

Brasília, 25 de outubro de 2025.

AtivawebGroup

ESTUDO ATIVAWEB – “BET DA CAIXA”

O banco público na mira das apostas e da opinião digital

1. Introdução Técnica

A **Ativaweb** monitorou, nas últimas 48 horas, **891.071 menções** sobre o anúncio da “**Bet da Caixa**”, a nova plataforma de apostas esportivas online da Caixa Econômica Federal.

Os dados foram coletados a partir das APIs das plataformas **Meta (Facebook e Instagram), X, TikTok e YouTube**, entre os dias **23 e 25 de outubro de 2025**.

O tema ganhou rápida tração digital após o presidente **Carlos Vieira** confirmar o lançamento até novembro, com meta de arrecadar **entre R\$ 2 bilhões e R\$ 2,5 bilhões já em 2026**.

Apesar da proposta econômica, o debate se transformou em **crise de reputação para o governo federal**, com expressivo volume de críticas morais e políticas.

2. Contexto da Notícia

O anúncio surge em meio à queda nas receitas das loterias, que arrecadaram **R\$ 27 bilhões em 2024**, mas registraram **redução de 29% no 1º trimestre de 2025**.

A criação da “Bet da Caixa” foi apresentada como tentativa de recuperar essas perdas e disputar espaço com as casas privadas de apostas.

No entanto, o movimento gerou **forte reação negativa nas redes sociais e na imprensa**, especialmente após informações de que **o presidente Lula demonstrou irritação com o projeto**, cobrando explicações da direção do banco.

O episódio passou de **uma pauta econômica para um problema ético e político**, atingindo diretamente a imagem do governo.

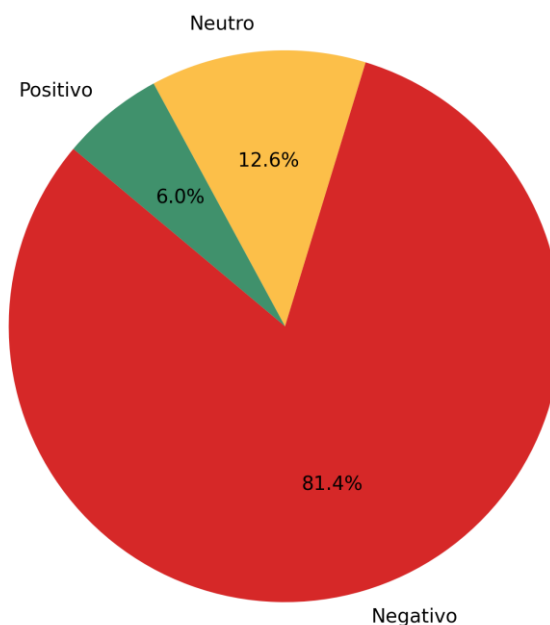
3. Análise de Sentimento (ISA)

Categoria	%	Volume aproximado	Descrição
Negativo	81,4%	725.831 menções	Rejeição massiva à ideia de um banco público explorar apostas, associando o governo à hipocrisia e contradição moral.
Neutro	12,6%	112.259 menções	Notícias, notas de portais e explicações sobre o modelo de arrecadação.
Positivo	6,0%	53.000 menções	Apoio pontual de perfis que enxergam a medida como modernização da arrecadação pública.

Explicação técnica: O ISA (Índice de Sentimento Ativaweb) é baseado em análise semântica e polaridade contextual, utilizando classificadores de linguagem para medir a percepção pública em larga escala.

O valor de **81,4% negativo** indica **crise reputacional grave** com predominância de críticas morais e políticas.

Análise de Sentimento - "Bet da Caixa" (ISA Ativaweb)



4. Distribuição Geográfica (IDA)

Os estados com maior volume de menções foram:

1. São Paulo – 25,6%
2. Rio de Janeiro – 15,1%
3. Bahia – 9,2%
4. Pernambuco – 8,0%
5. Minas Gerais – 7,3%
6. Paraná – 6,2%
7. Ceará – 5,5%
8. Rio Grande do Sul – 4,9%
9. Distrito Federal – 4,3%
10. Pará – 3,2%

◆ *Explicação técnica:* O IDA (**Índice de Distribuição Ativaweb**) mapeia o volume de menções geolocalizadas, identificando os estados com maior densidade de engajamento sobre o tema. O destaque nas capitais reforça o peso político do debate.

5. Principais Críticas e Narrativas Dominantes

As críticas se concentraram em três núcleos narrativos principais:

1. **“Hipocrisia estatal”** – Perfis ironizaram o governo por condenar o jogo privado e, simultaneamente, criar uma plataforma própria.
2. **“Desvio de função pública”** – Questionamentos sobre a Caixa usar sua credibilidade institucional para lucrar com o vício popular.
3. **“Incoerência política”** – O projeto foi interpretado como contraditório ao discurso ético e social do presidente Lula.

Exemplo de frase recorrente nas redes:

“O governo que diz proteger os pobres agora lucra com o vício deles.”

6. Nuvem de Palavras (ICP)

Termos mais citados:

Caixa, Lula, apostas, hipocrisia, governo, vício, moral, arrecadação, banco público, bet, contradição, Brasil, jogatina, desespero, receita, vergonha, incoerência.

Explicação técnica: O **ICP (Índice de Comunicação Pública)** evidencia o campo semântico dominante. A presença massiva de termos como “hipocrisia” e “vício” demonstra o viés moralizante do debate, com alto impacto emocional.

7. Menções ao Presidente Lula

O nome **Lula** aparece em **282.000 menções (31,6%)**, sendo 90% delas negativas. A percepção pública associa o presidente à autorização tácita do projeto, gerando desgaste direto. Após a informação de que **Lula teria se irritado com a proposta**, parte da narrativa mudou para “governo dividido”, mas o dano reputacional já estava consolidado.

8. Padrões de Engajamento

- Os conteúdos com mais engajamento foram os que exploraram **críticas morais com humor e sarcasmo**.
- Memes como “*O governo agora lucra com o seu vício*” e “*Bet oficial do povo*” dominaram o Instagram e o X.
- O pico de menções ocorreu entre **23h do dia 24 e 8h do dia 25**, com 310 mil publicações e compartilhamentos.
- No TikTok, vídeos de opinião ultrapassaram 2 milhões de visualizações somadas em 24h.

9. Interpretação Técnica

O caso “Bet da Caixa” expôs **vulnerabilidade narrativa do governo em temas de moralidade pública**. Mesmo que a proposta tenha origem econômica, o impacto digital seguiu o eixo da **incoerência institucional**, um gatilho altamente sensível em ambiente polarizado. O tom moralista das críticas foi amplificado por influenciadores, canais de opinião e até perfis neutros.

10. Conclusão Técnica

A reação digital à **“Bet da Caixa”** demonstra que, em tempos de hiperconectividade, **a coerência simbólica vale mais do que a coerência fiscal.**

A tentativa de criar uma fonte alternativa de receita virou um **caso de erosão reputacional**, transformando o governo em alvo moral e a Caixa em símbolo de contradição pública.

Indicadores Ativaweb:

- **ISA:** 81,4% negativo
- **IDA:** concentração em Sudeste e Nordeste
- **ICP:** eixo narrativo “hipocrisia x arrecadação”
- **IDN:** 7,8 (Alta difusão narrativa e polarização extrema)

“O governo quis apostar em receita e acabou perdendo em reputação. No digital, coerência é o único jogo que não aceita blefe.”

Alek Maracaja
CEO da Ativaweb