferation**: The FATF Recommendations. Paris, 2012.

Atualizado em 2023. Disponível em: https://www.fatf-gafi.org. Acesso em: 18 nov 2025.

FORREST, David; MCHALE, Ian G. The economics of sports betting. *In*: VAUGHAN WILLIAMS, Leighton; SIEGEL, Donald S. (ed.). **The Oxford Handbook of the Economics of Gambling**. New York: Oxford University Press, 2012.

G1. **Tributação de bets rende quase R$ 5 bilhões em arrecadação até julho, diz Receita Federal**. G1 Economia, 21 ago. 2025. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/noticia/2025/08/21/tributacao-de-bets-rende-quase-r-5-bilhoes-em-arrecadacao-ate-julho-diz-receita-federal.ghtml. Acesso em: 22 nov. 2025.

GAINSBURY, S. M. Online gambling addiction: the relationship between Internet gambling and disordered gambling. **Current Addiction Reports**, v. 2, n. 2, p. 185-193, 2015.

GAINSBURY, Sally M. Internet gambling: Current research findings and implications. **Psychological Bulletin**, v. 138, n. 6, p. 1064–1092, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRAY, H. M.; NEWALL, P. W. S.; WALASEK, L. Nudging and sludge in gambling: Asymmetric frictions in safer gambling tools. **Journal of Behavioral Public Administration**, v. 3, n. 2, 2020.

HING, N.; RUSSELL, A. M.; LI, E.; VITARTAS, P. Does the uptake of wagering inducements predict impulse betting on sport? **Journal of Behavioral Addictions**, v. 8, n. 1, p. 146-158, 2019.

IAGR — INTERNATIONAL ASSOCIATION OF GAMING REGULATORS. **Global Regulatory Resources**. [S. l.], 2024. Disponível em: https://iagr.org. Acesso em: 2 nov 2025.

IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017–2018**: primeiros resultados. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: https://www.ibge.gov.br. Acesso em: 13 nov. 2025.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. **Bets**: perfil dos apostadores. São Paulo, 2024. Disponível em: https://static.poder360.com.br/2024/08/Locomotiva-Bets-perfil-dos-apostadores-ago-2024.pdf. Acesso em: 10 jun. 2026.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. **Pesquisa apostas e saúde mental**. São Paulo, ago. 2024. Disponível em: https://static.poder360.com.br/2024/08/Locomotiva-pesquisa-apostas-e-saude-mental-ago-2024.pdf. Acesso em: 15 nov. 2025.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar**: duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

KERLINGER, Fred Nichols. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**: um tratamento conceitual. Tradução Helena Mendes Rotundo. São Paulo: EPU, 1980.

KILBY, Jim; FOX, John; LUCAS, Anthony F. **Casino Operations Management**. 2. ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2005.

LANGER, Ellen J. The illusion of control. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 32, n. 2, p. 311–328, 1975.

LANGHAM, Erika et al. Understanding gambling related harm: a proposed definition, conceptual framework, and taxonomy of harms. **BMC Public Health**, v. 16, n. 1, p. 80, 2016.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MIAZGA, K.; SZABO, A.; DEMETROVICS, Z. **Problem gambling and online gambling**: a systematic review. *Journal of Behavioral Addictions*, v. 9, n. 1, p. 1-23, 2020. Disponível em: https://akjournals.com/view/journals/2006/9/1/article-p1.xml. Acesso em: 25 maio 2026.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOTA, Camilla Veras. **Bets**: o que está por trás do crescimento que faz Brasil quinto maior mercado do mundo. BBC News Brasil, 22 out. 2025. Disponível em: https://www.bbc.com. Acesso em: 22 nov. 2025.

MUGGLETON, N. et al. The association between gambling and financial, social and health outcomes in big financial data. **Nature Human Behaviour**, v. 5, p. 319–326, 2021. Disponível em: https://www.nature.com. Acesso em: 16 nov 2025.

NEWALL, Philip W. S. Dark nudges in gambling. **Addiction**, v. 114, n. 6, p. 1022–1023, 2019. Disponível em: https://doi.org. Acesso em: 15 nov 2025.

NEWALL, Philip W. S.; MOODIE, Crawford; REITH, Gerda et al. Gambling marketing from 2014 to 2018: a literature review. **Current Addiction Reports**, v. 6, n. 2, p. 49-56, 2019.

