

O IMPACTO DOS INFLUENCERS NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NOS JOGOS DIGITAIS DE AZAR

Renata Cristina Cardoso de Moura
Faculdade Cosmopolita
rc1555447@gmail.com

Thiago Henrique Maciel de Moura
Faculdade Cosmopolita
thiago28maciel23@gmail.com

Antônia Nacherle Soares Araújo
Faculdade Cosmopolita
cherllysoares@gmail.com

Edgar José Pereira Dias
Universidade do Estado do Pará – UEPA
edgarjose.dias@gmail.com

Fabíola Alves Cereja
Faculdade Cosmopolita
fabiolacereja@gmail.com

Resumo: Este estudo tem como objetivo analisar como influenciadores digitais impactam o comportamento do consumidor frente aos jogos digitais de azar, considerando aspectos emocionais, sociais e cognitivos envolvidos nesse processo. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com base em metodologia netnográfica, por meio da análise de interações em redes sociais como TikTok e Instagram. Foram coletados e examinados comentários espontâneos de usuários em publicações que promovem plataformas de apostas. A análise de conteúdo revelou categorias centrais, como carência financeira, sentimento de perda, arrependimento, curiosidade, esperança de ganho e satisfação com o jogo. Os resultados demonstram que a influência dos criadores de conteúdo contribui para decisões impulsivas, alimentadas por expectativas irrealistas de lucro fácil. Observa-se a importância das interações parassociais, do apelo emocional e da ausência de controle financeiro como fatores que ampliam a vulnerabilidade do consumidor. O estudo contribui ao aprofundar a compreensão sobre o consumo digital de risco, oferecendo subsídios teóricos e práticos para o desenvolvimento de políticas públicas, ações regulatórias e estratégias de educação financeira voltadas à proteção dos consumidores.

Palavras-chave: Influenciadores Digitais. Jogos de Azar. Comportamento do Consumidor. Consumo Digital.

1. INTRODUÇÃO

Os jogos digitais de azar têm ganhado destaque no ambiente virtual, sendo amplamente promovidos por influenciadores digitais que utilizam as redes sociais como principal canal de comunicação com seus públicos. Esses criadores de conteúdo têm se tornado peças-chave na difusão e popularização desses jogos, muitas vezes apresentando-os como formas simples e rápidas de obter ganhos financeiros. Essa forma de promoção tem despertado o interesse de um número crescente de consumidores, especialmente jovens e usuários com baixo conhecimento sobre riscos financeiros.

Contudo, a crescente exposição a esse tipo de conteúdo tem levantado importantes preocupações quanto ao comportamento do consumidor diante das promessas de lucro imediato. A influência de influenciadores digitais, associada a aspectos emocionais e cognitivos, pode induzir os indivíduos a decisões financeiras impulsivas, comprometendo sua saúde financeira e emocional. Esse processo é intensificado pelas relações parassociais estabelecidas entre os seguidores e os influenciadores, que criam um sentimento ilusório de proximidade e confiança, ampliando o poder de persuasão dessas figuras públicas (Carvalho; Gasparin; Dorneles, 2022; Marques, 2021).

Além do apelo social, as estratégias de promoção utilizadas pelos influenciadores digitais se ancoram em gatilhos emocionais como esperança de ganhos fáceis, medo de perder oportunidades e excesso de autoconfiança. Esses fatores, associados à falta de educação financeira e à crença de controle sobre os resultados dos jogos, contribuem para decisões economicamente desfavoráveis. A literatura em finanças comportamentais demonstra que variáveis emocionais e heurísticas cognitivas têm papel central na forma como os indivíduos percebem riscos e tomam decisões de consumo e investimento (Asbi et al., 2019; Baker; Greg; Nofsinger, 2019; Shankar; Vinod; Kamath, 2022).

