



COLÉGIO JOÃO PAULO I
INTRODUÇÃO À METODOLOGIA CIENTÍFICA
TURMA: 9B

**O IMPACTO PSICOLÓGICO E SOCIAL DAS CASAS DE APOSTAS
ONLINE NO PÚBLICO JOVEM-ADULTO**

Aluno: Gustavo Sanchotene Demeneghi
Orientador: Gilson Brisolara

Porto Alegre/RS
2025

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	3
1.1.	Justificativa	4
1.1.	Objetivo	5
1.1.1.	Objetivo Geral	5
1.1.2.	Objetivo Específico	6
2.	METODOLOGIA	7
3.	RESULTADOS	8
4.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	13
5.	PROPOSTAS FUTURAS	15
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	16

1. INTRODUÇÃO

O ato de apostar é algo que já vem de muito tempo atrás. As pessoas apostam puramente por diversão ou acham que dominam o assunto sobre o qual estão palpitando. Mesmo sendo uma prática antiga, desde a época da Mesopotâmia, no Brasil, desde de 2018, as casas de apostas se tornaram cada vez mais comuns (Monteiro, 2018). Esse ramo acabou se popularizando em razão dos serviços online que acabaram facilitando o acesso e o uso de casas de apostas online. Estas fazem parte do setor de jogos de azar da internet, o qual vem mostrando grande satisfação entre os jogadores (Ferraz, 2011).

As plataformas de jogos de azar online ficaram mais populares pela sanção da Lei nº13.756/2018. Tal lei legaliza as apostas em eventos esportivos, assim, permitindo as casas de apostas online no Brasil. Além disso, nos tempos da pandemia do COVID-19, as casas de apostas online tornaram-se populares por seu fácil acesso e pelo fato de as pessoas ficarem em casa sem muitas atividades para fazer. Uma pesquisa realizada pelo instituto DataSenado, em setembro de 2024, mostrou que homens de até 39 anos e com o ensino médio completo são grande parte dos usuários de sites de apostas. Além disso, outra parte da pesquisa alegou que 13% dos brasileiros de 16 anos ou mais afirmaram ter utilizado casas de apostas online em 30 dias. Outro fator que garantiu o acesso facilitado às casas de apostas online foi a democratização do acesso à internet móvel. Com ela, pessoas de renda mais baixa, as quais moram em lugares periféricos, têm mais acesso à internet e elas apostam com uma falsa sensação de que sua vida mudará sem precisar de habilidade (Lopes, 2024).

As casas de apostas online e os cassinos têm um design para que o jogador sinta-se confortável e tranquilo e permaneça neles, fornecendo dinheiro à plataforma ou ao estabelecimento, fazendo, assim, com que o cliente fique viciado. Muitos jogos de cassinos online acabam apresentando um design feito para o jogador, como *Fortune tiger*, popularmente conhecido como o “jogo do tigrinho”, que tem gráficos animados e mais simples, passando uma ideia mais infantil e inocente. Com o design feito dessa maneira, é possível amenizar a aposta feita com dinheiro real (Veríssimo, 2025).

Um fator, citado anteriormente, que acaba impulsionando o mercado das *bets* (palavra em inglês que significa apostas, entretanto, em Português, significa casas de apostas online, local em que mais de uma aposta é feita) é a procura por dinheiro fácil, já que o jovem, o qual tem um fácil acesso a internet, vê muitos influenciadores jovens ficando milionários, como Luan Kovarik, conhecido como “Jon Vlogs”. Influenciador o qual possui uma *bet*, a “Jonbet”. Segundo o jornal O Globo, em uma reportagem de 2023, Luan possui cerca de 8,2 milhões de seguidores no instagram e afirma ganhar cerca de R\$100 milhões anualmente. Além disso, Jon Vlogs já postou algumas fotos em aviões particulares e carros esportivos luxuosos, ostentando sua riqueza. Os influenciadores divulgando sites de apostas aos seus seguidores fazem com que o jovem não queira estudar para receber um salário inicial não tão alto, e sim tentar a sorte em jogos de azar ou apostas esportivas.

