

CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ

AMANDA HAIKAL BARROSO

**ODD ÀS BETS: UMA ANÁLISE MULTICONTEXTUAL DAS APOSTAS ONLINE
NO BRASIL**

**Ribeirão Preto
2025**

AMANDA HAIKAL BARROSO

**ODD ÀS BETS: UMA ANÁLISE MULTICONTEXTUAL DAS APOSTAS ONLINE
NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso de
Comunicação Social com habilitação em
Jornalismo do Centro Universitário Barão
de Mauá para obtenção do título de
bacharel.

Orientadora: Dra. Belisa Brião Figueiró.

**Ribeirão Preto
2025**

AMANDA HAIKAL BARROSO

**ODD ÀS BETS: UMA ANÁLISE MULTICONTEXTUAL DOS SITES DE APOSTAS
NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso de
Comunicação Social com habilitação em
Jornalismo do Centro Universitário Barão
de Mauá para obtenção do título de
bacharel.

Data de aprovação: 04/12/2025

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Belisa Brião Figueiró
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Profa. Dra. Jéssica de Amorim Barbosa
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Danielle Castro
Jornalista e estrategista digital da 451 Editora

**Ribeirão Preto
2025**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

B277o

Barroso, Amanda Haikal

Odd às Bets: uma análise multicontextual das apostas online no Brasil/
Amanda Haikal Barroso - Ribeirão Preto, 2025.

40p.

Trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social - Jornalismo do
Centro Universitário Barão de Mauá

Orientador: Dra. Belisa Brião Figueiró

• Bets 2. Sites de apostas 3. Apostas esportivas I. Figueiró, Belisa Brião II.
Título

CDU 070

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

RESUMO

O presente trabalho analisou como as apostas online se relacionam com distintos cenários sociais do Brasil e elucidou os efeitos da popularização das *bets*. Através de um livro-reportagem, o trabalho resgatou a chegada dos jogos de azar ao país e investigou como plataformas, influenciadores, estratégias de marketing e interesses econômicos arquitetaram a expansão das apostas online, evidenciando que a normalização desse tipo de jogo não surgiu de um hábito espontâneo dos brasileiros, mas de esquemas que estimulam adesão, recorrência e dependência. Em uma análise multicontextual, o produto também explorou os discursos estratégicos que impulsionaram a popularização das *bets*, investigou o processo de regulamentação vigente no Brasil e se aprofundou nos impactos psicológicos das apostas. Além disso, o livro elucidou casos de pessoas que tiveram grandes prejuízos financeiros e emocionais devido ao hábito de apostar online. Metodologicamente este trabalho foi desenvolvido por meio da pesquisa exploratória com três frentes: revisão bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas. Foram feitas entrevistas com especialistas das áreas da Comunicação, Economia, Direito, Psicologia e Sociologia, além de personagens em consonância com o tema.

Palavras-chave: Apostas esportivas. Jogos de azar. Bets. Sites de apostas. Ludopatia. Lei das Bets. Betting Expert.

ABSTRACT

This study analyzed how online gambling relates to different social contexts in Brazil and elucidated the effects of the popularization of betting platforms. Through a reportage book, the work revisited the arrival of games of chance in the country and investigated how platforms, influencers, marketing strategies, and economic interests engineered the expansion of online betting, showing that the normalization of this type of game did not emerge from a spontaneous habit among Brazilians, but from schemes that encourage adhesion, recurrence, and dependence. In a multicontextual analysis, the product also explored the strategic discourses that boosted the popularization of betting platforms, investigated the current regulatory process in Brazil, and delved into the psychological impacts of gambling. In addition, the book shed light on cases of people who suffered major financial and emotional losses due to the habit of betting online. Methodologically, this work was developed through exploratory research with three fronts: literature review, documentary research, and interviews. Interviews were conducted with specialists in the fields of Communication, Economics, Law, Psychology, and Sociology, as well as with individuals whose experiences aligned with the topic.

Keywords: Sports betting. Gambling games. Bets. Betting sites. Ludopathy. Law of Bets. Betting Expert.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Modalidade	10
1.2	Justificativa	10
1.3	Problema	11
1.4	Hipótese	11
1.5	Objetivos	11
1.6	Metodologia	12
2	CULTURA BRASILEIRA E OS JOGOS DE AZAR ONLINE.....	13
2.1	Ressignificação dos jogos	14
2.2	Bets - apostas esportivas e cassinos online	14
2.3	Motivos da popularização no Brasil	15
2.4	Considerações sociais sobre a jogatina	18
3	LIVRO-REPORTAGEM.....	21
3.1	Gêneros híbridos: investigativo e literário	21
3.2	Historicidade do estilo	23
3.3	Produção do jornalismo literário	24
4	ESTRUTURA DO LIVRO-REPORTAGEM	29
4.1	Perfil dos entrevistados e detalhamento das entrevistas	29
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
6	REFERÊNCIAS	38

1. INTRODUÇÃO

A popularização dos jogos de azar online no Brasil tem trazido para debate os efeitos das apostas estarem se tornando uma prática social no país. As apostas online se dividem em dois grandes tipos de jogos. O primeiro deles, a qual a palavra *bet* faz referência, são as apostas esportivas (*Sport Betting*). O segundo, popularmente chamado de *jogo do tigrinho* (*Fortune Tiger*), se refere aos jogos de caça níquel. Essa opção, que se assemelha aos jogos de cassinos, tem variações na apresentação, podendo ser encontrada nas plataformas, por exemplo, como jogo do aviãozinho (*Aviator*).

Segundo relatório do Banco Central (Banco Central do Brasil, 2024, p.2), em agosto de 2024, cinco milhões de pessoas que compõem famílias beneficiárias do Bolsa Família enviaram R\$ 3 bilhões via Pix a plataformas de apostas. Embora o alto número espante, as consequências da normalização das *bets* não se restringem ao plano econômico.

A saúde mental dos apostadores e os relacionamentos destes também são afetados. Um estudo realizado pela Associação Americana de Psicologia, com amostras populacionais que se originaram de 25 países diferentes, com a maioria proveniente da América do Norte, mostra que o problema já é mensurável. Um em cada três apostadores pensa ao menos uma vez em cometer suicídio e um em cada oito realiza uma tentativa, segundo o artigo que revisou dados de 4,6 milhões de pessoas. (Sociedade Americana de Psicologia, 2024, *apud* Zorzetto; Orlandi, 2024)

Mesmo não sendo possível quantificar os términos de relações estáveis pelo vício nas apostas online, relatos de divórcios por este motivo se tornaram comuns nas redes sociais. Os parceiros dos apostadores relatam que, além dos prejuízos da renda familiar, o comportamento ausente e distante leva ao rompimento.

Diante de consequências cada vez mais danosas aos indivíduos, o presente trabalho analisou o cenário social que permeia a operação dos sites de apostas no Brasil. A análise partiu de quatro perspectivas distintas, cada uma responsável por definir o assunto de um capítulo do livro-reportagem, que foi o produto final da pesquisa. Os contextos analisados foram: Histórico dos jogos de azar no Brasil; Viralização das apostas online; Legislação Brasileira sobre a operação e Psicologia dos jogos de azar.

Partindo do pressuposto que a prática de apostar afeta esferas distintas da sociedade, a pesquisa analisou os cenários que cercam a questão, desde a chegada dos jogos de azar no país, relacionando a recepção e normalização dos jogos no Brasil à cultura comportamental brasileira, até o aumento de patrocínios por sites de apostas a tradicionais instituições.

A metodologia da pesquisa foi a análise bibliográfica e a realização de entrevistas. Através da consulta de monografias, teses, publicações legislativas, jornais e produções audiovisuais, o estudo examinou o tema de forma inédita. Para enriquecer a pesquisa, também foram coletados dados através da realização de entrevistas, que tiveram como fontes especialistas das áreas da Comunicação, Economia, Direito, Psicologia e Sociologia, além de personagens em consonância com o assunto, como, pessoas que já apostaram e que tiveram prejuízos financeiros e emocionais decorrentes do uso das plataformas de apostas online.

1.1 MODALIDADE

Para a realização e demonstração dos resultados da pesquisa, foi realizado um livro-reportagem, com 80 páginas, que contou com entrevistas de especialistas das áreas da Comunicação, Economia, Direito, Psicologia e Sociologia, além de personagens.