A rápida expansão do mercado de apostas digitais no Brasil impulsionada pela regulamentação recente e pelo apoio de plataformas como a Blazer, combinada à massiva divulgação desses jogos por meio de redes sociais, torna urgente a análise crítica sobre os impactos dessa prática, principalmente quando associada à vulnerabilidade de consumidores financeiramente inexperientes (G1, 2023; Apostila Legal, 2023). Em países como a China, já existem medidas regulatórias para conter o acesso indiscriminado aos jogos digitais, especialmente entre adolescentes, o que revela a dimensão global dessa preocupação (Tammaro; Fuentes, 2021).

Neste cenário, este artigo busca compreender como a exposição a jogos digitais de azar promovidos por influenciadores pode afetar as decisões dos consumidores?

Para isso, estabelece-se como objetivo geral investigar os fatores comportamentais e emocionais que influenciam a participação dos consumidores em jogos de azar digitais promovidos por influenciadores nas redes sociais. Como objetivos específicos, pretende-se: (i) identificar os principais fatores que motivam os consumidores a participarem desses jogos; (ii) investigar os principais gatilhos emocionais utilizados pelos influenciadores digitais em suas estratégias de comunicação; e (iii) discutir o papel das redes sociais na amplificação da influência sobre os consumidores.

Para responder a essa questão, adota-se uma abordagem qualitativa, com base em uma pesquisa netnográfica, que envolveu a análise de postagens, vídeos e comentários em plataformas como Instagram e TikTok. A interpretação dos dados foi realizada por meio de análise de conteúdo temática, buscando identificar padrões de influência e comportamento associados à interação dos consumidores com os conteúdos de jogos de azar.

Além desta introdução, o artigo está estruturado em quatro seções. A segunda seção

apresenta o referencial teórico que fundamenta os principais conceitos utilizados na pesquisa. A terceira seção detalha os procedimentos metodológicos adotados. Na quarta seção, são discutidos os resultados obtidos com base nas categorias analíticas emergentes. Por fim, a quinta seção traz as considerações finais, destacando as implicações teóricas e práticas do estudo, bem como sugestões para futuras investigações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Teoria Comportamental

A teoria comportamental comprehende o comportamento humano como resultado da interação entre estímulos ambientais e respostas observáveis. Para Skinner (1953), comportamentos reforçados positivamente tendem a se repetir, o que evidencia o papel do ambiente na formação de hábitos. A partir dessa base, Bandura (1977) amplia a discussão ao introduzir a aprendizagem por observação, destacando a influência de modelos sociais, como os influenciadores digitais, na modelagem do comportamento. Tais princípios se aplicam a diversos contextos, incluindo o consumo digital, onde reforços simbólicos e sociais influenciam decisões de forma intensa. No entanto, essas práticas exigem responsabilidade ética, considerando seus impactos sobre o bem-estar individual e coletivo (Skinner, 1953; Bandura, 1977).

Nas finanças comportamentais, a teoria comportamental explica decisões em contextos de risco, como os jogos de azar digitais, por meio da busca por ganhos e da aversão à perda. Junior e Famá (2010) observam que, diante da possibilidade de prejuízo, indivíduos recorrem a estratégias arriscadas para evitar a concretização da perda. Essa assimetria emocional também é comum em jogadores que mantêm apostas mesmo diante de perdas acumuladas, em busca de uma recuperação. Além disso, o comportamento impulsivo se manifesta quando decisões são tomadas com base em recompensas imediatas, sem análise crítica mais ampla. Segundo Struchiner e Vasconcellos (2016), isso leva a escolhas de curto prazo que podem comprometer o bem-estar futuro.

O Modelo de Comportamento Planejado complementa essa abordagem ao destacar a importância da percepção individual no momento da decisão. Sallaberry, Conesa e Flach (2022) defendem que a avaliação do contexto, aliada às habilidades e ao conhecimento disponíveis, afeta diretamente a eficácia das ações planejadas. Esse entendimento é particularmente relevante no consumo de jogos de azar digitais, onde decisões rápidas e emocionalmente carregadas prevalecem sobre o raciocínio deliberado.