Outrossim, as casas de apostas acabam pagando não só influenciadores, mas também, nos últimos anos, é comum que sites de apostas, como Betano, Superbet, Alpha, Esportes da Sorte, entre outros, patrocinarem clubes de futebol, como Atlético Mineiro, Fluminense, a dupla grenal e Corinthians. Também são muitos os anúncios na televisão, principalmente em programas esportivos, como ocorreu com o SBT, que foi patrocinado pela Sportingbet na edição de 2024/2025 da Champions League. O canal atingiu a marca de aproximadamente 5,8 milhões de espectadores no jogo em que a equipe do Barcelona enfrentou a equipe do Benfica.

1.1. Justificativa

A justificativa deste trabalho é que, atualmente, estamos em uma era na qual as casas de apostas são muito comuns, já que muitos influenciadores são pagos para divulgá-las. De acordo com uma matéria feita pela CNN, a qual foi publicada em junho de 2024, as casas de apostas online movimentam aproximadamente 1% do PIB brasileiro, correspondendo a um valor de R\$100 bilhões no ano de 2023. Com esses valores, muitos seguidores de influenciadores que divulgam jogos de apostas encantam-se pela ideia do dinheiro fácil. Isso pode ser percebido pelo aumento de apostadores brasileiros nos últimos anos. Atualmente, o Brasil chega a ser o quinto país com mais jogadores de azar no planeta. Em 2023, a porcentagem de apostadores no Brasil era de 15% e, no ano de 2024, esse número aumentou a

22% (CNN, 2024). Isso resulta em um aumento de sete pontos percentuais de um ano para o outro.

No entanto, as casas de apostas tornam-se um grande problema enfrentado pela humanidade atualmente, pois milhões de pessoas caem em armadilhas que prometem dinheiro fácil e acabam fazendo com que o apostador perca o controle sobre seus gastos, não se preocupando com suas contas ou dívidas. Normalmente, o público atingido por tais propagandas são os jovens, os quais se encontram, de certa forma, inseguros com sua carreira profissional ou projetos futuros. Atualmente, no Brasil, muitos jovens estão desempregados por alguns fatores, como a evasão escolar, fenômeno em que o aluno sai da escola e não completa alguma etapa de ensino por falta de renda familiar (o aluno sai da escola para ajudar sua família), desinteresse e outros fatores. Outrossim, algo preocupante é o número de jovens desalentados no Brasil, pessoas que desistiram de procurar algum emprego por achar que não são mais capazes de encontrar um. Por causa desses motivos, o público jovem tenta sua sorte para “alavancar” sua vida. Além disso, todo esse vício pode ser acentuado pela forma como os sites são apresentados, o que faz com que o jogador se vicia cada vez mais. Por exemplo, algumas casas de apostas oferecem missões para que o apostador ganhe dinheiro ou, até mesmo, dão recompensas gratuitas, como as chamadas “rodadas grátis”, para que seus jogos sejam jogados e, assim, consequentemente, ganhem dinheiro.

1.1. Objetivo

1.1.1. Objetivo Geral

Não é novidade que as casas de apostas vêm ficando cada vez mais populares no Brasil. Pode-se perceber cada vez mais o impacto dos sites de apostas nos jovens quanto às questões de estudo e emprego. Pensando nisso, o objetivo geral do trabalho é investigar as consequências da popularização das casas de apostas e os seus impactos no comportamento psicológico e financeiro de seus usuários.

1.1.2. Objetivo Específicos

- Analisar o perfil socioeconômico dos usuários de casas de apostas online.
- Analisar a possível correlação entre casas de apostas e endividamento do usuário.
- Investigar como as propagandas de sites de azar interferem na escolha do indivíduo de jogar ou não.
- Apontar a influência das redes sociais na promoção de jogos de azar
- Investigar a conexão entre o desemprego e o aumento do uso de casas de apostas.

2. METODOLOGIA

A pesquisa será baseada na interpretação de alguns artigos e sites retirados diretamente do Google Acadêmico. Toda a atenção será voltada para trabalhos que falam sobre casas de apostas online e seus impactos na sociedade. As pesquisas realizadas a fim de encontrar os artigos e sites que construirão o trabalho serão feitas a partir das seguintes palavras-chave: “aposta”, “cassino”, “vício”. Já que a pesquisa cria novos conhecimentos para resolver problemas da sociedade, seu objeto é científico. De acordo com os critérios citados anteriormente, o projeto contará com artigos que dissertem sobre o perfil socioeconômico dos apostadores, desemprego relacionado a casas de apostas, marketing de plataformas de jogos de azar e impacto financeiro das casas de apostas nos seus usuários.

