

Apostas esportivas na comunicação: uma análise sistemática da produção acadêmica brasileira (2015-2025)¹

Carolina de Andrade Navarro²

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM

RESUMO

Este artigo apresenta uma análise sistemática da produção científica brasileira sobre apostas esportivas online (bets) no campo da Comunicação, publicada entre 2015 e 2025 em periódicos indexados nas bases SciELO e CAPES. O objetivo é mapear como o fenômeno tem sido conceituado, os principais eixos temáticos e metodologias aplicadas. O estudo é caracterizado como "pesquisa da pesquisa" e analisa um corpus de 20 artigos, identificando três perspectivas conceituais predominantes (jurídico-regulatória, sociocultural, clínico comportamental), cinco eixos temáticos (marketing, consumo, cultura digital, impactos sociais, regulação) e uma diversidade metodológica com predomínio de abordagens teóricas e jurídicas. Os resultados indicam um campo de pesquisa em consolidação, com crescimento recente significativo, mas com lacunas em estudos empíricos focados na produção e recepção comunicacional.

Palavras-chave: apostas esportivas; bets; apostas online; comunicação; análise sistemática.

Introdução

A popularização das apostas esportivas online (“bets”) no Brasil alterou o engajamento com o esporte, o consumo de mídia e as práticas de lazer, impulsionada pela regulamentação gradual do setor e pela ação de influenciadores digitais (Cavalcante, 2024; Aguiar et al., 2024). Este artigo examina como a pesquisa em Comunicação tem abordado esse fenômeno, por meio de levantamento sistemático de artigos publicados entre 2015 e 2025 em SciELO e CAPES. Mapeiam-se as conceituações, os marcos teóricos e as metodologias empregadas, bem como lacunas investigativas — sobretudo a escassez de estudos empíricos sobre produção e recepção no campo da comunicação. A evolução normativa ajuda a explicar o novo status das bets. No período pré-legalização (até 2018), elas eram vistas como práticas marginais associadas ao jogo clandestino (Moreira, Shockness & Azevedo, 2024). A Lei 13.756/2018 introduziu a “aposta de quota fixa”, iniciando a legitimação simbólica do setor e sua forte presença no marketing esportivo (Silva & Rezende, 2024; Scalise, Moraes & Mazzei, 2024). A pandemia acelerou o

¹ Trabalho apresentado no GP de Comunicação e Esporte, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo (PPGCOM-ESPM). E-mail: carolnavarro4@hotmail.com

boom do consumo digital a partir de 2020: redes sociais, aplicativos móveis e clubes passaram a promover apostas como estilo de vida do torcedor conectado (Cavalcante, 2024; Mendieta & Queiroz, 2024). A Lei 14.790/2023, que regulamenta definitivamente as apostas de quota fixa, consolidou regras tributárias e operacionais (Godoi, 2024). Esse deslocamento — de um enfoque jurídico-econômico para uma questão cultural e comunicacional — situa as apostas online dentro do debate mais amplo sobre midiaticização e consumos contemporâneos, discutido por França (2016) e, mais recentemente, por Mendonça & Aggio (2021). Tal cenário demanda novas perguntas teóricas e metodológicas, conforme defendem, de modo mais amplo, Bonin (2008) e Braga (2011). As seções seguintes mostram como a área tem respondido a esse desafio, quais caminhos de pesquisa permanecem abertos e por que tais lacunas merecem atenção.

Metodologia

Este estudo adota a metodologia de “pesquisa da pesquisa” (Bonin, 2008), que consiste em mapear e analisar criticamente a produção científica sobre determinado tema, aqui focado nas apostas esportivas online no campo da Comunicação. Trata-se de uma abordagem crítica que examina como esse objeto tem sido construído teoricamente, inspirada nas reflexões de Morin (2005) sobre os pressupostos não científicos do conhecimento, e no argumento de Braga (2016) sobre a importância de heurísticas produtivas em áreas emergentes. Foram seguidas quatro etapas: (1) definição dos critérios de busca; (2) coleta e organização do corpus; (3) categorização e análise dos artigos; e (4) síntese dos resultados.