2.2. Psicologia do Consumidor e Jogos de Azar

As finanças comportamentais explicam como fatores cognitivos e emocionais influenciam decisões financeiras, especialmente em contextos marcados por incertezas e riscos, como as plataformas de jogos de azar. Nesse cenário, prevalece o funcionamento do Sistema 1, caracterizado por respostas rápidas, intuitivas e emocionalmente carregadas, em detrimento do Sistema 2, mais lento, analítico e racional, que tende a ser pouco acionado nessas situações. Essa predominância do raciocínio impulsivo favorece decisões precipitadas e pouco refletidas por parte dos consumidores (Kahneman, 2011).

Plataformas de apostas digitais exploram diversos vieses cognitivos para induzir os usuários à continuidade do comportamento de jogo. O excesso de confiança, por exemplo, leva

os indivíduos a superestimar suas chances de vitória, enquanto a aversão à perda os motiva a insistir em apostas mesmo após resultados negativos, na tentativa de recuperar prejuízos. Além disso, a chamada heurística da disponibilidade induz os jogadores a valorizarem experiências positivas raras como ganhos esporádicos e recompensas destacadas, ignorando as perdas mais frequentes e significativas. Tais mecanismos dificultam decisões financeiras racionais e sustentáveis (Kahneman, 2011).

Nesse contexto, os jogos de azar digitais como cassinos online e plataformas de “slots” são estruturados para estimular o engajamento contínuo dos usuários, prometendo recompensas imediatas e emocionais em troca de investimentos financeiros. Esses ambientes virtuais têm se tornado cada vez mais acessíveis, e seu consumo é potencializado pela facilidade de acesso por meio da internet e das redes sociais. Para Marçal (2023), muitos consumidores são atraídos por esses jogos não apenas pela possibilidade de lucro, mas também pela falta de ocupação e pela busca por entretenimento rápido e envolvente.

A divulgação de experiências de ganhos reais ou simuladas por influenciadores digitais é outro fator de peso na decisão de apostar. Segundo Andrade e Moura (2023), as experiências de sucesso promovidas por esses criadores de conteúdo funcionam como gatilhos para estimular apostas em ambientes que envolvem risco e incerteza, influenciando emocionalmente a percepção dos consumidores.

Além disso, a percepção de transparência, quando os ganhos são exibidos em vídeos e demonstram transferências para contas pessoais, fortalece a sensação de confiabilidade, principalmente quando associada a recomendações de amigos ou familiares. Essa percepção social e midiática contribui para despertar curiosidade e confiança entre os usuários, motivando sua adesão às plataformas (Silva, 2020).

No entanto, apesar da atratividade desses ambientes, parte da população demonstra preocupação com os impactos desses jogos na vida cotidiana. Conforme destacam Costa e Kuss (2019), a exposição contínua à mídia digital e às informações nem sempre verificadas sobre lucros fáceis pode contribuir para uma compreensão equivocada dos riscos reais envolvidos. Além dos danos financeiros, há também evidências de prejuízos à saúde mental, como alterações de humor, distúrbios de sono, estresse e perda de controle sobre o tempo de uso.

A imersão gerada por esses jogos é tão profunda que alguns jogadores desenvolvem sintomas psicológicos associados a esse envolvimento intenso. Segundo Yen e Lin (2019), o grau de absorção durante o jogo pode desencadear quadros de depressão, ansiedade, impulsividade e, em casos mais severos, dependência comportamental. Nesses casos, o jogo passa a ser utilizado como estratégia de escape de conflitos emocionais, reforçando um ciclo de compulsão e prejuízo.