Os seguintes objetivos usarão métodos quantitativos: “Analisar o perfil socioeconômico dos usuários de casas de apostas online”, “Analisar a possível correlação entre casas de apostas e endividamento do usuário”, “Investigar a conexão entre o desemprego e o aumento do uso de casas de apostas”. Além de métodos quantitativos, para alguns objetivos serem atingidos, métodos qualitativos também serão usados, ou seja, foco em descrição verbal. Os objetivos “Investigar como as propagandas de sites de azar interferem na escolha do indivíduo de jogar ou não” e “Apontar a influência das redes sociais na promoção de jogos de azar” utilizarão metodologias qualitativas para que sejam alcançados.

Este projeto é de natureza exploratória, já que será feita uma vasta pesquisa, na qual informações serão colhidas em bibliografia revisada. Todos os objetivos da pesquisa podem ser atingidos com a pesquisa bibliográfica.

Por fim, a pesquisa será realizada somente *em situ*. Isso se deve ao fato de que nenhuma saída ao campo será feita e será utilizada como base de pesquisa, unicamente, a bibliográfica.

3. RESULTADOS

Uma pesquisa realizada pelo Banco Central do Brasil, a mando do Senador Omar José Abdel Aziz, buscou analisar tecnicamente o mercado de apostas online no Brasil e o perfil dos apostadores. O estudo pedia as seguintes informações sobre o perfil dos apostadores: idade, valor gasto por pessoa e se a família recebia bolsa família. Em setembro de 2024, estimou-se que 24 milhões de brasileiros já tentaram a sorte em algum tipo de jogo de azar e aposta. Nessa pesquisa, chegou-se a algumas conclusões a respeito do perfil dos apostadores: a maioria dos usuários tinha entre 20 e 30 anos e, também, constatou-se que grande parte recebe o auxílio do programa social Bolsa Família. Além disso, a pesquisa mostrou dados os quais diziam que, conforme a idade do apostador vai aumentando, sua quantia de dinheiro gasta nesses tipos de jogos mensalmente também aumenta. Nessa perspectiva, em média, mensalmente, um apostador jovem (de 20 a 29 anos) gasta mensalmente R\$100,00 com apostas, e um jogador mais velho (de 60 anos para cima) gasta, mensalmente, cerca de R\$3000,00. Dados referentes a agosto de 2024.

Seguindo com o perfil dos apostadores, o estudo exibiu que aproximadamente 5 milhões de pessoas, as quais recebiam o auxílio governamental de Bolsa Família, cujo valor era, na época, no mínimo R\$ 600,00 por família, mandavam uma quantidade exorbitante de dinheiro, cerca de R\$ 3 bilhões, para plataformas de cassino e apostas esportivas online por meio do método de pagamento do pix. Referente a esse número de apostadores, 4 milhões dos 5 são chefes de família e são eles quem recebem, de fato, o auxílio governamental, e R\$ 2 bilhões dos R\$ 3 bilhões foram enviados por eles às casas de apostas (Banco Central, 2024).

Uma outra pesquisa realizada pelo Instituto Data Senado, cujo objetivo era investigar o impacto social das casas de apostas online no Brasil, buscou entender qual era o perfil dos apostadores visando diferentes perspectivas. Alguns questionamentos que o estudo fazia: se a pessoa já havia feito alguma aposta online, qual a frequência com a qual apostava, qual o seu gênero e sua idade, qual a sua escolaridade, qual sua renda e qual sua força de trabalho. Os resultados obtidos foram: 62% eram homens e 38% eram mulheres; 56%, representando a maioria dos apostadores, tinham entre 16 a 39 anos; em relação à escolaridade dos entrevistados, 40% tinham o ensino médio completo, 23% tinham o ensino

fundamental incompleto e 20% afirmaram que tinham o ensino superior incompleto. Constatou-se que 52% recebiam até dois salários mínimos, o que era R\$ 2.824,00 na época (o salário mínimo era de R\$ 1.412,00); 68% dos usuários estavam empregados, 5% não e 27% estavam fora do mercado de trabalho. Assim, a pesquisa concluiu que normalmente o perfil dos apostadores é um homem de 16 a 39 anos, com o ensino médio completo, que tem algum emprego e ganha cerca de dois salários mínimos (Agência Senado, 2024).