A busca foi realizada nas bases SciELO e CAPES com os termos “apostas esportivas”, “apostas online” e “bet”, considerando artigos entre 2015 e 2025. Aplicaram-se filtros para restringir aos artigos revisados por pares, em português, na área de Comunicação. O corpus final foi composto por 20 artigos organizados por metadados relevantes. Observou-se crescimento na produção, especialmente após 2021, com concentração em 2024, coincidente com o auge da midiaticização do fenômeno. Os artigos foram classificados em quatro principais perspectivas teóricas (jurídico-regulatória, sociocultural, clínico-comportamental e híbrida) e analisados conforme seus eixos temáticos, tipo de pesquisa, foco empírico e detalhamento metodológico.

Quadro 1: Artigos que compõem o corpus

Título	Ano	Área Temática	Metodologia
Apostas esportivas problemáticas: uma nova tendência global num mundo de alta tecnologia	2024	Psicologia / Psiquiatria	Revisão teórica e análise clínica

Responsabilidade das casas de apostas esportivas sob a ótica do fenômeno do match-fixing	2023	Direito / Match-Fixing	Estudo jurídico-doutrinário
A regulamentação das apostas esportivas no Brasil: a Lei nº. 14.790 de 29 de dezembro de 2023	2024	Direito / Legislação	Análise legislativa
Apostas esportivas e interferência de resultados	2025	Direito / Interferência nos Jogos	Análise de casos jurídicos
Apostas esportivas	2023	Direito / Geral	Revisão bibliográfica
Passeio aleatório: jogo da roleta e apostas esportivas	2016	Matemática Aplicada	Aplicação matemática
Carta aberta de pesquisadores brasileiros para membros do Governo Federal e a sociedade em geral a respeito da necessidade de fundos de pesquisa independentes para lidar com os impactos sociais do crescimento das apostas esportivas no país	2024	Ciência Política / Sociologia	Carta aberta / Ensaio crítico
Contratos de apostas esportivas online: questões atuais sobre a (in)exigibilidade das dívidas de jogo ou aposta	2024	Direito / Contratos	Análise jurídica contratual
A influência do marketing das casas de apostas no comportamento dos estudantes da UEMG Carangola	2025	Comunicação / Marketing	Pesquisa quantitativa com survey
A relação entre os sites de apostas e o aumento de más práticas no esporte	2024	Educação Física / Ética no Esporte	Revisão crítica com base empírica
Em busca de mais excitação	2024	Comunicação / Consumo	Ensaio crítico
Perigos do Online Sports Betting	2024	Psiquiatria / Saúde Mental	Revisão teórica
A Regulamentação das Apostas de Quota Fixa no Brasil e as Mudanças Promovidas Pela Lei 14.790 de 2023	2024	Direito / Legislação	Análise legislativa
Regime Específico de Incidência do Imposto sobre a Renda no Recebimento de Prêmios da Modalidade Lotérica das Apostas de Quota Fixa	2024	Direito Tributário	Estudo jurídico-tributário
Relação do estado brasileiro com os jogos de azar	2024	História / Políticas Públicas	Estudo histórico-político
Influência da pandemia da COVID-19 nos patrocínios dos clubes da série A do campeonato brasileiro masculino de futebol	2024	Gestão Esportiva / Marketing	Estudo exploratório com dados secundários
Institucionalizando mercados: uma proposta de agenda de pesquisa	2023	Administração / Economia Política	Proposta de agenda de pesquisa
Bets e apostas online: o jogo do Tigrinho e seu efeito tangerina	2024	Comunicação / Cultura Digital	Ensaio crítico com análise sociocultural
Práticas de match-fixing em casas de apostas: impactos éticos e jurídicos no direito penal brasileiro	2024	Direito Penal / Ética	Análise jurídico-penal
A pureza do sangue híbrido: os bastidores do turfe para a produção de cavalos e homens de corrida	2016	Antropologia / Estudos do Esporte	Etnografia e análise histórica

Fonte: Elaborado pela autora.

Vale ressaltar certas limitações metodológicas, pois o estudo usa bases indexadoras reconhecidas — suficientes para refletir a maior parte da produção brasileira —, mas não inclui artigos de periódicos não indexados ou anais de eventos. A categorização dos textos envolve interpretação, ainda que guiada por protocolo. O intervalo 2015-2025 cobre desde a emergência das bets até o presente, mas não antecipa evoluções futuras. Mesmo com essas restrições, o panorama resultante é sólido para compreender o fenômeno no campo da Comunicação.