1.2 JUSTIFICATIVA

A principal justificativa do trabalho é o ineditismo da pesquisa no campo do jornalismo. Até então, nenhum outro trabalho se dedicou a analisar a dinâmica dos sites de apostas online no Brasil. Além disso, o tema trata de um assunto que está se inserindo cada vez mais no cotidiano social, já que é comum ver pessoas apostando, independentemente do lugar onde estejam, e consequentemente, o assunto vem pautando conversas corriqueiras. Por isso, como o tema é atual e afeta diversas esferas da vida em sociedade, como a economia, saúde e cultura, o estudo precisa ser feito.

1.3 PROBLEMAS

As problemáticas que guiaram o trabalho foram:

- a) Até que ponto as apostas influenciam o aspecto psicológico das pessoas?
- b) Como as apostas influenciam o comportamento cultural da sociedade brasileira?
- c) Como a economia é afetada pela regulação das apostas esportivas?
- d) Como a cultura brasileira propicia a sedução pelas apostas e o gosto por acompanhar pessoas que apostam?

1.4 HIPÓTESE

O estudo partiu do pressuposto que apostar afeta esferas distintas da sociedade. Assim, a hipótese verificada neste estudo foi a de que apostar tem efeitos psicológicos, regularizar a prática afeta a arrecadação de impostos e o consecutivo investimento estatal na sociedade, e a grande quantidade de eventos e instituições patrocinadas normaliza os jogos de azar online e transforma a questão em um símbolo cultural.

1.5 OBJETIVOS

Objetivo Geral

O objetivo geral do trabalho foi investigar os cenários que permeiam a operação dos sites de apostas no Brasil, partindo da visão da cultura brasileira como incentivadora da prática de apostar.

Objetivos Específicos

- a) Contextualizar a história: como os jogos de azar eram vistos quando chegaram no Brasil;
- b) Entender os motivos da popularização das casas de apostas online;
- c) Compreender qual a legislação sob a operação desses negócios no Brasil;

- d) Analisar como negócios consolidados, como eventos, instalações, campeonatos esportivos e clubes de futebol que são patrocinados enxergam a prática de apostar e qual a dinâmica dos patrocínios;
- e) Analisar como os apostadores, que no início eram estigmatizados, se tornaram figuras de admiração;
- f) Elucidar casos de pessoas que apostaram e compreender como a prática afetou suas vidas, destacando as dinâmicas de perda, a relação emocional com o jogo e os impactos financeiros e psicológicos envolvidos.

1.7 METODOLOGIA

Científica: O estudo utilizou o método de pesquisa exploratória, com técnica de análise bibliográfica de artigos já tornados públicos em relação ao tema para examiná-lo sob uma nova abordagem e chegar a conclusões inovadoras. Como fontes primárias serão usadas publicações parlamentares e administrativas e como secundárias, jornais, revistas, monografias e produções audiovisuais. O estudo também terá como técnica de pesquisa a realização de entrevistas para coletar dados mediante conversas de natureza profissional.

Jornalística: A pesquisa utilizou artigos já publicados sobre o tema, consultou políticas públicas e a Legislação Brasileira sobre o tema, além de realizar entrevistas com especialistas da Comunicação, Economia, Direito, Psicologia e Sociologia, e personagens em consonância com o assunto, por exemplo, apostadores que tiveram prejuízos financeiros e emocionais devido a prática de apostar em plataformas de jogos de azar online

2. CULTURA BRASILEIRA E OS JOGOS DE AZAR

Foi pela sua importância na compreensão das interações humanas e das estruturas sociais que o jogo se tornou objeto de estudo. No entanto, interpretações contemporâneas sugerem que a função do jogo na sociedade moderna tem se transformado significativamente. Kretzschmar (2023), propõe uma revisão crítica das ideias de Johan Huizinga, autor do livro *Homo Ludens*, discorrendo sobre uma perspectiva aplicável às apostas online.

Jogos, especialmente os digitais, são mercadorias e serviços, com o objetivo de gerar comportamentos compulsórios através de seus sistemas para que sejam consumidos enquanto entretenimento. [...] A métrica de validação não é gerar uma atividade lúdica significativa e, sim, ser capaz de reter jogadores e gerar desejos para conversão de vendas. Dessa forma, designers de jogos acabam sendo obrigados a desenvolver sistemas que utilizam estratégias de jogos de azar, sistemas de empoderamento artificiais e assimétricos, sentimento de aversão a perda, dentre outros.(Kretzschmar, 2023, p. 94).

Os jogos de azar online alteraram profundamente a função social dos jogos. Milhares de brasileiros, especialmente homens com idade entre 16 e 39 anos e renda de até dois salários mínimos¹ são atraídos pelas apostas online em busca de uma renda extra. Essa tendência levanta preocupações sobre a sustentabilidade financeira e os impactos psicológicos associados ao jogo compulsivo.

O fácil acesso às plataformas digitais e o incentivo que figuras públicas dão ao hábito de apostar através de publicidades nas redes sociais têm intensificado a mentalidade de que apostas são práticas normais e até glamorosas.

Este capítulo busca definir conceitualmente o que são as apostas online e analisar quais as motivações que cercam a popularização deste tipo de jogo no Brasil. Além disso, a pesquisa explora o histórico cultural dos jogos de azar no país, a fim de compreender quais eram as considerações populares em torno do apostar nos séculos passados.

¹ como mostra a 21ª edição do Panorama Político, realizado pelo Instituto de Pesquisa DataSenado (2024),

2.1 Ressignificação do jogo

O jogo, em suas mais diversas formas, exerce um papel singular na construção de relações sociais, tanto entre indivíduos como com áreas cognitivas e emocionais. Para além da finalidade recreativa, Huizinga (1999 *apud* Alves, 2024, p. 16), em sua obra *Homo Ludens*, destaca o jogo como um feito inerente na cultura humana, onde o indivíduo participa de um universo simbólico que transcende a rotina e o ordinário, experienciando emoções e comportamentos em um espaço lúdico que se torna, então, um "campo de treinamento" para a vida em sociedade, permitindo a experimentação de papéis, normas e valores.

Foi com a inserção do fator risco que o propósito do jogo lúdico foi ressignificado. Com o elemento incerteza aliado a aplicação de recursos financeiros como pré-requisito para jogar surgiram os jogos de azar. Em um salto temporal, com a criação das plataformas de apostas, o papel social dos jogos, que era propiciar o desenvolvimento cognitivo e emocional, foi descartado.

Nesses sites, o jogo passou a ser uma prática majoritariamente comercial, que explora as fragilidades emocionais dos indivíduos para gerar lucro e, por artifícios psicológicos, influenciam o envolvimento excessivo e o consecutivo comprometimento emocional e financeiro dos apostadores. As apostas mesclam um misto de desejo e fé que criam nos envolvidos um fascínio em ganhar um retorno financeiro rápido e sem esforço. Segundo Alves (2024):

O que antes era uma atividade centrada na experiência de socialização e desenvolvimento agora se torna uma prática comercial voltada para a maximização de lucros para as plataformas. Essa mudança representa uma distorção do propósito original do jogo: em vez de ser um espaço para a aprendizagem e a diversão, o online é projetado para gerar lucro financeiro a partir da exploração de fragilidades emocionais e psicológicas dos indivíduos. (Alves, 2024, p. 18).

2.2 Bets - apostas esportivas e cassinos online

Com o avanço da *internet* e a globalização, especialmente em 2000, após a virada do milênio, as apostas começaram a ser feitas de forma online, em sites chamados informalmente de "casas de apostas".

O primeiro registro de uma plataforma online de apostas esportivas aconteceu em 1996, quando a Intertops, uma casa de apostas que começou com

uma empresa física em 1983, lançou a possibilidade dos jogadores fazerem seus palpites por um computador (CONHEÇA..., 2022).

Nas plataformas de apostas online, o palpite é chamado de *bet*, que é a tradução da palavra aposta para o inglês. Popularmente, *bet* é um termo guarda-chuva, que engloba duas diferentes modalidades de apostas, designando tanto as esportivas (*Sport Betting*) como os jogos de cassino (*Fortune Tiger*), conhecido popularmente como *Jogo do Tigrinho*. Para construção dessa pesquisa e do seu produto final adotou-se as linhas de Mendieta e Queiroz (2024):

Dentre os diversos formatos de jogos de apostas online existentes, os mais utilizados atualmente no Brasil são o *Fortune Tiger* (conhecido popularmente como *Jogo do Tigrinho* e suas variações); e nas Bets esportivas que são formas de apostas vinculadas a resultados de eventos esportivos. [...] É preciso destacar que o termo “Bets”, tradução de “apostas”, engloba todas as formatos distintos de apostas online, entretanto no Brasil, observa-se que atualmente não há uma padronização sobre a utilização do termo, sendo a palavra utilizada tanto para todas as formas de apostas online, e em outras situações referindo-se ao formato de apostas esportivas. (Mendieta; Queiroz, 2024, p. 8).