Não é novidade que as casas de apostas online estão cada vez mais populares no Brasil. Isso acontece por uma série de motivos, sendo eles: o fácil e rápido acesso pelas *bets* pelo celular, o qual as pessoas sempre carregam consigo; a cultura do futebol entre os brasileiros, já que grande parte das apostas esportivas brasileiras acontecem no futebol e os torcedores fazem sua “fézinha” em seus clubes de coração; a publicidade nas televisões (principalmente em programas esportivos) e nas redes sociais com ex-jogadores de futebol, influenciadores e outras pessoas famosas divulgando casas de apostas e demonstrando a facilidade de ganhar dinheiro por meio de jogos de azar. Assim, as pessoas acabam sendo influenciadas a apostar. Isso é um fator que afeta diretamente a renda de muitas famílias brasileiras.

Marcelo Pereira de Mello, professor da Universidade Federal Fluminense, graduado em Ciências Sociais pela UFMG, afirma que as casas de apostas tem seu nicho de exploração entre os mais pobres por causa do fácil acesso e da falta de empecilhos legais de controle. Uma pesquisa feita pelo Instituto Locomotiva que busca saber os impactos sociais, econômicos e comportamentais das apostas esportivas online na vida dos brasileiros foi usada no projeto. Esse estudo pedia: faixa etária, classe social, escolaridade e modo que os apostadores acessavam as casas de apostas. A pesquisa conclui que o público-alvo das *bets* são pessoas mais pobres (famílias que têm sua renda abaixo de dois salários mínimos), já que os jogadores mais familiarizados com esse tipo de ato veem as apostas como um tipo de investimento. Além disso, o professor diz que quando esse tipo de investimento se junta à compulsividade do apostador pode causar um vício. Isso potencializa as dificuldades financeiras da família. As apostas fazem mal para a mente do jogador, pois ele desenvolve sintomas ansiosos por perder todo o seu dinheiro e pelas promessas feitas pelas casas de apostas não se cumprirem (Galvão, 2024).

O nicho das *bets* vem trazendo novas estratégias de marketing para o meio midiático. Seja por parcerias com pessoas famosas, seja por campanhas com muito investimento em espaços como programas de televisão. As casas de apostas online estão cada vez descobrindo novos artifícios para atrair novos usuários. Por exemplo, as *bets*, quando vão fazer suas propagandas nas redes sociais, conseguem personalizá-las para que caiam no nicho correto e, conseqüentemente, tenham mais jogadores. Para que a propaganda chegue no público correto, segundo uma matéria publicada pelo jornal The New York Times (2021), que tinha o objetivo de decifrar como a rede social do TikTok conseguia “ler mentes”, o algoritmo da rede social utiliza um sistema chamado de “*machine learning*”, o qual analisa a reação do usuário com o que é mostrado, assim, vídeos variados aparecem até que, em algum deles, o usuário fica mais tempo. Dessa maneira, a plataforma entende que a pessoa interessou-se pelo conteúdo apresentado e mostra vídeos do mesmo nicho. Isso vale tanto para propagandas quanto para vídeos que não promovem marcas. Ocorre de maneira semelhante em outras redes sociais. Algo que deve ser mencionado é que o algoritmo demora até 60 minutos para saber sobre seus interesses. Uma jogada de marketing que é muito usada pelas casas de apostas é oferecer bônus em seus jogos para que, assim, as pessoas criem contas. Esse tipo de divulgação é um tema sensível já que algumas questões éticas entram em pauta, como as apostas fazerem com que o jogador acabe desenvolvendo um vício e, conseqüentemente, criem uma dependência, e as *bets* prometerem, também, um dinheiro fácil e rápido, iludindo os apostadores. Por razões como essas, as propagandas de sites de apostas devem informar os riscos que elas podem oferecer (Santos, 2024).