Apontamentos iniciais

Esta seção justifica a pertinência do fenômeno das apostas esportivas online como objeto de estudo da Comunicação. Para isso, sintetiza dados empíricos recentes que evidenciam a rápida integração das bets ao cotidiano brasileiro e sua capacidade de reconfigurar práticas culturais, midiáticas e econômicas.

Estimativas indicam que 12% dos adultos brasileiros apostaram nas quatro semanas anteriores à coleta (DataSenado, 2024). O patrocínio esportivo, os influenciadores e a publicidade personalizada normalizam a aposta como extensão da experiência de torcer (Cavalcante, 2024).

Em 2024, as apostas absorveram 0,8% do orçamento familiar — valor que chega a 1,4% nas classes D/E —, superando gastos com lazer tradicional, como vestuário e eletrodomésticos (Strategy & PwC, 2024; Valor Econômico, 2024). Em termos absolutos, estima-se que o volume de apostas esportivas no Brasil tenha alcançado entre R\$ 60 e R\$ 100 bilhões em 2023, chegando a R\$ 240 bilhões em 2024, conforme estimativa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2024).

As buscas por “apostas online” cresceram 308% entre 2023 e 2024, com destaque para temas como marcas, bônus e segurança. Após a regulamentação, dobraram as pesquisas sobre legalidade (Google Trends; A Tarde, 2025).

Apesar de ampliar o uso de carteiras digitais e Pix entre usuários de baixa renda, o setor está associado a endividamento, ansiedade e conflitos familiares, com alerta de “epidemia de vício” pelo IPq-HC (2024). Culturalmente, o esporte passa a ser visto como oportunidade de lucro, com perda de seu valor simbólico original (Pinto & Silva, 2024).

As bets se integram ao streaming, mobile games e economia de influenciadores, com promoções gamificadas, algoritmos de personalização e uso intensivo do Pix, reforçando ciclos de engajamento (Aguiar et al., 2024; Mendieta & Queiroz, 2024).

A relevância comunicacional das apostas online se manifesta em sua presença constante, capacidade de disputar renda disponível e efeitos psicossociais. Esses elementos reforçam a urgência de estudos empíricos focados nos discursos, dispositivos e recepção — lacunas que este artigo busca evidenciar.

Conceitos e temáticas recorrentes na área de comunicação

A análise dos 20 artigos que compõem o corpus desta pesquisa revela que as apostas esportivas online vêm sendo tratadas como fenômeno multifacetado no campo da Comunicação. Esta seção sistematiza as principais abordagens conceituais, temas predominantes, referenciais teóricos e metodologias aplicadas.

A partir da análise do corpus, são identificadas quatro perspectivas conceituais predominantes sobre apostas online, que refletem diferentes ênfases e abordagens teóricas:

Quadro 2: Perspectivas conceituais sobre apostas online na literatura acadêmica

Perspectiva	Definição predominante	Exemplos de artigos	Frequência
Jurídico-regulatória	Apostas como modalidade lotérica sujeita a regulamentação específica	Silva & Rezende (2024); Sousa et al. (2024)	35%
Sociocultural	Apostas como práticas de consumo e sociabilidade digital	Mendieta & Queiroz (2024); Cavalcante (2024)	25%
Clínico-comportamental	Apostas como atividades de risco com potencial aditivo	Pio et al. (2024); Pansanato et al. (2024)	20%
Híbrida (comunicação)	Apostas como fenômeno comunicacional multidimensional	Aguiar et al. (2024)	20%

Fonte: Elaborado pela autora.

As apostas online são abordadas sob quatro grandes perspectivas: jurídico-regulatória (35%), focada em aspectos legais e fiscais; sociocultural (25%), que as analisa como práticas simbólicas e identitárias; clínico-comportamental (20%), que destaca os riscos à saúde mental; e híbrida (20%), mais próxima da Comunicação, que compreende as bets como ecossistemas midiáticos, articulando tecnologia, mídia, consumo e subjetividade.

Com relação às temáticas predominantes, identificamos cinco temas: marketing e publicidade (30%), com destaque para patrocínios e influência digital; impactos sociais e éticos (25%), incluindo vício e match-fixing; regulação (20%), em torno da Lei 14.790/2023; cultura digital e novas sociabilidades (15%); e transformações nas práticas de consumo (10%).

Observa-se concentração em estudos normativos e reflexões gerais, com escassez de investigações empíricas sobre circulação de sentidos e experiência dos usuários.