No caso das apostas esportivas, o apostador deposita um valor escolhido por conta própria em uma opção que ele acredita que ocorrerá durante a partida esportiva. O palpite é feito já sabendo quanto será o retorno financeiro caso a situação escolhida se concretize. Este tipo de aposta é do tipo quota fixa, uma vez que há um fator, denominado *odd*, a ser multiplicado em caso de premiação, quantificando o montante a ser recebido pelo apostador.

2.3 Motivos da popularização no Brasil

Já inseridas na dinâmica social, as apostas online têm efeitos em cenários distintos da vida humana. A 21ª edição do Panorama Político, realizado pelo Instituto de Pesquisa DataSenado (2024), aponta que 42% dos brasileiros que dizem apostar online estão endividados. Segundo a pesquisa, o percentual diz respeito aos apostadores com contas atrasadas há mais de 90 dias.

Além do comprometimento dos recursos financeiros, a saúde dos apostadores também sofre danos. À medida que o jogo de azar se torna mais prevalente na sociedade, os jogadores podem desenvolver um transtorno psiquiátrico denominado Ludopatia ou Jogo Patológico. A Classificação Internacional

de Doenças (CID) da Organização Mundial de Saúde (OMS), reconhece a doença com o número 10-F63.0, e a define como um “transtorno que consiste em episódios repetido e frequentes de jogo que dominam a vida do sujeito em detrimento dos valores e compromissos sociais, profissionais, materiais e familiares”. (DATASUS, s.d.)

Para mitigar as consequências do endividamento e da crise de saúde pública é preciso entender como as apostas estruturam a vida em sociedade, considerando as motivações, emoções e aspirações das pessoas que apostam.

Devido à facilidade de acesso pela internet, as “casas de apostas” online se tornaram válvulas de escape da rotina monótona, sendo uma forma de diversão e entretenimento. A simplificação do apostar, sem necessidade de deslocamento físico a uma Unidade Lotérica ou Cassino tradicional, já favorece a adesão mais frequente ao jogo por parte dos apostadores, e consecutivamente acentua efeitos da compulsão. Segundo Bollos em artigo publicado no *Nexo Jornal* (2024):

A acessibilidade e a disponibilidade contínua de plataformas de jogos online – que foram construídas para viciar, mantendo o jogador “preso” por causa dos estímulos ininterruptos – aumentam o risco de desenvolvimento de comportamentos aditivos. Os jogadores podem apostar a qualquer momento e em qualquer lugar, o que intensifica o comportamento compulsivo. Ou seja, a facilidade de acesso aos jogos pelos dispositivos móveis transforma celulares em cassinos ambulantes e colados ao apostador, piorando o comportamento compulsivo e prejudicando, inclusive, a própria formação neurobiológica do cérebro. (Bollos, 2024).

Aliada a facilidade de realização das apostas em dispositivos móveis, os ganhos financeiros rápidos e sem esforço que podem ser conquistados nessas plataformas representam uma possibilidade de mudança da realidade financeira. Uma pesquisa do Instituto Real Time Big Data (2022), que teve resultados publicados no portal do Valor Econômico, aponta que 48% da população brasileira busca alguma renda extra para lidar com as despesas mensais. Conforme afirma Pérez (2010, p. 16):

A mudança social e a crise econômica também parecem ser outras razões pelas quais o setor está crescendo. A população procura um tipo de lazer mais econômico que permita gerar renda extra. Da mesma forma, a internet tornou-se o principal canal de comunicação do século 21, o que permitiu que um novo tipo de jogadores, que buscam uma fatia maior de entretenimento e se contentem com pequenos prêmios, invadam o mercado. (Pérez, 2010, p. 16).

Segundo reportagem publicada na Agência Brasil (Costa, 2024), uma pesquisa do Instituto Locomotiva (2024) indica que, para 53% dos apostadores entrevistados, a principal motivação do jogo de azar é ganhar dinheiro. Conforme afirmam Brauner Cruz Junior e Caio de Azevedo Barros em artigo publicado no *Nexo Jornal*:

As apostas possibilitam imaginar futuros de uma vida melhor ou mais digna, sonhar com pequenos luxos, como a possibilidade de ir a uma festa no final de semana ou comprar carne bovina no supermercado para organizar um churrasco. Também conquistas maiores, como a construção da casa própria, o financiamento da faculdade para um filho, ou dar entrada em um carro ou uma moto para iniciar um pequeno negócio. (Brauner; Barros, 2024)

Perceber as apostas online como uma oportunidade facilitada de transformar a realidade financeira é intensificado pela divulgação dos sites de apostas por parte de figuras públicas influentes digitalmente. Os *influencers*, ou influenciadores digitais, são “pessoas que se destacam nas redes e que possuem a capacidade de mobilizar um grande número de seguidores, pautando opiniões e comportamentos” (Silva; Tessarolo, 2016). Estas figuras produzem e compartilham conteúdo nas mídias sociais, e através destes, recebem confiança e credibilidade por parte da audiência. Uma pesquisa de 2019 realizada pelo Instituto QualiBest em parceria com a Spark, empresa de Marketing de Influência, constatou que 76% dos internautas já compraram algum produto ou serviço ou visitaram algum lugar ou estabelecimento que foi indicado por um influenciador digital.

Ao fazerem publicidade das plataformas de jogos de azar, os *influencers* exibem supostos ganhos obtidos com apostas online, principalmente jogos caça-níqueis, e atestam os valores altos e com retornos imediatos com exibições de suas contas pessoais e frases revestidas de empatia, como “dica boa é dica compartilhada”. Conforme afirma Souza (2024):

Eles auferem um benefício econômico significativo e, como contraprestação, realizam postagens sobre os jogos de azar e todas suas possíveis vantagens. Observa-se, inclusive, que os influenciadores omitem a informação que tais jogos dependem exclusivamente de sorte, causando no indivíduo o sentimento de esperança e, que com sua habilidade, irá conquistar o mesmo triunfo. (Souza, 2024, p. 28).

Para além do Marketing de Influência, as plataformas de apostas usam estratégias de Marketing e Design de Interface próprias para atrair e incentivar a permanência do jogador nos sites. São recursos que funcionam como iscas que atraem a atenção de usuários com ofertas ou promessas convidativas, e influenciam a repetição do comportamento de apostar. Alves (2024) denominou este tipo de estratégia como *Betbait*s. O termo vem da união das palavras *bet* e *bait*, que é a tradução da palavra isca para o inglês.

Essas estratégias integram o esquema de funcionamento das plataformas com os padrões de comportamento dos usuários, explorando tanto respostas condicionadas inconscientes quanto ações deliberadas e calculadas. Dessa forma, criam um ciclo em que o jogador é incentivado a interagir continuamente, muitas vezes sem perceber o grau de influência exercido sobre sua tomada de decisão. (Alves, 2024, p. 53).

Um dos exemplos deste tipo de estratégia é o “bônus de boas-vindas”. Através deste recurso, plataformas de apostas online oferecem um valor bônus no primeiro depósito. Porém, o que parece um recurso concedido gratuitamente para alavancar novos ganhos, é uma isca para incentivar a realização de mais apostas. Para retirar o dinheiro da plataforma, o jogador precisa cumprir um requisito de vezes jogadas antes de poder retirar os ganhos gerados pelo bônus. Por exemplo, o jogador precisa apostar o valor do bônus pelo menos 10 vezes para ter o direito de sacar os ganhos derivados da bonificação.

Aos *Betbait*s e o círculo vicioso gerado por eles, Alves (2024) faz uma associação ao conceito de recompensa intermitente de Skinner. As plataformas de apostas online se tornam um ambiente controlado, que através de artifícios próprios incentivam a realização de apostas continuamente, sem um padrão de recompensa durante as realizações.

O jogador se ajusta mantendo uma frequência constante de respostas - apostas - devido à probabilidade de chegar ao reforço - ganhar algum valor - a qualquer momento. O que quase nunca acontece e esta lógica só o afunda cada vez mais, na perspectiva da repetição automática de ações. (Alves, 2024, p. 18).

2.4 Considerações sociais sobre a jogatina

A partir de um resgate histórico, Marques (2019, p. 115) afirma que foi a Corte Real Portuguesa, em 1808, que com o surgimento de vilas coloniais, instalou

efetivamente no Brasil o hábito da jogatina. Com o passar do tempo, as modalidades de jogo e as opiniões sobre ele foram moldadas de acordo com o contexto econômico e cultural da época. Quando recém-chegada ao país, a jogatina estava associada ao luxo e ao poder. Já com o surgimento do jogo do bicho no zoológico do bairro de Vila Isabel no Rio de Janeiro em 1892, a prática era considerada imoral, pensamento influenciado principalmente pela repressão policial.