Nos dias de hoje, ao acessar a internet, é muito comum ver pessoas ostentando carros e roupas de luxo, mansões, viagens. Isso é um verdadeiro artifício utilizado pelos influenciadores para que consigam ganhar mais visibilidade nas redes sociais, fazendo com que seus seguidores acreditem que é possível alcançar o sucesso financeiro de maneira mais fácil. As pessoas mais influenciadas pela ostentação, de acordo com Instituto Locomotiva (2024), os jovens (pessoas de 15 a 29 anos) de classe C são os mais afetados. Quando muitas pessoas têm um estilo de vida mais luxuoso e divulgam casas de apostas online, essas criam uma situação perigosa para seus seguidores, visto que a ostentação faz com que as pessoas que

as acompanham caíam na armadilha do sucesso e do dinheiro fácil prometido por elas nas propagandas nas redes sociais. De acordo com Cacau Oliver (*apud* Dias, 2024), jornalista especialista na área de marketing para celebridades, exibir dinheiro nas redes sociais tem um demasiado efeito psicológico nas pessoas, fazendo com que fiquem almejando a riqueza com uma exorbitante impulsão. Ele afirma que os *influencers* acabam utilizando a ostentação como uma forma de manipular seus seguidores, já que, dessa forma, fazem com que eles pensem que, se eles seguirem os passos do influenciador, seja por meio das apostas ou jogos de azar, conseguirão alcançar essa riqueza. Além disso, uma grande parte dos influenciadores, como forma de propaganda para as casas de apostas as quais os pagam, afirmam ao seu público que seus ganhos monetários aconteceram, somente, pelas apostas (Dias, 2024). As plataformas de jogos de azar procuram usar influenciadores que já são conhecidos por fazer propagandas de outras empresas. Esses são os chamados macro influenciadores, pessoas que têm a habilidade de convencer seus seguidores a terem fé na marca a qual eles promovem, ou seja, o perfil ideal de influenciador que as casas de apostas procuram são *influencers* com milhões de seguidores, alta influência e habilidade de convencer seu público a utilizar o serviço promovido por ele (Santos, 2024).

O canal Ciência Todo Dia (2024) veiculou um vídeo que fala sobre como cada vez mais as pessoas param de estudar para concentrarem-se nas apostas. Além disso, aborda o fato de que as apostas têm um impacto significativo no meio financeiro das pessoas, principalmente de pessoas mais pobres. Ao longo do vídeo, foi apresentada uma pesquisa cujo objetivo era mostrar o que as *bets* fazem com o cérebro de apostadores, e uma das perguntas era: “Você acredita que não tenha iniciado seu curso em 2024 por ter comprometido seus investimentos em função de gastos com apostas?”. Os resultados foram: 35% das pessoas não iniciaram o curso porque comprometeram o dinheiro com apostas, e 65% respondeu que não haviam comprometido seu dinheiro com apostas. O perfil das pessoas que arruinaram suas finanças por causa das apostas e, conseqüentemente, não iniciaram seus estudos, é o mesmo citado anteriormente: homens de 16 a 39 anos de classe baixa (Ciência Todo Dia, 202). Logo, mesmo que o número de pessoas que não gastaram seus investimentos com apostas seja maior que o número de pessoas que

comprometeram seu dinheiro com jogos de azar, as pessoas tendem a estudar menos e apostar mais.

Portanto, relacionando todos os resultados de pesquisas aqui abordados, é possível concluir que há consequências financeiras e emocionais na vida daqueles que apostam em jogos de azar na esperança de ter acesso fácil e rápido a grandes quantias de dinheiro. Além disso, compreende-se que a mídia contribui para a potencialização desses impactos, uma vez que veicula publicidades por meio de canais televisivos e redes sociais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos resultados obtidos pelas pesquisas citadas anteriormente neste estudo, foi possível perceber que a popularização das casas de apostas online no Brasil foi impulsionada por alguns fatores, entre eles: fácil acesso às plataformas, forte ligação cultural do povo brasileiro com o futebol e, o fator de maior importância, grande presença de influenciadores ou até mesmo jogadores e ex-jogadores de futebol fazendo propagandas cujo o objetivo é de promover as plataformas de apostas online. Esses fatores combinados fizeram com que as casas de apostas conseguissem atingir seu público-alvo e, conseqüentemente, mais usuários no Brasil.