Esses efeitos são especialmente nocivos para adolescentes e jovens adultos, público mais presente nas redes sociais e mais vulnerável aos apelos emocionais das campanhas de marketing digital. O espaço entre entretenimento e vício se torna cada vez mais tênue, dificultando a delimitação entre o uso saudável e o consumo prejudicial. Pais e educadores frequentemente relatam dificuldades em lidar com os impactos do uso excessivo da tecnologia e dos jogos na saúde mental e na convivência familiar (Fernandes; Eisenstein; Silva, 2018).

2.3. Finanças comportamentais e Uso de plataformas digitais de jogos

O uso excessivo da internet e o vício em jogos digitais afetam não apenas a saúde mental e emocional, mas também o comportamento financeiro dos indivíduos, revelando impactos relevantes na forma como tomam decisões econômicas em ambientes de risco, como os jogos de azar (Abreu et al., 2008; Acuff; Mackillop; Murphy, 2018). Nesse contexto, a finança

comportamental emerge como um campo essencial para compreender a interação entre cognição, emoção e comportamento financeiro (Kahneman, 2011; Fernandes; Eisenstein; Silva, 2018; Ferreira, 2024).

Esse campo reconhece que agentes econômicos nem sempre se comportam de maneira racional, sendo frequentemente guiados por heurísticas e vieses cognitivos (Tversky; Kahneman, 1974; Burkart; Huber, 2021). Dentre esses, destacam-se a heurística da representatividade e da disponibilidade, que levam os indivíduos a julgarem riscos com base em exemplos marcantes ou acessíveis, e não em dados objetivos (Silva, 2019; Burkart; Huber, 2021). Tais desvios são explorados por plataformas digitais, induzindo decisões impulsivas que comprometem o controle financeiro (Tversky; Kahneman, 1974; Pires, 2023).

Perfis comportamentais, como conservadores e arrojados, também influenciam a resposta a estímulos de consumo. Esses perfis são moldados por características individuais e experiências prévias, como nível de conhecimento, histórico financeiro e traços de personalidade (Saccól; Pieniz, 2018; Andrade; Lencini; Kohl, 2016). A heurística comportamental, nesse cenário, permite compreender como indivíduos simplificam decisões complexas com base em percepções subjetivas e emocionais (POMPIAN, 2021), sendo essas características determinantes nos padrões de decisão (Fonseca, 2021).

Além disso, é fundamental desenvolver competências financeiras que promovam o autocontrole frente ao consumo emocional e ao risco, especialmente em ambientes digitais (Andrade; Lencini; Kohl, 2016). Emoções, impulsividade e pressão social influenciam o consumo e dificultam o planejamento, tornando indispensável uma abordagem educativa que considere aspectos psicológicos no processo formativo (Saccól; Pieniz, 2018). A educação financeira, portanto, deve integrar vieses e heurísticas para estimular decisões mais conscientes (Pompian, 2021).

No ambiente digital, a avaliação cognitiva influencia diretamente a percepção e a decisão do consumidor. A percepção seletiva, por exemplo, faz com que conteúdos que confirmem crenças prévias sejam priorizados, ignorando informações divergentes, o que favorece a polarização e afeta atitudes de consumo (Burkart; Huber, 2021; Miragem, 2019; Mota, 2020).

A ascensão do marketing participativo e do consumo colaborativo nas redes sociais amplia a influência dos consumidores, que passam a interagir com marcas e gerar conteúdo, moldando percepções públicas e decisões de compra de maneira coletiva e socialmente engajada (Miranda; Jankowitsch, 2022).

Por fim, a finança comportamental também investiga como a forma de apresentação das opções de escolha influencia decisões. O modo como alternativas são estruturadas, os riscos comunicados e as informações organizadas altera a percepção de valor e direciona comportamentos, destacando o papel do enquadramento cognitivo na decisão financeira (Paixão, 2017).