Em 1946, o general Eurico Gaspar Dutra, então Presidente da República, decretou a plena vigência da Lei de Contravenções Penais, Lei nº 3.688/1946, que em seu artigo 50, criminalizava a exploração e o estabelecimento de jogo de azar em lugar público ou acessível ao público e no artigo 58, o Jogo do Bicho (BRASIL, 1941). A principal motivação foram os princípios morais da época. Para reafirmar a adesão aos bons costumes e associar ao governo anterior, o de Getúlio Vargas, a “malandragem” da busca pelo ganho fácil e pela diversão desordenada, jornais da época exaltaram a medida. No *Jornal do Brasil*, Lima Barbosa (1947, p. 5 *apud* Marques, 2019, p. 118) escreve: “O dilema é simples e fatal: ou família, ou cassino. Decidindo-se pela preservação da família, o Governo do General Dutra cumpre com seus deveres e presta serviço assinalado e intrépido ao patrimônio moral do País”.

Com esse histórico, observa-se que a proibição ou liberação da prática não se relaciona somente com fatores econômicos e relacionados à saúde pública. Além de influenciar a opinião popular, as considerações do governo em atividade também determinam se a prática de apostar terá ou não regulamentações. Conforme Marques (2019, p. 116):

Percebe-se que a tolerância ou não à essa prática, está intimamente ligada à diversos fatores históricos tais como (i) o modelo de governo, (ii) o controle exercido pelo Estado nas atividades da população, (iii) a situação econômico-social e, sobretudo, (iv) a mentalidade da sociedade. (Marques, 2019, p. 116).

Assim, se compreende que a regulamentação das apostas ultrapassa a esfera política e econômica, refletindo os valores sociais do período em vigor e a posição do Estado diante das concepções da sociedade. Com isso, se verifica que o debate em torno da legalização das apostas online deve ser analisado de forma multi-contextual, levando em conta os impactos diretos, mas também as questões históricas, culturais e ideológicas que moldam essa discussão ao longo do tempo. O livro-reportagem resultante deste trabalho se propõe a realizar esta análise

multi-contextual defendida para entender as dimensões que permeiam a operação dos sites de apostas no Brasil.

Para o próximo capítulo, abordaremos a construção de um livro-reportagem, analisando a estruturação do jornalismo literário, o processo de produção deste gênero e livros-reportagem de jornalistas brasileiros, como Daniela Arbex e Eliane Brum.

3. LIVRO-REPORTAGEM

No cenário hiperconectado, a atração do leitor por temas mais profundos exige uma abordagem múltipla, contextualizada e interpretativa. “De acordo com C. Chaparro (2006), os avanços da tecnologia e a rapidez da informação instigam o jornalista de hoje não apenas a narrar o que acontece, mas também a ser capaz de compreender e atribuir significados aos fatos” (Rocha; Xavier, 2013, p. 141). Essa afirmação destaca a importância do livro-reportagem na contemporaneidade.

Rocha e Xavier (2013) definem o livro-reportagem como uma obra que trata de acontecimentos ou de fenômenos reais e utiliza, para sua produção, procedimentos metodológicos inerentes ao campo do jornalismo, sem, contudo, descartar certas nuances literárias. O livro-reportagem é um suporte específico de informação, que transforma a relação entre livro e jornalismo por ser um híbrido no que diz respeito ao gênero e na construção do texto.

Lima (2009, p. 26 *apud* Maciel, 2021, p. 78) caracterizou este produto:

[...] o livro-reportagem é o veículo de comunicação impresso não-periódico que apresenta reportagens em grau de amplitude superior ao tratamento costumeiro nos meios de comunicação jornalística periódicos. Esse “grau de amplitude superior” pode ser entendido no sentido de maior ênfase de tratamento ao tema focalizado – quando comparado ao jornal, à revista ou aos meios eletrônicos –, quer no aspecto extensivo, de horizontalização do relato, quer no aspecto intensivo, de aprofundamento, seja quanto à combinação desses dois fatores. (Lima, 2009, p. 26 *apud* Maciel, 2021, p. 78).

Assim, o livro-reportagem é uma ampliação da notícia, tanto horizontalmente, sendo mais extensiva e detalhada, como verticalmente, por buscar se aprofundar no relato, pautando o contexto anterior e também seus desdobramentos.

3.1 Gêneros híbridos: investigativo e literário

A especificidade do livro-reportagem se encontra na “diferença dos outros formatos jornalísticos (notícia, reportagem, nota) não pela simples constatação de ser mais extensa, mas por ter a possibilidade de mesclar diferentes gêneros: interpretativo, investigativo e literário” (Rocha; Xavier, 2013, p. 152).

A combinação de gêneros é notada tanto no resultado final da obra, como no processo de produção. Por exemplo, a presença do gênero investigativo exige um

trabalho de investigação na busca por informações. Pela presença deste gênero percebe-se a função primária do jornalista, a de reportar assuntos ocultos ou ocultados por pessoas ou instituições e que são de interesse público (Rocha; Xavier, 2013). “O jornalismo investigativo percebe vidas anônimas, invisíveis aos olhos da sociedade mesmo vivendo nela” (Kovach; Rosenstiel, 2003 *apud* Rocha; Xavier, 2013, p. 152).

Esta premissa fica clara em *Holocausto Brasileiro - Genocídio e 60 mil mortos no maior hospício do Brasil* (2013), da jornalista Daniela Arbex. No livro-reportagem, a autora resgata de maneira detalhada a história vivida no Centro Hospitalar Psiquiátrico de Barbacena, conhecido apenas por Colônia. Para o resgate histórico, Arbex entrevistou ex-funcionários e sobreviventes em um trabalho de campo para obter um maior número de dados e informações para tratar do tema.

Em livros-reportagem é notável a presença de outros gêneros textuais que somam à profundidade da obra. O gênero interpretativo desperta quando o autor precisa, além do levantamento de informações característico do investigativo, articular os fatos. Consiste em proporcionar ao leitor uma explicação e uma rede interligada de informações que permeiam o acontecimento principal.

Além disso, o livro-reportagem viabiliza, desde o seu expoente, o gênero literário. A presença deste acontece pela inclusão da subjetividade, adotada pela humanização. Esse processo consiste na aproximação de dados do leitor, transferindo algo universal para o âmbito particular. Rocha e Xavier explicam:

O contexto pede para trazer os antecedentes e precedentes do tema e não apenas mencioná-los, mas sim articulá-los na busca de um entendimento do fenômeno, não se limita ao trabalho de apreender fato em si, como na notícia. Trabalhar o singular e o contexto do particular de aspectos universais é utilizar do recurso da humanização. (Rocha; Xavier, 2013, p. 151).

Pela humanização, como explicam as autoras, as fontes sejam oficiais ou não oficiosas, aparecem como personagens e podem receber tanto tratamento igual quanto relevância da informação transmitida, sem hierarquia de fontes.

Ao incluir a subjetividade, o texto explora as vivências das fontes e supera a separação entre jornalismo e literatura. É ao transcender a separação entre os gêneros que o livro-reportagem é concebido. Ao estilo que mistura jornalismo e literatura intencionalmente é dado o nome de jornalismo literário.

3.2 Historicidade do estilo

Segundo Bulhões (2007 *apud* Ritter, 2013, p. 61) o primeiro marco histórico do jornalismo literário foi em 1962, por Gay Talese. O autor americano publicou, na revista *Esquire*, uma reportagem-perfil sobre o ex-boxeador Joe Luis. Quatro anos depois, o autor publica no mesmo veículo um dos exemplos mais conhecidos do *Novo Jornalismo*, a reportagem *Frank Sinatra está resfriado*.

Quem definiu o tipo de escrita que transcende a separação entre os gêneros jornalístico e literário como *Novo Jornalismo* foi Tom Wolfe, jornalista e romancista estadunidense, um dos principais representantes do modelo. Em 1973, Wolfe escreveu um manifesto assumindo a nomenclatura do estilo como sendo *New Journalism*, em tradução para o português *Novo Jornalismo*.

Esse modelo de produção diz respeito ao jornalismo literário ou à literatura não-ficcional. Sobre o jornalismo literário, Felipe Pena (2006, p. 13) diz:

Não se trata apenas de fugir das amarras da redação ou de exercitar a veia literária em um livro-reportagem. O conceito é muito mais amplo. Significa potencializar os recursos do Jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lead, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos. No dia seguinte, o texto deve servir para algo mais do que simplesmente embrulhar o peixe na feira. (Pena, 2006, p. 13).