Referente aos dados de perfil dos apostadores, foi constatado que o público que tende a apostar são: homens jovens de 16 a 39 anos, com o ensino médio completo, os quais ganham até dois salários mínimos (R\$ 2.824,00, referência do valor de 2024) e, na maioria dos casos, os homens são dependentes do programa governamental do Bolsa Família. Isso mostra o quão repleto de tentações e ilusório o mundo das apostas é, já que, mesmo em uma situação financeira ruim, as pessoas ainda “tentam sua sorte”, agravando sua baixa condição financeira. Além desse impacto econômico, existe, também, o impacto mental dos jogos de azar, como o desenvolvimento de doenças mentais como ansiedade no apostador. Isso acontece porque, nas propagandas feitas pelos influenciadores, jogadores e ex-jogadores de futebol para as casas de apostas, é garantido o dinheiro fácil e rápido. Dessa forma, o apostador fica mais apreensivo e ansioso para ganhar o dinheiro e decepcionado ao não ter sua garantia assegurada, visto que, na maioria das vezes, perde-se o valor apostado.

Diante dessa situação, é possível perceber que as casas de apostas online influenciam aspectos variados na vida das pessoas, como: financeiro, educacional e mental. Essa influência pode ser potencializada se grupos mais frágeis forem expostos aos tais jogos de azar. Para evitar que o ato de apostar influencie negativamente na vida das pessoas, certas medidas devem ser tomadas, como: campanhas promovidas pelo Ministério da Saúde, juntamente com o Ministério da Educação em escolas e faculdades. As campanhas podem ser realizadas da seguinte maneira: palestras informativas para os alunos das instituições sobre todos

os riscos que as apostas oferecem que tenham como objetivo que menos jovens comecem a apostar. Ainda assim, apesar de ser uma boa solução, não é o suficiente. Logo, para além das palestras em escolas e faculdades, uma providência a ser tomada é deixar as políticas de regulamentação mais rígidas, como: estabelecer limite de valor para as apostas e controlar a publicidade das casas de apostas que seduzem seus usuários com promessas de dinheiro fácil. Essas medidas devem ser tomadas pelo fato de que o mercado das casas de apostas vem crescendo cada vez mais em razão da enorme quantidade de propagandas, as quais mostram uma falsa realidade sobre os jogos de azar.

Observando a situação das apostas entre o público jovem-adulto, é de suma importância para a sociedade que a regulamentação das casas de apostas e o investimento em campanhas de conscientização nas instituições de ensino sejam feitos por parcerias público-privadas para que os programas tenham mais eficácia. Dessa forma, espera-se uma redução nos danos causados pelas apostas e no número de apostadores no Brasil.

5. PROPOSTAS FUTURAS

Propostas futuras podem, por meio de pesquisas de campo, detalhar as informações pouco aprofundadas neste estudo inicial. Assim, seria relevante para a continuidade desta pesquisa realizar formulários para que, desta maneira, seja possível analisar o perfil de apostadores de regiões mais específicas.

Além disso, seria interessante elaborar um novo objetivo geral, como: analisar as maneiras como as casas de apostas influenciam o cotidiano dos jovens. Essa seria uma boa escolha de objetivo geral pelo fato de que, a partir das respostas obtidas, será mais fácil compreender como funciona o dia a dia dos jovens, observando o que eles deixam ou fazem em razão das casas de apostas.

Seria coerente também ter um objetivo com o propósito de analisar o porquê das pessoas começarem a apostar. Esse objetivo geral é de suma importância pelo fato de que as casas de apostas online estão em uma fase de crescimento muito grande e, entendendo o porquê das pessoas entrarem nesse mundo, é possível pensar em medidas que façam com que menos pessoas caiam na tentação do dinheiro fácil e rápido.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agência Senado. Mais de 22 milhões de pessoas apostaram nas 'bets' no último mês, revela DataSenado. 2024. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/10/01/mais-de-22-milhoes-de-pessoas-apostaram-nas-bets-no-ultimo-mes-revela-datasenado>> Acesso em: 08 de abril de 2025.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Análise técnica sobre o mercado de apostas online no Brasil e o perfil dos apostadores, n. 119. 3 f. 2024. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/conteudo/relatorioinflacao/EstudosEspeciais/EE119_Analise_tecnica_sobre_o_mercado_de_apostas_online_no_Brasil_e_o_perfil_dos_apostadores.pdf> Acesso em: 28 de junho de 2025.