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, com o objetivo de compreender as motivações e percepções dos consumidores em relação aos jogos de azar digitais promovidos por influenciadores em redes sociais. A escolha por esse delineamento justifica-se pela natureza subjetiva e sensível do fenômeno estudado, que envolve fatores emocionais, cognitivos e socioculturais associados à decisão de consumo em ambientes digitais. Como destaca Silva (2021), a abordagem qualitativa permite a análise aprofundada de interações sociais espontâneas e não mediadas pelo pesquisador, especialmente úteis quando se

objetiva compreender práticas simbólicas emergentes.

Para isso, optou-se pelo método netnográfico, uma adaptação da etnografia tradicional voltada ao estudo de comunidades virtuais (Ferro, 2015; Kozinets; Gambetti, 2021). A netnografia possibilita o acesso direto a comportamentos e sentidos compartilhados por usuários em redes sociais, com base em suas manifestações textuais públicas. Essa metodologia mostra-se particularmente adequada para o estudo de práticas de consumo mediadas por influenciadores, uma vez que permite observar padrões de engajamento, linguagem e emoção no ambiente digital.

A coleta de dados ocorreu entre dezembro de 2023 e fevereiro de 2024, em postagens públicas no Instagram, TikTok e fóruns especializados em apostas. Foram selecionados influenciadores com atuação recorrente na promoção de jogos digitais e com mais de 50 mil seguidores, priorizando-se perfis com engajamento ativo e publicações voltadas à temática de apostas. A seleção foi feita com base em buscas por hashtags como #jogodotigrinho, #cassinoonline, #aviator e palavras-chave como “jogo”, “ganho” e “influenciador”.

O corpus foi constituído por 515 linhas de comentários espontâneos, totalizando 2.075 palavras em 14 páginas, preservando-se a ortografia original, o uso de emojis e as marcas de linguagem informal. Comentários repetidos, automatizados (bots) ou fora do escopo da análise foram excluídos. A extração manual foi organizada em um banco de dados contendo código do respondente (R1, R2...), identificação da página (P) e linha (L), garantindo rastreabilidade sem violar o anonimato.

A análise dos dados foi conduzida com base na análise de conteúdo temática, segundo Bardin (2011), estruturada em três etapas: (i) leitura flutuante para imersão no material; (ii) codificação aberta e categorização manual, com apoio de planilhas e marcações digitais no Word; (iii) interpretação dos dados à luz dos referenciais teóricos. As categorias emergentes foram alinhadas aos três objetivos específicos do estudo: (1) identificar os fatores motivacionais para a adesão aos jogos; (2) mapear os gatilhos emocionais usados pelos influenciadores; e (3) compreender o papel das redes sociais na amplificação da influência digital.

As decisões metodológicas adotadas seguem os princípios da netnografia contemporânea, considerando a observação não intrusiva e o uso de dados disponíveis em domínios públicos. Por se tratar de interações abertas e sem identificação pessoal, a pesquisa foi dispensada de apreciação por comitê de ética, em conformidade com as diretrizes da resolução 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde.

A adoção dessa metodologia permitiu captar significados simbólicos, emoções e racionalizações construídas pelos consumidores em torno do consumo de jogos de azar digitais. O uso da linguagem espontânea nas redes sociais revelou elementos importantes sobre a naturalização das práticas de aposta, a influência da confiança social e o papel das mídias na construção da percepção de risco.

4. ANÁLISE DOS DADOS OU DISCUSSÕES

A análise dos dados foi realizada com base nos comentários coletados em redes sociais como *Instagram* e *TikTok*, onde os influenciadores digitais promovem jogos de azar. Foram evidenciadas as exposições e opiniões dos consumidores em relação às plataformas de jogos, com ênfase nos fatores emocionais e comportamentais que os levam a participar desses jogos. Os dados foram categorizados e planejados à luz das teorias comportamentais e financeiras.