Wolfe (1975, p. 35, *apud* Rocha; Xavier, 2013, p. 143) comenta que a ideia deste “era fornecer a descrição objetiva completa, e ainda outra coisa que os leitores encontravam nos romances novelas: concretamente, a vida emocional e subjetiva dos personagens”.

Bulhões (2007, p. 147 *apud* Ritter, 2013, p. 62) detalha como Wolfe apresentava narrativas neste estilo:

O atrevimento de Wolfe vinha com transgressões mais cortantes, tanto no manejo das técnicas de captação jornalística, quanto no plano da expressão verbal, com a presença extravagante de travessões, pontos de interrogação, reticências, uso multiplicado de letras para produzir um efeito gráfico e fônico e mudanças constantes de foco narrativo, em que o narrador entra na cabeça de seus personagens, assumindo sua perspectiva e as marcas da sua linguagem. (Bulhões, 2007, p. 147 *apud* Ritter, 2013, p. 62).

Segundo Ritter (2013, p. 60), “além de Gay Talese e Tom Wolfe, nomes como Truman Capote e Norman Mailer ficaram diretamente ligados a esse grupo”.

Capote foi quem consagrou o gênero com a publicação do livro *A Sangue Frio* (1965). Conforme Bulhões (2007, p. 149 *apud* Ritter, 2013, p. 60), o escritor queria “escrever uma longa narrativa apoiada na prática jornalística, uma narrativa sem fabulação, sem formulação imaginativa, um romance jornalístico”. Wolfe (2005, p. 45 *apud* Ritter, 2013, p. 63) recorda o impacto que a publicação teve no público leitor da época:

A história de Capote, contando a vida e a morte de dois vagabundos que estouraram as cabeças de uma rica família rural em Kansas, foi publicada em capítulos na *The New Yorker*, no outono de 1965, e saiu em forma de livro em fevereiro de 1966. Foi uma sensação - um baque terrível para todos os que esperavam que o maldito Novo Jornalismo ou Parajornalismo se esgotasse como uma moda (Wolfe, 2005, p.45 *apud* Ritter, 2013, p. 63).

Trazendo a análise para a esfera nacional, o primeiro livro-reportagem do Brasil é *Os Sertões* (1902), de Euclides da Cunha, sobre a Guerra de Canudos (Dal Fabbro, 2009). A obra tem origem em matéria publicadas no jornal *O Estado de São Paulo*, nos anos de 1897 e 1898, embasadas nas anotações do jornalista e escritor, que como correspondente do jornal registrava suas impressões sobre o sertão baiano, o sertanejo e o conflito entre jagunços e o exército brasileiro. Porém, a linguagem de *Os Sertões* não é estritamente jornalística, uma vez que inclui elementos que caracterizam a literatura.

3.3 Produção do jornalismo literário

Além da diferença no formato de apresentação da informação, o livro-reportagem tem um processo de produção particular. Porém, o ponto de partida da elaboração são critérios jornalísticos, “preservando as características desta prática profissional, pois mantém como objetivos ‘informar, orientar e explicar’ ”. (Maciel, 2021, p. 79)

Mar De Fontcuberta (1999 *apud* Rocha; Xavier, 2013) destaca algumas características do discurso jornalístico tradicional, sendo três destas permanentemente visíveis apesar de mudanças na produção ao longo do tempo. São elas: acontecimento, atualidade e período.

De antemão pode-se apontar o acontecimento e a atualidade como aspectos facilmente identificáveis para a produção do livro-reportagem. Nota-se que o acontecimento encontra observação e estudos tanto no jornalismo quanto nos conceitos da história. (Rocha; Xavier, 2013, p. 145).

Para a pesquisadora, o acontecimento é a matéria-prima para o jornalista. Como acontecimento se entende um fato único que sempre pode ser observado por seu potencial de modificar uma estrutura em certo período.

Segundo Fontcuberta (1999), três aspectos são fundamentais para a compreensão da relação entre jornalismo e atualidade: a novidade do fato, sua imediatidade e a capacidade de circulação da informação. “Assim, chamamos de atualidade jornalística a uma série de fatos recentes ou imediatos difundidos através dos meios de comunicação social” (Fontcuberta, 1999, p.19 *apud* Rocha; Xavier, 2013, p.146).

Para Lima (2009, p. 28-29 *apud* Maciel, 2021, p. 79): “o seu caráter de atualidade deve ser compreendido, mais no sentido de abordagem do contemporâneo ao invés do real imediato”.

Acontecimento e atualidade são valores-notícia aplicados ao jornalismo tradicional, que se estendem ao literário. Outra relação entre os estilos é o processo de apuração.

A apuração conta com análise de documentos, pesquisa do tema, observação do jornalista tanto das fontes como do ambiente e acontecimentos que norteiam o tema, entrevista a fontes primárias e secundárias e checagem de todos os dados levantados para aferir a autenticidade dos mesmos. (Rocha; Xavier, 2013, p. 148).

A apuração realizada na produção do livro-reportagem parte do método investigativo do jornalismo diário, que explora diferentes ângulos, versões e camadas de informação. Porém, nessa etapa da produção já é notável uma característica particular ao jornalismo literário: a continuidade da apuração.

O processo de produção do livro-reportagem se distingue assim dos demais, porque além da disciplina de verificação e investigação ser necessária em todas as etapas, a fase de apuração também se estende até a versão final. Os procedimentos do processo de produção dialogam durante todo o trabalho. (Rocha; Xavier, 2013, p. 149).

Outra característica particular da produção do livro-reportagem é usada por Talese em *A Mulher do Próximo* (2002).

O autor mergulha fundo na intimidade de seus contemporâneos, traçando uma contextualização da mudança de costumes sexuais nos Estados Unidos nas décadas de 1960 e 70, expondo histórias de relacionamentos abertos e descrevendo detalhes da criação da revista *Playboy*, de Hugh Hefner. Conforme explica Ritter (201), Talese se tornou personagem do próprio livro, usando a técnica da narrativa autobiográfica em terceira pessoa.

Assim como Reese (2010) mostra que, na virada do século XIX para o XX, jornalistas se infiltravam em indústrias disfarçando-se de trabalhadores e realizavam centenas de entrevistas para revelar escândalos e fazer denúncias sociais, jornalistas como Talese, adotaram todos os tipos de técnica para fazerem suas matérias nos anos 1960 e 1970. Essas reportagens acompanharam a cultura da época e os movimentos populares que estavam em desenvolvimento no período. Ou seja, o *New Journalism* surge em um momento em que o cenário cultural e político dos Estados Unidos estava favorecendo o surgimento de uma nova prática textual. (Ritter, 2013, p. 59).

Essa técnica de se colocar como parte da história é uma das formas de garantir a retratação humanizada da realidade. Dessa forma, o relato se afasta da impessoalidade e permite ao leitor uma imersão emocional e sensorial na história. A técnica de “se fazer parte da história” é uma das diferenças mais marcantes entre o enredo do livro-reportagem e o jornalismo tradicional, no qual rege a ideia de que o jornalista deveria se manter afastado emocionalmente do fato para transmiti-lo mais fielmente.

Na mesma obra, além das entrevistas feitas com os personagens da história, Talese se apoiou em materiais pessoais, como diários, que continham os pensamentos e experiências dos entrevistados (Ritter, 2013). A busca pelos detalhes de uma história prolongava o trabalho de apuração, exigindo mais tempo e dedicação intelectual para entender e interpretar os fatos na construção de uma teia de informações. Wolfe comenta sobre a construção de histórias do *New Journalism*:

Eles tinham desenvolvido o hábito de passar dias, às vezes semanas, com as pessoas sobre as quais escreviam. Tinham de reunir todo o material que o jornalista convencional procurava – e ir além. Parecia absolutamente importante “estar ali” quando ocorressem cenas dramáticas, para captar o diálogo, os gestos, as expressões faciais, os detalhes do ambiente. A ideia era dar a descrição objetiva completa, mais alguma coisa que os leitores sempre tiveram de procurar em romances e contos: especificamente, a vida subjetiva ou emocional dos personagens (Wolfe, 2005, p. 37 *apud* Ritter, 2013, p. 67).

A técnica usada por Talese é um dos recursos básicos descritos por Wolfe para a prática do *New Journalism*: a apresentação da cena por intermédio de um personagem, “dando ao leitor a sensação de estar dentro da cabeça do personagem, experimentando a realidade emocional da cena como o personagem experimenta” (Wolfe, 2005, p. 54 *apud* Ritter, 2013, p. 67).