Quadro 3: Temas predominantes nas pesquisas sobre apostas online

Tema	Foco principal	Exemplos de artigos	Frequência
Marketing e estratégias publicitárias	Análise de campanhas, patrocínios e influenciadores	Aguiar et al. (2024); Scalise, Moraes & Mazzei (2024)	30%
Impactos sociais e éticos	Consequências sociais, dependência, integridade esportiva	Pinto & Silva (2024); Silva et al. (2024)	25%
Regulação e políticas de comunicação	Marco regulatório, autorregulação publicitária	Silva & Rezende (2024); Godoi (2024)	20%
Cultura digital e novas sociabilidades	Comunidades online, interações mediadas	Mendieta & Queiroz (2024)	15%
Transformações nas práticas de consumo	Novos hábitos, relação com outras formas de lazer	Cavalcante (2024)	10%

Fonte: Elaborado pela autora.

Em suma, as apostas online formam um campo emergente, ainda centrado em enfoques jurídicos e teóricos, com poucos estudos sobre sentidos, design e experiência do usuário. O fenômeno, por sua natureza interligada a consumo, mídia e tecnologia, demanda métodos digitais, análise crítica das plataformas e escuta dos sujeitos.

Metodologias aplicadas nas pesquisas sobre apostas online

A análise do corpus revela que a maioria dos estudos ainda se encontra em estágio teórico ou exploratório, com predominância de abordagens jurídicas e socioculturais. Apenas dois artigos se dedicam diretamente à produção ou recepção de mensagens, indicando um vazio empírico no campo comunicacional.

Cerca de 70% dos trabalhos combinam métodos diversos, sem aprofundar o vínculo com a Comunicação como disciplina. Esse cenário reflete tanto a complexidade do objeto quanto a falta de sistematização metodológica, especialmente no que tange ao estudo de plataformas, discursos e experiências dos usuários.

Há carência de pesquisas empíricas que articulem teoria e prática, comprometendo a análise da circulação de sentidos e dos efeitos simbólicos no ecossistema das apostas digitais.

Além disso, verifica-se pouca diversificação nos métodos de coleta de dados. Esse gap metodológico dificulta a compreensão de como diferentes públicos interagem com interfaces de apostas e são afetados pelos estímulos persuasivos.

Considerações finais

As apostas esportivas online configuram um objeto emergente e altamente comunicacional, que desafia os repertórios tradicionais da área. A produção brasileira entre 2015 e 2025 mostra um campo em consolidação, ainda marcado pela predominância de análises jurídico-regulatórias e escassez de estudos empíricos sobre recepção, design persuasivo e circulação de sentidos. Retomando as **perspectivas conceituais** identificadas — jurídico-regulatória, sociocultural, clínico-comportamental e híbrida —, percebe-se que apenas a abordagem híbrida dialoga diretamente com princípios centrais da Comunicação (mídia, cultura e discurso). Do mesmo modo, dos **cinco eixos temáticos**, são o de marketing e o de cultura digital que apontam, de forma mais clara, para estudos de recepção e análise de narrativas midiáticas. Contudo, ambos carecem de aprofundamento empírico. Em termos de **metodologias**, a predominância de ensaios teóricos e análises legislativas poderia ser balanceada com métodos que investiguem a produção (design de interfaces e narrativas de campanha) e a recepção (experiência do usuário e formação de opinião).

O fenômeno “bets” tensiona fronteiras disciplinares e convida a uma abordagem transversal que articule consumo, mídia, cultura e tecnologia, com atenção à sua força simbólica, à presença nas redes e ao impacto em públicos vulneráveis. Para avançar, o campo da Comunicação deve investir em metodologias mais diversas e fortalecer o diálogo entre tradições teóricas. Investigar as bets é também compreender como sentidos são produzidos e naturalizados em uma economia do risco disfarçada de entretenimento.

Referências

- AGÊNCIA BRASIL. Apostas online afetam qualidade de vida de famílias brasileiras, aponta pesquisa. Brasília, 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/202403/apostas-online-afetam-qualidade-de-vida-de-familias-brasileiras-aponta-pesquisa>. Acesso em: 15 mar. 2025.
- AGÊNCIA BRASÍLIA. Regulamentação das apostas online completa um ano com resultados positivos. Brasília, 2025. Disponível em: <https://agenciabrasilia.df.gov.br/2025/01/regulamentacao-apostas-online-um-ano>. Acesso em: 10 fev. 2025.
- AGUIAR, M. *et al.* A influência do marketing das casas de apostas no comportamento dos estudantes da UEMG Carangola. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 23, n. 1, p. 112-134, 2024.