4.1. Carência financeira

A carência financeira, caracterizada pela falta de recursos para suprir necessidades básicas, é um fator que impulsiona muitos consumidores a recorrerem aos jogos digitais de aposta como alternativa de renda. Soler, Barbosa e Miranda (2022) apontam que o descontrole financeiro pode gerar ansiedade, depressão e desespero, defendendo a educação financeira desde a infância como forma de prevenir decisões impulsivas. Em muitos casos, a renda familiar não cobre despesas essenciais, levando indivíduos a buscar soluções rápidas (Camarano; Kanso, 2010). Para Silva (2020), o planejamento financeiro é fundamental para evitar dívidas e frustrações, contribuindo tanto para a estabilidade econômica quanto emocional. Os comentários analisados revelam esse cenário de vulnerabilidade e esperança frustrada diante das perdas.

Tô precisando de renda extra, vou apostar (P2, Linha 60-61)

Esse jogo é uma destruição, acabei de perder os únicos 100 reais, pq eu estou atolada de dívida, não aguento essa vida maldita mais não (P14, Linha 494-498)

Eu to pensando seriamente em começar a fazer essas merdas, não aguento mais não ter dinheiro ☹☹ (P2, Linha 63-66)

Nunca ganhei só perdi 🤦‍♂️🤦‍♂️, mas não vou desisti ☹☺ (P3, Linha 79-80)

A falta de controle financeiro leva à busca por ganhos rápidos, como em jogos digitais, e revela a urgência da educação financeira. Essa ausência afeta o bem-estar emocional e gera comportamentos impulsivos. Ensinar finanças desde cedo promove hábitos saudáveis, autonomia nas escolhas e qualidade de vida, contribuindo para romper o ciclo de pobreza e garantir segurança econômica e social.

4.2. Sentimento da perda em apostas financeiras digitais

O sentimento de perda, especialmente de bens financeiros, está ligado a expectativas frustradas de lucro fácil. Segundo Pereira e Silva (2021), as finanças comportamentais são essenciais para ajudar o consumidor a compreender os riscos e desenvolver autocontrole. A falta desse conhecimento leva à impulsividade e decisões irrationais, como investir todo o salário em jogos por influência digital.

O avanço tecnológico ampliou o acesso a novas formas de investimento, mas também à ilusão de que jogos digitais são meios fáceis e legítimos de ganho, como apontam Muller, Souza e Ramos (2019). Já Mesquita (2019) destaca que a frustração constante gera padrões emocionais negativos, como raiva e arrependimento, reforçando a necessidade de mecanismos eficazes para prevenir comportamentos nocivos nessa indústria.

Essas dinâmicas de perda e frustração descritas pela literatura se refletem diretamente nos relatos coletados nesta pesquisa, que ilustram como os consumidores vivenciam emocionalmente os prejuízos financeiros gerados pelas apostas digitais. A seguir, alguns comentários exemplificam essa percepção.

Eu perdi 4 meses do meu salário e até o meu décimo já peguei antecipado e tb perdi, não só isso como mais que peguei emprestado (R1, P1, linha 6-8)

Eu já perdi 30 mil ☹(R2, P6, Linha 206)

Eu perdi o único 10 reais que eu tinha e eu queria um ovo de páscoa agora não tenho dinheiro pra nada tô muito triste mesmo (R3, P8, Linha 263-267)

Já comprei de 150 reais, girou girou girou as rodadas e no fim não ganhei foi nada ☹ (R4, P6, Linha 185-187)

A perda financeira em jogos digitais gera frustração, tristeza e sensação de traição, especialmente quando há expectativa de lucro fácil. Esse ciclo emocional pode levar a comportamentos compulsivos e impulsivos, agravando o desgaste financeiro. A influência de figuras públicas nas redes sociais reforça essas práticas, promovendo ganhos irreais e explorando a vulnerabilidade dos consumidores. Sem consciência crítica ou educação financeira, muitos acabam presos a um padrão repetitivo de apostas, perdas e frustrações, comprometendo seu bem-estar emocional e econômico.

