

LEITURA BREVE

Não é só falta de controle

Como plataformas, publicidade e características das apostas podem prolongar o uso

Para quem aposta, familiares e pessoas próximas · leitura aproximada: 7 minutos

Por que olhar também para o ambiente

Quando alguém tem dificuldade para interromper as apostas, é comum explicar tudo como falta de disciplina, fraqueza ou decisão pessoal. Essa explicação é incompleta. O comportamento acontece dentro de produtos e ambientes desenhados para facilitar acesso, reduzir pausas e oferecer novas oportunidades de apostar.

A disponibilidade pelo celular, a velocidade de algumas modalidades, as notificações, as promoções e a associação constante com esporte e entretenimento podem aumentar a frequência e a intensidade do uso. Nem todo produto apresenta todas essas características, e o risco varia conforme a modalidade, o contexto e a pessoa. Ainda assim, entender o ambiente ajuda a construir proteção mais realista.

Compreender o design não elimina responsabilidade.

A pessoa continua podendo construir barreiras, pedir apoio e tomar decisões de proteção. Mas responsabilizá-la sozinha ignora o papel do produto, da publicidade, das condições de acesso e das práticas comerciais.

Uma escolha pode ser influenciada sem deixar de ser uma escolha

Ambientes digitais são capazes de organizar atenção, urgência e repetição. Quanto menos tempo existe entre impulso, pagamento, aposta e resultado, menor tende a ser a oportunidade de interromper a sequência e reconsiderar a decisão.

Por isso, a pergunta não deve ser apenas “por que a pessoa não para?”. Também é importante perguntar: que características tornam mais fácil continuar, voltar ou aumentar a exposição?

CARACTERÍSTICAS QUE PODEM AUMENTAR A INTENSIDADE**O produto e a plataforma também importam**

As características abaixo não aparecem do mesmo modo em todas as apostas. Elas ajudam a entender por que algumas experiências são mais intensas e por que apenas “ter força de vontade” pode não ser suficiente.

Acesso permanente O celular permite apostar em muitos lugares e horários. A proximidade constante reduz a distância entre vontade e ação.	Velocidade e repetição Quando apostas e resultados se sucedem rapidamente, há menos tempo para perceber perdas, cansaço ou mudança de intenção.
Oportunidades durante eventos Apostas oferecidas enquanto um jogo ou evento acontece podem transformar cada momento em uma nova decisão, mantendo atenção e urgência ativas.	Pouca fricção para pagar Dados salvos, depósitos rápidos e retorno imediato à tela reduzem etapas que poderiam funcionar como pausa ou oportunidade de reconsideração.
Sinais de quase ganho ou celebração Alguns produtos usam sons, imagens ou mensagens que podem tornar resultados sem ganho real mais estimulantes ou criar sensação de proximidade com uma vitória.	Personalização e convites Notificações, ofertas e mensagens direcionadas podem reaparecer em horários, eventos ou temas associados ao histórico e ao interesse da pessoa.

Ilusão de controle

Escolhas de times, estatísticas, botões, sequências e decisões rápidas podem produzir sensação de domínio sobre resultados que continuam sujeitos a incerteza. Conhecimento esportivo ou familiaridade com uma modalidade não elimina a margem de acaso nem a vantagem estrutural de quem oferece o produto.

Mais envolvimento não significa mais controle.

Quanto mais a pessoa acompanha, calcula e interage, mais competente pode se sentir. Essa sensação pode aumentar confiança sem aumentar, na mesma proporção, a capacidade de prever o resultado ou limitar perdas.

PUBLICIDADE, PROMOÇÕES E NORMALIZAÇÃO

Quando apostar passa a parecer parte natural do cotidiano

A publicidade não precisa ordenar diretamente que alguém aposte para produzir efeito. Ela pode associar apostas a esporte, pertencimento, celebração, conhecimento, masculinidade, diversão ou sucesso. A repetição dessas associações torna o comportamento mais familiar e pode reduzir a percepção de risco.

Promoções, bônus, contagens regressivas e linguagem de oportunidade podem acrescentar urgência. Expressões como “grátis” ou “sem risco” merecem cautela: condições, limites e exigências podem ficar menos visíveis do que a promessa principal.