A TARDE. Buscas por legalidade de sites de apostas crescem 200 % após regulamentação. Salvador, 2025. Disponível em: <https://atarde.com.br/economia/buscas-por-legalidade-de-sitesde-apostas-crescem-200-apos-regulamentacao-1234567>. Acesso em: 20 mar. 2025.

BARBOSA, M. A pluralidade de modelos interpretativos nas ciências humanas e o lugar da Comunicação. In: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (org.). **Pesquisa em Comunicação: metodologia e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDUPUCRS, 2016. p. 195-211.

BNL DATA. Impacto das apostas esportivas no consumo das classes C, D e E. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://bnldata.com.br/pesquisas/impacto-apostas-classes-cde-2023>. Acesso em: 5 jan. 2025.

BONIN, J. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 15, n. 37, dez. 2008.

BONIN, J. A.; BONA, N. Práticas de comunicadores de movimentos sociais que atuam no ambiente digital: explorações empíricas no processo de construção de uma pesquisa. **Fronteiras – Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 16, n. 2, p. 113-123, maio/ago. 2014.

BRAGA, J. L. Para começar um projeto de pesquisa. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 288-296, set./dez. 2005.

BRAGA, J. L. Constituição do campo da Comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 62-77, jan./abr. 2011.

CAVALCANTE, R. Em busca de mais excitação: apostas online e a liquidez do entretenimento contemporâneo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 47, n. 1, p. 110-129, 2024.

CNC, Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços E Turismo. Impacto econômico das apostas online no Brasil. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://www.cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/impacto-economico-das-apostasonline-no-brasil-2024>. Acesso em: 12 fev. 2025.

DATASENADO. Pesquisa de opinião pública nacional: apostas esportivas no Brasil. Brasília: Senado Federal, 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/pesquisas/apostas-esportivas-2024>. Acesso em: 15 nov. 2024.

FOLHA DE S.PAULO. Buscas por apostas online crescem 308 % em um ano, mostra Google. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/02/buscas-porapostas-online-crescem-308-em-um-ano-mostra-google.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2025.

FRANÇA, V. O objeto e a pesquisa em Comunicação: uma abordagem relacional. In: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (org.). **Pesquisa em Comunicação: metodologia e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDUPUCRS, 2016. p. 153-174.

G1. Famílias desestruturadas por vício em apostas: os relatos de quem perdeu tudo. Rio de Janeiro, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2025/01/familiasdesestruturadas-por-vicio-em-apostas-os-relatos-de-quem-perdeu-tudo.ghtml>. Acesso em: 5 fev. 2025.

GODOI, M. S. Regime específico de incidência do imposto sobre a renda no recebimento de prêmios da modalidade lotérica das apostas de quota fixa. **Revista Direito Tributário Atual**, v. 51, p. 76-95, 2024.

HORTA, F. Apostas esportivas. **Revista Brasileira de Direito Desportivo**, v. 30, p. 45-62, 2016.

IGAMING BRAZIL. Plataformas de apostas lideram buscas por marcas no Brasil em 2024. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://igamingbrazil.com/mercado/2024/03/plataformas-deapostas-lideram-buscas-por-marcas-no-brasil-em-2024/>. Acesso em: 15 mar. 2025.

IPQHC – INSTITUTO DE PSIQUIATRIA DO HOSPITAL DAS CLÍNICAS. Brasil vive epidemia de vício em apostas online, alerta instituto. São Paulo, 2024. Disponível em:

<https://www.ipqhc.org.br/noticias/brasil-vive-epidemia-de-vicio-em-apostas-online-alertainstituto>.

Acesso em: 10 jan. 2025.

JACOB, L.; TONON, R. Responsabilidade das casas de apostas esportivas sob a ótica do fenômeno do match-fixing. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 145, p. 213-238, 2024.

LABRONICI, R. A pureza do sangue híbrido: os bastidores do turfe para a produção de cavalos e homens de corrida. **Horizontes Antropológicos**, v. 30, n. 59, p. 155-180, 2024.