Para o uso desse recurso discursivo, o ideal era além de perguntar o que tinha acontecido, questionar as fontes sobre o que sentiram a fim de representar as emoções ao público para transmitir a experiência vivida pelo personagem. Assim, a escuta atenta na produção do livro-reportagem passa a ser uma ferramenta para acessar camadas escondidas da experiência do personagem.

Na elaboração de *Holocausto Brasileiro* (2013), Arbex encontrou repetidas vezes ex-funcionários e sobreviventes do Colônia. Para ela, foram as entrevistas profundas e prolongadas que levaram alguns entrevistados a um processo de tomada de consciência sobre o caso.

Conquistar a confiança das pessoas, isso é um processo muito demorado. Então assim, eu tive a oportunidade, para fazer as entrevistas, eu entrevistei a mesma pessoa umas cinco vezes. E eram entrevistas de três horas, de cinco horas, e nas primeiras vezes, primeiros contatos, todos muito difíceis. Porque se eu não tive nenhuma dificuldade para os sobreviventes falarem, eu tive uma dificuldade enorme para os funcionários falarem, porque eles sentiam-se acusados. Então era sempre uma reação contrária quando eu chegava, eu sentia eles... essa reação, essa coisa assim. E daí era muito difícil conversar com eles. Então no começo eles respondiam o básico e falavam que no “meu plantão não acontecia nada”. E quando eu voltava a pessoa estava mais receptiva, até chegar ao ponto em que as pessoas falavam: “Meu Deus, eu podia ter feito muita coisa”, nas últimas entrevistas. (ARBEX, 2016, informação verbal *apud* Maciel, 2021, p. 94).

O minucioso processo de apuração revela que cada detalhe absorvido faz diferença no relato. Em *O Olho da Rua* (2008), Eliane Brum faz observações sobre algumas de suas reportagens, trazendo reflexões sobre a produção do jornalismo literário. Sobre a apuração minuciosa ela diz:

O que as pessoas falam, como dizem o que têm a dizer, que palavras escolhem, que entonação dão ao que falam e em que momento se calam revelam tanto ou mais delas quanto o conteúdo do que dizem. Escutar é mais do que ouvir. Escutar abarca a apreensão do ritmo, do tom, da espessura das palavras. Escutar é entender tanto o que é dito como que não é dito. Escutar é compreender que o silêncio também fala – ou compreender que as pessoas continuam dizendo quando param de falar. (Brum, 2008, p. 35).

O jornalista, nesse contexto, precisa estar disposto a construir uma ponte entre a realidade e a emoção, transcrevendo sentimentos, hesitações, silêncios e gestos em palavras que não apenas informam, mas tocam o leitor.

A observação e escuta atenta são realizadas a partir de outro recurso para a prática do *New Journalism* deixado por Wolfe (2005), que é o registro de gestos, hábitos e costumes para compor a narrativa.

(...) são elementos simbólicos, em geral, do status de vida da pessoa, usando essa expressão no sentido amplo de todo o padrão de comportamento e poses por meio do qual a pessoa expressa sua posição no mundo ou o que ela pensa que é seu padrão ou o que ela gostaria que fosse (Wolfe, 2005, p.55 *apud* Ritter, 2013, p. 68).

Apesar das já mencionadas técnicas próprias do jornalismo literário, Wolfe (2005) destaca que não há nenhum recurso que deve inevitavelmente ser seguido. “A liberdade criativa é o ponto principal de qualquer obra do *New Journalism*” (Ritter, 2013, p. 68).

4. ESTRUTURA DO LIVRO-REPORTAGEM

O livro-reportagem está estruturado em quatro capítulos. Entre os capítulos, como forma de humanizar a narrativa, estão subcapítulos que são histórias baseadas nos relatos de apostadores que tiveram prejuízos sociais e financeiros com a prática de apostar. Os temas de cada um deles estão descritos abaixo:

Apresentação: introduz o tema, os motivos que incentivaram a produção da obra e os objetivos do trabalho.

1. As apostas na cultura brasileira: apresenta um panorama histórico, situando as apostas cronologicamente no Brasil, e analisa questões culturais e considerações sociais que cercam as apostas online.
2. A era de ouro das apostas online: analisa quais as motivações e aspirações que levaram ao *boom* das *bets*, como a mentalidade de “apostar é investir” e o papel dos influenciadores digitais nesse cenário.
3. O que diz a lei: se dedica a explicar qual a atual regulamentação das apostas, analisando a legalidade da prática, como se dá o patrocínio e publicidade das *bets*, e medidas judiciais de incentivo ao jogo responsável.
4. Psicologia por trás do jogo: revela quais os efeitos psicológicos de apostar, dando luz a como as apostas afetam física e emocionalmente os apostadores, medidas de prevenção e tratamento e iniciativas nacionais de combate ao jogo patológico.

4.1 Perfil dos entrevistados e detalhamento das entrevistas

Para a produção do livro-reportagem foram entrevistados sete especialistas, elencados abaixo.

Ana Paula Passarelli é mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo). É diretora de negócios da Brunch, primeira agência de criadores a se tornar signatária do Pacto Global da ONU e que oferece serviços para *creators* e influenciadores desenvolverem suas marcas e negócios. Também é fundadora da TOAST, unidade de negócios especializada em marketing de influência que oferece a marcas e agências de publicidade uma

metodologia proprietária para mapear, avaliar e selecionar talentos, criadores e influenciadores para seus projetos.

Entrevista realizada por videoconferência, no dia 26 de junho. Perguntas:

1. Como você avalia o papel dos influenciadores digitais na popularização das apostas online nos últimos anos?
2. Quais são as estratégias mais comuns que as casas de apostas utilizam ao trabalhar com influenciadores?
3. Na sua visão, os influenciadores têm consciência do impacto social que promovem ao divulgar plataformas de apostas?
4. Quais são os riscos para a reputação dos influenciadores ao se associarem a marcas do setor de apostas?
5. Na sua opinião, qual deve ser o futuro da relação entre o marketing de influência e o setor de apostas, especialmente diante das discussões sobre regulamentação e responsabilidade social?

Brauner Cruz Junior é doutorando em Sociologia pelo IESP-UERJ (Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro), e integra o NuCEC (Núcleo de Pesquisas em Cultura e Economia). Possui Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE) no CMH (Centre Maurice Halbwachs) da École Normale Supérieure de Paris. Também é bacharel em Administração Pública pela Fundação Getúlio Vargas e mestre em Ciências Humanas e Sociais pela UFABC (Universidade Federal do ABC).

Caio de Azevedo Barros é doutorando em Antropologia Social pelo PPGAS-UFRJ (Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro) e integra o NuCEC (Núcleo de Pesquisas em Cultura e Economia). É mestre pela mesma instituição e bacharel em Ciências Sociais pela UFRJ. Atualmente, desenvolve pesquisas ligadas à construção de masculinidades e apostas online na Zona Oeste do Rio de Janeiro, além de ser professor de Filosofia e Sociologia do Ensino Básico.

Os dois especialistas listados acima participaram de uma entrevista em conjunto, realizada por videoconferência, no dia 03 de maio. Perguntas:

1. Como as apostas deram um novo significado ao jogo?

2. Quando e como apostar começou a ser aceitável no cotidiano do Brasil?
3. Quais as principais diferenças das considerações sociais antigas sobre as apostas e as atuais com as *bets*?
4. A cultura brasileira foi propícia para recepção do site de apostas?
5. Qual o perfil das pessoas que têm apostado com frequência e quais as principais motivações?

Júlia Abi-Sâmara é graduada em Administração pela FGV/SP (Fundação Getúlio Vargas) e educadora financeira. Há 5 anos, ensina mulheres a investir por meio de conteúdos gratuitos, cursos e palestras. Criadora do perfil do Instagram *As investidoras*, que reúne mais de 110 mil seguidores, e fundadora do curso de mesmo nome, que ensina sobre investimentos para mulheres. Mais de 6.700 mulheres já foram capacitadas pela iniciativa. Júlia também é fundadora e *host* do podcast *É da Nossa Conta*, disponível no Spotify.

Entrevista realizada por videoconferência, no dia 1º de abril de 2025. Perguntas:

1. Qual a principal diferença entre investimentos e apostas? Por que não são a mesma coisa?
2. Quais são os principais equívocos que você percebe no pensamento de quem vê as apostas como um investimento?
3. Você acredita que a falta de educação financeira é um fator que contribui para a crescente popularidade das apostas?
4. A longo prazo, quais são os riscos envolvidos em ver apostas como uma alternativa de investimento?