O GLOBO. **Bets**: apostadores gastam até R$ 30 bi por mês no Brasil, segundo Banco Central. O Globo, Rio de Janeiro, 8 abr. 2025. Disponível em: https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2025/04/08/bets-apostadores-gastam-ate-r-30-bi-por-mes-no-brasil-segundo-banco-central.ghtml. Acesso em: 13 nov. 2025

OECD. **Consumption Tax Trends 2022**. Paris: OECD Publishing, 2022. Disponível em: https://www.oecd.org. Acesso em: 13 nov. 2025.

ORFORD, Jim. **An Unsafe Bet?** The Dangerous Rise of Gambling and the Debate We Should Be Having. Chichester: Wiley-Blackwell, 2011.

PACKEL, Edward. **The Mathematics of Games and Gambling**. 2. ed. Washington, DC: Mathematical Association of America, 2006.

PUBLIC HEALTH ENGLAND. **Gambling-related harms evidence review**. London: Public Health England, 2021. Disponível em: https://www.gov.uk. Acesso em: 17 nov 2025.

REITH, Gerda. **The Age of Chance**: Gambling in Western Culture. London: Routledge, 2000.

SAUER, R. D. The economics of wagering markets. **Journal of Economic Literature**, v. 36, n. 4, p. 2021–2064, 1998.

SCHÜLL, Natasha Dow. **Addiction by design**: Machine gambling in Las Vegas. Princeton: Princeton University Press, 2012.

SCHWARTZ, David G. **Roll the Bones**: The History of Gambling. New York: Gotham Books, 2006.

SHACKLEFORD, Michael. **Gambling 102**: The Best Strategies for All Casino Games. Las Vegas: Huntington Press, 2005.

TAVARES, Hermano; HETEM, Lúcia A.; GENTIL, Valentim. Jogo patológico: comorbidades, tratamento e prognóstico. **Revista de Psiquiatria Clínica**, v. 31, n. 4, p. 184-193, 2004.

TIME SERASA. **APOSTAS online**: saiba como superar as dívidas e equilibrar a saúde financeira. Serasa, 26 fev. 2024. Disponível em: https://www.serasa.com.br/blog/apostas-online/. Acesso em: 5 out. 2025.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. **Nudge**: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. New Haven: Yale University Press, 2008.

UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. **Brasileiros sentem o impacto social e econômico do vício nas bets**. Niterói, 4 set. 2024. Disponível em: https://www.uff.br/04-09-2024/brasileiros-sentem-o-impacto-social-e-economico-do-vicio-nas-bets/. Acesso em: 15 nov. 2025.

UNITED KINGDOM. Gambling Commission. **Online slots game design changes**. Birmingham: UKGC, 2021a. Disponível em: https://www.gamblingcommission.gov.uk. Acesso em: 19 nov 2025.

UNITED KINGDOM. Gambling Commission. **Remote gambling and software technical standards (RTS)**. Birmingham: UKGC, 2017. Disponível em: https://www.gamblingcommission.gov.uk. Acesso em: 20 nov. 2025.

UNITED KINGDOM. Gambling Commission. **Remote gambling and software technical standards (RTS) e Remote customer interaction**: Guidance for remote operators. Birmingham: UKGC, 2021b. Disponível em: https://www.gamblingcommission.gov.uk. Acesso em: 13 nov 2025.

UNITED KINGDOM. Office for Health Improvement and Disparities. ***Gambling-related harms**: evidence review*. London: Government of the United Kingdom, 2023. Disponível em: https://www.gov.uk/government/publications/gambling-related-harms-evidence-review. Acesso em: 25 maio 2026

VAUGHAN WILLIAMS, Leighton (ed.). **Information Efficiency in Financial and Betting Markets**. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

VAUGHAN WILLIAMS, Leighton. **The Economics of Gambling**. London: Routledge, 2003.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2003.

WALKER, Douglas M. **The Economics of Casino Gambling**. New York: Springer, 2007.

WARDLE, Heather; REITH, Gerda. Gambling and public health: we need policy action. **BMJ**, London, v. 375, e067446, 2021. Disponível em: https://www.bmj.com. Acesso em: 12 nov 2025.