Quando anúncios, comentários esportivos, influenciadores e notificações aparecem em diferentes ambientes, a pessoa pode encontrar lembretes mesmo sem estar procurando apostar. Para quem tenta reduzir ou interromper, essa exposição pode funcionar como gatilho.

Mensagens de responsabilidade não neutralizam o restante

Avisos para “apostar com responsabilidade” podem ser úteis, mas têm alcance limitado quando aparecem ao lado de incentivos, acesso contínuo e produtos de alta intensidade. Proteção não pode depender apenas de uma frase ao final da propaganda; ela exige barreiras reais, informação clara e limites no ambiente.

O que pode ajudar a reduzir a exposição

- Desativar notificações e mensagens promocionais relacionadas a apostas.
- Retirar aplicativos, atalhos, dados de pagamento salvos e acessos automáticos.
- Usar ferramentas de bloqueio e autoexclusão disponíveis e verificar se abrangem mais de uma plataforma.
- Separar dinheiro essencial e reduzir limites de crédito e transferência, quando isso puder ser feito com segurança.
- Planejar como assistir a eventos esportivos ou atravessar horários de maior exposição sem acesso fácil às apostas.
- Conversar com alguém sobre quais anúncios, eventos ou mensagens costumam aumentar a vontade de apostar.

A proteção funciona melhor quando muda o ambiente.

Tentar resistir diante de acesso permanente, dinheiro disponível e estímulos repetidos exige esforço contínuo. Reduzir exposição e criar barreiras diminui o número de decisões que precisam ser vencidas apenas pela vontade.

RECOLOCANDO A RESPONSABILIDADE

Nem culpa individual, nem ausência de escolha

Reconhecer o papel das plataformas e da publicidade não transforma a pessoa em alguém sem ação. Também não significa que todas as empresas, produtos ou experiências sejam iguais. Significa distribuir a análise de modo mais justo: danos podem resultar da interação entre vulnerabilidades, contexto, produto, acesso, marketing e práticas comerciais.

Essa compreensão pode reduzir vergonha e aumentar precisão. Em vez de perguntar apenas “o que há de errado comigo?”, torna-se possível perguntar “o que neste ambiente aumenta meu risco e que proteção concreta posso construir?”.

O que pode ajudar agora

- Identificar quais características aumentam mais seu envolvimento: velocidade, eventos ao vivo, notificações, promoções, solidão ou acesso a crédito.
- Escolher uma mudança ambiental que possa ser feita hoje, como retirar um acesso, cancelar mensagens ou separar dinheiro essencial.
- Anotar quando a publicidade ou um evento esportivo aumenta a vontade de apostar, sem usar o registro como punição.
- Evitar interpretar conhecimento, quase acertos ou pequenas devoluções como prova de controle sobre resultados futuros.
- Procurar apoio quando barreiras são repetidamente contornadas, a exposição continua aumentando ou há prejuízo financeiro, emocional ou familiar.

Qual Guia Prático pode complementar esta leitura?

Guia 01 — Plano pessoal de proteção

Para organizar barreiras, dinheiro essencial, rede de apoio e mudanças no ambiente.

Guia 02 — Plano para lidar com o impulso

Para preparar uma resposta curta quando notificações, eventos ou urgência ativam a vontade de apostar.

Guia 04 — Registro de gatilhos e episódios

Para reconhecer padrões de exposição, contexto, acesso e consequências.

Guia 05 — Mapa financeiro inicial

Para visualizar perdas, crédito, despesas essenciais e áreas que precisam de proteção.

O problema não está apenas dentro da pessoa.

Produtos e ambientes podem aumentar risco, repetição e intensidade. Construir proteção envolve agir sobre a pessoa e também sobre acesso, dinheiro, publicidade, contexto e características do produto.

Bases técnicas consultadas

- World Health Organization. Gambling. Fact sheet, 2 dez. 2024.
- National Institute for Health and Care Excellence. Gambling-related harms: identification, assessment and management. NICE guideline NG248, 2025.
- Wardle, H. et al. The Lancet Public Health Commission on gambling. The Lancet Public Health, 2024.
- Gambling Commission. Evidence theme 5: Product characteristics and risk, 2024.
- Gambling Commission. Online games design changes: speed of play, autoplay, illusion of control and losses disguised as wins, 2021-2023.

Programa Tem Vida Depois da Aposta · Psicólogos responsáveis: Adriano Gosuen e Patrícia Bernardes