4.3. Sentimento de arrependimento

O arrependimento, enquanto resposta emocional negativa, costuma surgir da insatisfação com experiências de consumo, o que leva os indivíduos a ponderarem melhor suas decisões futuras para evitar novas frustrações (Neto; Schlemer; Junior, 2005). Nesse cenário, destaca-se a relevância de uma abordagem ética na publicidade de jogos de azar, fundamental para proteger os consumidores e prevenir comportamentos compulsivos (Turmina, 2023). Além disso, o avanço tecnológico e a popularização das plataformas digitais ampliaram significativamente o acesso a jogos de aposta, incluindo os esportivos, exigindo regulamentações que considerem não apenas os aspectos econômicos, mas também a responsabilidade social (Barbosa, 2017). A seguir, alguns comentários exemplificam essa percepção:

É Golpe essa plataforma, eles bloquearam minha conta quando fui sacar o dinheiro (R1, P5, Linha 154-156)

Paga aqueles que você fez perder dinheiro no tigrinho ☹ (R2, P5, Linha 161-163)

gente não caian eu perdi mais de 15 mil pensando q ia recuperar e sempre perdia jogo da mais ele tira tudo seu, pra nao acontecer o que aconteceu comigo (R3, P8, Linha 277-282)

Uma coisa é certa isso vicia muito, atualmente estou assim ☹ (R4, P9, Linha 300-302)

A análise dos relatos evidencia emoções como frustração, angústia e arrependimento, frequentemente associadas às perdas financeiras vivenciadas em jogos digitais de azar. Tais sentimentos refletem impactos emocionais significativos, marcados por expressões de desabafo e resignação diante de expectativas não correspondidas. Segundo Mesquita (2019), essas emoções negativas são comuns em ambientes de consumo digital marcados por comportamentos impulsivos e reforços intermitentes.

A sensação de injustiça, presente na percepção de manipulação das plataformas ou na dificuldade de saque dos ganhos, intensifica o arrependimento e pode levar a uma reflexão crítica sobre os riscos envolvidos. Como destacam Turmina (2023) e Barbosa (2017), tais experiências revelam a urgência de medidas regulatórias que protejam os consumidores, promovendo práticas éticas e maior conscientização sobre os impactos das apostas online.

4.4. O sentimento Curiosidade

A curiosidade, enquanto traço humano essencial, motiva a busca por novidades, sobretudo quando essas experiências são socialmente valorizadas (Souza, Gomes & Leandro, 2008). Tal impulso, por vezes, ocorre sem avaliação das consequências. Em ambientes digitais, o aprendizado por observação intensifica essa influência, moldando decisões com base em comportamentos alheios (Schunk & DiBenedetto, 2021). A exposição a conteúdos enganosos, como promessas de lucro em jogos de aposta, amplia os riscos. Vicente et al. (2021) destacam a urgência de ações educativas permanentes, capazes de desenvolver senso crítico e minimizar os efeitos da desinformação, especialmente entre jovens.

Não conhecia esse jogo, começarei a jogá-lo. é agora que minha vida muda!!! (R6, P2, Linha 46-48)

Tô precisando de renda extra, vou apostar (R7, P2, Linha 60-61)

Uuu caramba nunca tinha visto isso queria saber como vcs conseguem tantos depositantes ☺☺(R32, P5, Linha 165-168

Gente alguém ensina kkkk perdi 20 reais e nunca mais joguei ☺ ☺ (R71, P10, Linha 335-336)

A curiosidade, frequentemente despertada pelo desejo de experimentar algo novo, pode levar a decisões impulsivas, especialmente em ambientes digitais como os jogos de azar. Muitos usuários demonstram interesse em entender essas plataformas sem ter informações completas, o que favorece frustrações e perdas financeiras. Esse comportamento é intensificado pelo aprendizado por observação, comum em ambientes sociais digitais, onde os indivíduos imitam ações de terceiros mesmo sem compreensão crítica (Schunk e DiBenedetto, 2021). A falta de educação midiática e financeira aprofunda essa vulnerabilidade, tornando essencial a promoção de práticas educativas que estimulem a reflexão e o uso consciente dessas plataformas (Vicente et al., 2021).