CIÊNCIA TODO DIA. *O que as BETS fazem com o seu CÉREBRO*. [Vídeo]. YouTube, 26 nov. 2024. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Kf5b8rM8z80>> Acesso em: 28 de junho de 2025.

CNN. Apostas movimentam 1% do PIB e comprometem até 20% do orçamento livre dos mais pobres, diz estudo. 2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/blogs/fernando-nakagawa/economia/macroeconomia/apostas-movimentam-1-do-pib-e-comprometem-ate-20-do-orcamento-livre-dos-mais-pobres-diz-estudo/>> Acesso em: 13 de março de 2025.

COLAB PUC MINAS. Como as bets se incorporaram na cultura brasileira. 2024. Disponível em: <<https://blogfca.pucminas.br/colab/como-as-bets-se-incorporaram-na-cultura-brasileira/>> Acesso em: 28 de junho de 2025.

DIAS, P. Saiba como a ostentação nas redes sociais é usada para atrair vítimas para jogos de azar. 2024. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/gente/noticia/2024/09/10/saiba-como-a-ostentacao-na>>

[s-redes-sociais-e-usada-para-atrair-vitimas-para-jogos-de-azar.ghtml](#) > Acesso em: 24 de junho de 2025.

FERRAZ, D. M. M. Casas de apostas online: estudo exploratório sobre a satisfação e fidelização do cliente no mercado de apostas desportivo. 2011. 116 f. Dissertação de mestrado. Universidade do Porto (Portugal).

GALVÃO, L. Brasileiros sentem o impacto social e econômico do vício nas bets. 2025. Disponível em: <<https://www.uff.br/04-09-2024/brasileiros-sentem-o-impacto-social-e-economico-do-vicio-nas-bets/>> Acesso em: 24 de junho de 2025.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. BETS - PERFIL DOS APOSTADORES. 2024. Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2024/08/Locomotiva-Bets-perfil-dos-apostadores-ago-2024.pdf>> Acesso em: 29 de junho de 2025.

JORNAL DO BRASIL. Por que as apostas esportivas são tão populares no Brasil. 2024. Disponível em: <<https://www.jb.com.br/jogos-online/2024/08/990810-por-que-apostas-esportivas-sao-tao-populares-no-brasil.html>> Acesso em: 28 de junho de 2025.

LOPES, M. R.; Sete em cada dez moradores de favelas jogam nas bets. 2024. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2024/10/05/sete-a-cada-dez-moradores-de-favelas-jogam-nas-bets.htm>> Acesso em: 08 de abril de 2025.

MARINHO, P. H. S.; GOMES, M. P. REGULAMENTAÇÃO DE CASSINO E CASAS DE APOSTAS ONLINE NO BRASIL. 2024. 15 f. Revista Ibero-Americana De Humanidades, Ciências E Educação, v. 10, n. 6, p. 2001-2015, 2024.

MONTEIRO, I. W. Análise de riscos na avaliação dos impactos em casas de apostas esportivas: um estudo do caso. 2018. 39 f. Monografia apresentada ao Curso de Engenharia de Produção do Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido da Universidade Federal de Campina Grande.

SANTOS, C. DO ENTRETENIMENTO AO RISCO: UMA ANÁLISE DO IMPACTO DE DIGITAL INFLUENCERS NO COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES DE JOGOS DE AZAR ONLINE. 2024. 32 f. Trabalho de Conclusão de Curso em formato Artigo Científico apresentado ao curso de Bacharelado em Administração.

SANTOS, T. Como a publicidade está moldando o mercado de apostas. 2024. Disponível em: <<https://midia.market/conteudos/consumo/publicidade-no-mercado-de-apostas/>> Acesso em: 24 de junho de 2025.

SMITH, B. How Tik Tok Reads Your Mind. 2021. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2021/12/05/business/media/tiktok-algorithm.html>> Acesso em 29 de junho de 2025.

VERÍSSIMO, A. Crescimento de bets e jogos online aponta a necessidade de medidas intersetoriais de regulamentação. 2025. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/jornal/crescimento-de-bets-e-jogos-online-aponta-a-necessidade-de-medidas-intersetoriais-de-regulamentacao/>> Acesso em: 08 abril de 2025.