Luiz Felipe Santoro é graduado em Direito pela Faculdade de Direito da USP (Universidade de São Paulo), especializado em Administração para Profissionais do Esporte pela FGV/SP (Fundação Getúlio Vargas), MBA em Football Industries pela Universidade de Liverpool/Inglaterra (2004-2005) - oportunidade em que permaneceu três meses trabalhando no FC Barcelona (Espanha) - e FIFA Diploma in Football Law (1ª Edição, 2021). Presidente do IBDD - Instituto Brasileiro de Direito Desportivo (2007-2009 e 2010-2012) e da Comissão de Direito dos Jogos, Apostas e do Jogo Responsável da OAB SP (2024 - atual).

Entrevista realizada por videoconferência, no dia 28 de abril de 2025. Perguntas:

1. Apostar online no Brasil é ilegal? Qual tipo de aposta é lícita?
2. Qual a exigência legal para que plataformas internacionais possam operar no Brasil?
3. Existe uma tributação das apostas on-line?
4. Há algum tipo de proteção legal para o consumidor/usuário das plataformas de apostas?
5. Existem dispositivos legais que busquem prevenir ou combater o vício em apostas?
6. Como a legislação brasileira compara-se com a de outros países que também regulamentaram o setor?
7. Qual a sua opinião sobre a legalização das apostas on-line? Que avanços ou mudanças você acredita que ainda são necessários?

Mirella Mariani é graduada em Biologia e em Psicologia pela UPM (Universidade Presbiteriana Mackenzie), e mestre em Distúrbios do Desenvolvimento (CAPES-UPM bolsa MACKpesquisa). Também é supervisora dos Programas Ambulatoriais do Jogo Patológico, dos Transtornos do Impulso, PRO-AMJO, PRO-AMITI do Instituto de Psiquiatria do HCFMUSP (Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo).

Entrevista realizada por videoconferência, no dia 22 de maio de 2025. Perguntas:

1. O que é Ludopatia e o que caracteriza uma pessoa com esse transtorno?
2. Qual o trabalho que o PRO-AMJO realiza?
3. Na sua experiência, qual o perfil das pessoas que desenvolvem dependência em apostas online?
4. Quais práticas ajudam os apostadores a não ultrapassarem os limites aceitáveis?
5. Na sua opinião, o Brasil está preparado, do ponto de vista da saúde pública, para lidar com o avanço da indústria das apostas?

Ricardo Bianco Rosada é graduado em Engenharia Mecânica de Produção pela UNIP (Universidade Paulista). Tem mais de 20 anos de experiência nos setores de apostas, iGaming, tecnologia, pagamentos, banking e e-commerce. Já assessorou marcas e liderou projetos de crescimento e inovação em marcas globais como Banco Itaú, Grupo Bandeirantes de Televisão e Heineken, Honda. Foi CMO (Chief Marketing Officer) e Desenvolvedor de Negócios da plataforma de apostas online

Galera Bet. É fundador da *brmkt.co*, consultoria especializada em marketing e estratégia.

Entrevista realizada via aplicativo de mensagens, no dia 15 de julho de 2025.

Perguntas:

1. Existe uma regulação sob o marketing e divulgação das apostas online?
2. Quais são as estratégias de marketing, além do marketing de influência, mais utilizadas por plataformas de apostas online?
3. Quais estratégias de marketing são regularizadas, permitidas e menos negativas?
4. Do ponto de vista do jogo responsável, “bônus de boas-vindas”, “rodadas grátis” e “odds aumentadas para novos usuários” são negativas? Esse tipo de estratégia de promoção é liberada?
5. Quais critérios regem as parcerias com influenciadores e celebridades? Como equilibram exposição e jogo responsável?
6. De que forma o marketing educativo (tutoriais e guias) adiciona valor para o apostador e para a imagem da marca? Há risco de mascarar o incentivo ao jogo?
7. Qual o impacto da exibição de odds em transmissões esportivas em públicos vulneráveis (ex: menores)?

Vínicius Xavier é graduado e mestre em Psicologia pela PUC-GO (Pontifícia Universidade Católica de Goiás). Em atuação clínica intervém, há 16 anos, nos comportamentos humanos complexos, tais como dependência química e comportamentos adictivos, transtornos de ansiedade, de personalidade, de humor, esquizofrenia. Membro da Associação Brasileira de Psicologia e Medicina Comportamental (ABPMC), Federação Brasileira de Terapias Cognitivas (FBTC) e Análise do Comportamento Brasil (ACBr). No Instagram compartilha conteúdo informativo e realiza campanhas de conscientização sobre a dependência em apostas.

Entrevista realizada por videoconferência, no dia 2 de maio de 2025. Perguntas:

1. O que é Ludopatia e o que caracteriza uma pessoa com esse transtorno?
2. Quais são os principais sinais de alerta que o hábito de apostar está se tornando um problema para a saúde mental?
3. Como se forma o ciclo vicioso das apostas e por que é tão difícil rompê-lo?
4. Na sua experiência, qual o perfil das pessoas que desenvolvem dependência em apostas online?

5. Quais práticas ajudam os apostadores a não ultrapassarem os limites aceitáveis?
6. Qual o tratamento para a Ludopatia?
7. Na sua opinião, o Brasil está preparado, do ponto de vista da saúde pública, para lidar com o avanço da indústria das apostas?

Também foram entrevistados seis personagens, sendo que cinco pediram para terem seus nomes completos preservados no livro-reportagem. O relato dessas fontes foram publicados em *off the record*, ou seja, sem que a informação seja atribuída a quem a divulgou. O sigilo da fonte é previsto pela Constituição Federal, no art. 5º, inciso XIV, que “resguarda o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. De forma complementar, o *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*, publicado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) assegura, no art. 8º, que “sempre que considerar correto e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade das suas fontes de informação”. O sigilo da fonte é uma ferramenta que protege aqueles que relatam informações sensíveis, mas correm riscos de retaliações ou discriminações por compartilhá-las. Para evitar constrangimento e julgamentos sociais, este trabalho preservou as identidades das fontes que compartilharam suas experiências com as apostas online. O primeiro nome e a descrição dos personagens da obra estão listados abaixo.

Bruno, 27 anos, Ensino Superior Completo, residente em Vitória da Conquista-BA.

Diogo, 21 anos, Autônomo, natural de Ribeirão Preto-SP e residente no mesmo município.

Guilherme, 22 anos, Radialista, graduando em Jornalismo na Unaerp (Universidade de Ribeirão Preto), natural de Orlândia-SP e residente em Ribeirão Preto-SP.

José Lucas, 23 anos, Autônomo, graduando em Relações Internacionais na Unaerp (Universidade de Ribeirão Preto), natural de São Paulo-SP e residente em Ribeirão Preto-SP.

Luiz Henrique, 31 anos, Ensino Médio Completo, natural de Fortaleza-CE e residente no mesmo município.

Matheus, 21 anos, Assistente Administrativo, graduando em Enfermagem na Unaerp (Universidade de Ribeirão Preto), natural de Ribeirão Preto-SP e residente no mesmo município.

Rafael Bardella, 18 anos, estudante em Curso Preparatório Pré-Vestibular.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O produto elaborado foi fruto do interesse pessoal desta autora, que iniciou o curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo com o propósito de se tornar escritora de livros. Ao descobrir a existência do livro-reportagem e a possibilidade de produzir uma obra deste gênero literário-jornalístico como Trabalho de Conclusão de Curso tive meu interesse despertado. A escolha por protagonizar o esquema de funcionamento e divulgação das apostas online e os contextos sociais afetados por elas se deu de forma espontânea, ao perceber que esse tipo de jogo estava ocupando, quase que sem espanto da população brasileira, diversos espaços físicos e simbólicos no país, por exemplo, estádios esportivos com painéis de publicidade que divulgavam as plataformas de apostas online e a rotina de recém-entrados na vida adulta.

Durante o desenvolvimento deste relatório, foi possível aprender sobre a historicidade do livro-reportagem, incluindo os escritores pioneiros de produções desse gênero, as especificidades de escrita deste estilo e o processo de produção particular de obras desta categoria. Em relação ao tema escolhido, foi compreendido como os jogos de azar deram um novo propósito ao jogo, as considerações da sociedade brasileira em relação aos jogos de azar ao longo dos anos, o surgimento das plataformas de apostas online e os motivos que levaram a popularização destes sites.