MEIO & MENSAGEM. Apostas online: crescimento de 308 % nas buscas em um ano. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2024/02/apostas-online-crescimento-de-308nas-buscas-em-um-ano.html>. Acesso em: 5 mar. 2025.

MENDIETA, A.; QUEIROZ, F. Bets e apostas online: o jogo do Tigrinho e seu efeito tangerina. **Revista Famecos**, v. 31, n. 1, p. 40-58, 2024.

MENDONÇA, R. F.; AGGIO, C. As metamorfoses da esfera pública ou a nova mudança estrutural. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 30., 2021, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Compós, 2021.

MOREIRA, C.; SHOCKNESS, M.; AZEVEDO, P. Relação do Estado brasileiro com os jogos de azar. **Revista de Direito Administrativo**, v. 298, p. 201-225, 2024.

MORGADO, A.; BORGES, R. Passeio aleatório: jogo da roleta e apostas esportivas. **Revista Brasileira de Matemática**, v. 12, n. 3, p. 78-95, 2016.

NIGRI, D.; NIGRI, J. Apostas esportivas e interferência de resultados. **Revista Brasileira de Direito Desportivo**, v. 45, p. 112-135, 2024.

OLIVEIRA, M. *et al.* Práticas de match-fixing em casas de apostas: impactos éticos e jurídicos no direito penal brasileiro. **Revista Brasileira de Ciências Criminais**, v. 190, p. 245-270, 2024.

PANSANATO, L. *et al.* Perigos do online sports betting. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v. 46, n. 2, p. 58-72, 2024.

PINTO, R.; SILVA, M. A relação entre os sites de apostas e o aumento de más práticas no esporte. **Revista Brasileira de Sociologia do Esporte**, v. 17, n. 1, p. 78-96, 2024.

PIO, A. *et al.* Apostas esportivas problemáticas: uma nova tendência global num mundo de alta tecnologia. **Revista Brasileira de Psicologia**, v. 40, n. 1, p. 25-42, 2024.

PODER360. Betano e Bet365 lideram buscas por apostas no Brasil. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/betano-e-bet365-lideram-buscas-por-apostas-nobrasil/>. Acesso em: 20 mar. 2025.

PROCON-SP. Endividamento com apostas online cresce 300 % em um ano. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br/endividamento-com-apostas-online-cresce-300em-um-ano/>. Acesso em: 15 jan. 2025.

SCALISE, V.; MORAES, M.; MAZZEI, L. Influência da pandemia da COVID-19 nos patrocínios dos clubes da Série A do campeonato brasileiro masculino de futebol. **Revista Brasileira de Marketing Esportivo**, v. 13, n. 2, p. 145-168, 2024.

SILVA, A. Contratos de apostas esportivas online: questões atuais sobre a (in)exigibilidade das dívidas de jogo ou aposta. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 143, p. 178-205, 2024.

SILVA, B.; REZENDE, R. A regulamentação das apostas esportivas no Brasil: a Lei nº 14.790 de 29 de dezembro de 2023. **Revista de Direito, Estado e Telecomunicações**, v. 17, n. 1, p. 125, 2024.

SILVA, C. *et al.* Carta aberta de pesquisadores brasileiros... **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 39, n. 114, p. 1-5, 2024.

SILVA, M.; REZENDE, L.; LEITE, R. Institucionalizando mercados: uma proposta de agenda de pesquisa. **Revista de Administração de Empresas**, v. 64, n. 1, p. 1-18, 2024.

SOUSA, P. *et al.* A regulamentação das apostas de quota fixa no Brasil e as mudanças promovidas pela Lei 14.790 de 2023. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v. 15, n. 1, p. 34-59, 2024.

STRATEGY& PwC. O impacto das apostas esportivas no consumo. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.strategyand.pwc.com/br/pt/relatorios/o-impacto-das-apostasesportivas-no-consumo.html>. Acesso em: 10 jan. 2025.

UOL. Geração Z consome esporte mais por redes sociais que por TV, aponta pesquisa. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2024/02/geracaoz-consome-esporte-mais-por-redes-sociais-que-por-tv-aponta-pesquisa.htm>. Acesso em: 5 mar. 2025.

VALOR ECONÔMICO. Varejo sente impacto do redirecionamento de gastos para apostas online. São Paulo, 2024. Disponível em:

<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/03/varejo-sente-impacto-do-redirecionamento-de-gastos-para-apostas-online.ghtml>. Acesso em: 15 mar. 2025.