As entrevistas com os especialistas participantes do livro-reportagem foram esclarecedoras para entender como as apostas online se relacionam com os cenários da sociedade. A obra, dividida em quatro capítulos, traça, incluindo aspectos sociológicos, uma linha do tempo dos jogos de azar no Brasil, analisa os motivos de popularização das apostas online e as estratégias que levaram a isso, explica a regulamentação atual sobre a *bets* no país e expõe como esse tipo de jogo afeta psicologicamente os apostadores. Assim, a produção cumpre a análise multicontextual que se propôs a fazer.

Os especialistas entrevistados foram selecionados por diferentes caminhos de pesquisa. A escolha partiu da busca por profissionais que já haviam contribuído em conteúdos jornalísticos ou acadêmicos sobre o tema das apostas online. Além disso, recorri a entidades e órgãos relacionados ao tema, como comissões da OAB, o que possibilitou encontrar fontes especializadas. Também utilizei a rede social

profissional LinkedIn como ferramenta de prospecção, aplicando palavras-chave relacionadas aos assuntos que eu pretendia abordar para identificar profissionais que pudessem agregar à construção desta obra.

Somado à contribuição das fontes, pude conversar com apostadores que viveram os prejuízos que as apostas online causam. Os relatos foram transformados em histórias que agregaram com emoção e linguagem literária, características próprias de livros-reportagens. Essas narrativas, divididas em seis subcapítulos, comprovam como as *bets* são danosas e afetam os que apostam independente de idade ou gênero. Os personagens foram encontrados através de amigos em comum, o que confirmou, para mim mesma, como as apostas estão mais perto do que o imaginado. Além disso, a busca também ocorreu por meio de divulgações nas minhas redes sociais pessoais e pela apresentação do trabalho em salas de aula do Centro Universitário Barão de Mauá, onde foi exposto o objetivo da pesquisa e feito o convite para participação voluntária.

Para este trabalho resgatei minha experiência profissional, especialmente como estagiária no Jornal da USP do Campus de Ribeirão Preto, de agosto de 2024 a maio de 2025, onde escrevia reportagens para editoria de Atualidades, e aprendi na prática sobre o gênero jornalístico. Para mesclá-lo com o gênero literário, usei as habilidades de escrita que adquiri com o hábito de fazer poemas sobre situações cotidianas e sensíveis. Essas vivências pessoais, somadas ao estudo das especificidades da modalidade escolhida, tornaram o processo de escrita fluído e enriquecedor. O que me fez concluir a relevância de livros-reportagem no compartilhamento e análise de fatos da vida em sociedade, especialmente por permitir a ligação entre realidade e emoção, transmitindo também sentimentos.

Ao final do processo de produção, acredito que o produto cumpriu o papel desse gênero: protagonizar uma realidade com profundidade, sensibilidade e responsabilidade, possibilitando a compreensão de um fenômeno recente. Concluo, portanto, que este trabalho alcançou seu propósito de informar e provocar reflexão. O de revelar as camadas que estruturam o universo das *bets* e de registrar as experiências daqueles que vivem seus efeitos diretos na própria vida. Um trabalho que, ao meu ver, ampliou a consciência coletiva sobre um problema social que já não pode mais ser ignorado.

6. REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Análise técnica sobre o mercado de apostas online no Brasil e o perfil dos apostadores.** Estudo Especial nº 119/2024, setembro de 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: 7 nov. 2024

BOLLOS, Rubens. **O vício em apostas: sinais, consequências, tratamentos e recomendações, em 9 pontos.** Nexo Jornal, 29 out. 2024. Disponível em: <<https://pp.nexojornal.com.br/perguntas-que-a-ciencia-ja-respondeu/2024/10/29/o-vicio-em-apostas-sinais-consequencias-tratamentos-e-recomendacoes-em-9-pontos>>. Acesso em: 31 mar. 2025.

BRASIL. Lei nº 3.688, 03 de outubro de 1941. Dispõe a criminalização do jogo de azar em lugar público ou acessível ao público, incluindo o Jogo do Bicho. Brasília, Rio de Janeiro: **Diário Oficial da União**, 1941.

BRASIL. Lei nº 13.756, 12 de dezembro de 2018. Dispõe sobre a destinação do produto da arrecadação das loterias e sobre a promoção comercial e a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa. Brasília, DF: **Diário Oficial da União**, 2018.

Conheça a casa de apostas online mais antiga. Jornal do Brasil, 30 dez. 2022. Disponível em: <<https://www.jb.com.br/jogos-online/2022/12/1041486-conheca-a-casa-de-apostas-online-mais-antiga.html>>. Acesso em: 27 mar. 2025.

DAL FABBRO, Bárbara. **O primeiro livro-reportagem brasileiro?** Observatório da Imprensa, 10 nov. 2009. Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/o-primeiro-livro-reportagem-brasileiro/>>. Acesso em: 22 abr. 2025

DATASENADO, Instituto de Pesquisa. **Panorama Político 2024: Apostas Esportivas, Golpes Digitais e Endividamento.** Set. 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/arquivos/2024/09/30/relatorio_apostas-esportivas-golpes-digitais-endividamento-1.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2025

DATASUS. **F60-F69 Transtornos Da Personalidade E Do Comportamento Do Adulto.** Disponível em: <http://www2.datasus.gov.br/cid10/V2008/WebHelp/f60_f69.htm>. Acesso em: 14 mar. 2024

Estudo aponta que 48% dos brasileiros buscam renda extra. Valor Econômico, 22 jul. 2022. Disponível em: <<https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2022/07/22/estudo-aponta-que-48-dos-brasileiros-buscam-renda-extra.ghtml>>. Acesso em: 14 mar. 2025

JUNIOR, Cruz Brauner; BARROS, Caio de Azevedo. **Como entender a febre das**

apostas na população brasileira. Nexo Jornal, 26 set. 2024. Disponível em: <<https://pp.nexojornal.com.br/opiniaio/2024/09/24/por-que-as-apostas-viraram-um-problema-para-a-populacao-brasileira>>. Acesso em: 14 mar. 2025.

MACIEL, Alexandre. **“A narrativa ideal seria ir além de uma grande reportagem”: conceitos e características do livro-reportagem brasileiro.** C&S – São Bernardo do Campo, v. 43, n. 1, p. 73-101, jan.-abr. 2021.

MARQUES, Matheus Corrêa de Oliveira. **A Legalização, Regulamentação e Tributação dos Jogos de Azar como importante fonte de Arrecadação Tributária e Desenvolvimento Econômico.** Rio de Janeiro: Revista de Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento, v. 7, n.8, jan/jun, 2019, p. 114-137.

MENDIETA, Fábio; QUEIROZ, André. **Bets e apostas online: o jogo do Tigrinho e seu efeito tangerina.** Revista Contribuciones a Las Ciencias Sociales, São José dos Pinhais, v.17, n.10, p. 01-21, 2024. Disponível em: <<https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/11358>>. Acesso em: 31 mar. 2025.

O POST É PAGO, E AI?: Desvendando e quantificando a relação entre os internautas e as ações de marcas com influenciadores digitais. São Paulo: Instituto Qualibest e A Spark, 2019. Color. Disponível em: <https://www.institutoqualibest.com/wp-content/uploads/2019/11/O-post-e-pago.-e-ai.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2025

PENA, Felipe. **Jornalismo literário.** São Paulo: Editora Contexto, 2006.

PÉREZ, Levi. **El mercado de apuestas deportivas**, en Palomar, A. (director) Las apuestas deportivas (pp. 13-33) Thomson Reuters Aranzadi: Navarra. 2010.

RITTER, Eduardo. **New Journalism: o livre amor entre o jornalismo e a literatura.** Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 1, n. 1, p. 56 -70, jul. 2013.

ROCHA, Paula; XAVIER, Cintia. **O livro-reportagem e suas especificidades no campo jornalístico.** Revista RuMoRes, São Paulo, v. 7, n. 14, p. 138-157, jul./dez. 2013.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da; TESSAROLO, Felipe Maciel. **Influenciadores Digitais e as Redes Sociais enquanto Plataforma de Mídia.** Net, Espírito Santos, set. 2016, p. 5. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf>> Acesso em: 31 jun. 2025.

SOUZA, Adlla Yasmim Dantas de. **É apenas entretenimento? análise da responsabilidade civil dos influenciadores digitais frente à publicidade de jogos de azar online.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2024.

ZORZETTO, Ricardo; ORLANDI, Ana Paula. **Os Efeitos Nocivos dos Jogos Online**. Revista Pesquisa Fapesp, São Paulo, n. 344, p. 13-21, out. 2024. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2024/10/Pesquisa_344-4.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2025