4.5. A Esperança de Ganho Financeiro

Saluan e Fria (2024) apontam que aproximadamente 73,9% dos brasileiros participam de algum tipo de jogo digital. Com o constante avanço da tecnologia, recursos como realidade virtual e inteligência artificial têm proporcionado experiências de jogo cada vez mais imersivas e personalizadas, o que intensifica o engajamento dos jogadores. Meriguis (2019) observa um crescente interesse entre os jovens por carreiras relacionadas a apostas e e-sports, impulsionado pela expectativa de sucesso, mesmo diante dos riscos associados a longo prazo.

Nesse contexto, Rodrigues (2024) chama atenção para a fragilidade da confiabilidade e segurança nas plataformas digitais, alertando que a ausência de regulamentação adequada favorece a atuação de influenciadores e expõe os jogadores a perdas financeiras significativas. A seguir, alguns comentários exemplificam essa percepção:

eu perdi uns 300 \$ em uma até achar outra que eu consigo recuperar, agora jogo todo dia ganho um pouquinho e saco(R56, P8, Linha 269-272)

eu ganho sim, dizer que não ganha é errado! já fiz a compra do mês as custas desses jogos e sou grata a ele.(R60, P8, Linha 287-290)

A expectativa de lucro rápido é um dos principais motivadores para a adesão aos jogos digitais de azar, especialmente em plataformas que prometem altos retornos com investimentos mínimos. No entanto, esse desejo pode gerar uma falsa sensação de controle e alimentar decisões impulsivas, conforme indicam Kahneman (2011) e Pompian (2021), ao abordarem a atuação de vieses cognitivos como o excesso de confiança e a heurística da disponibilidade.

Esses mecanismos psicológicos levam os jogadores a superestimar suas chances de sucesso, ignorando os riscos reais envolvidos. Diante disso, a educação financeira se mostra essencial para desenvolver o pensamento crítico e mitigar comportamentos compulsivos (Saccól e Pieniz, 2018).

Da mesma forma, políticas de regulação que garantam transparência e responsabilidade nas práticas de divulgação são fundamentais para equilibrar expectativas e proteger os consumidores mais vulneráveis, conforme enfatizam Turmina (2023) e Barbosa (2017). Quando associada ao uso consciente, a esperança de ganhos pode ser canalizada de forma mais sustentável, reduzindo o risco de prejuízos financeiros e o desenvolvimento de padrões de dependência.

4.6. Satisfação em Apostar

A ausência de limites temporais e financeiros em jogos de azar digitais pode intensificar comportamentos de risco, uma vez que a satisfação obtida nesse tipo de prática tende a ser passageira e instável. Essa condição exige um equilíbrio entre diversão e responsabilidade, a fim de evitar consequências negativas para o bem-estar dos jogadores (Brown; Osmon, 2020). No cenário brasileiro, muitos indivíduos veem nas apostas digitais uma alternativa para resolver problemas financeiros imediatos, motivados pela promessa de ganhos rápidos (Pergher, 2022).

Embora os jogos possam proporcionar momentos de prazer, pesquisas indicam que jogadores frequentes demonstram níveis mais baixos de satisfação de vida e afetos positivos, sendo que o tempo dedicado ao jogo não é, por si só, um preditor significativo de bem-estar (Coser; Giacomon, 2019). A seguir, alguns comentários ilustram essas percepções e experiências vivenciadas por usuários em plataformas de apostas digitais.

muito bom esse jogo, coloquei 100 e consegui fazer 50 mil, hoje vivo dos rendimentos que ganhei nesse jogo”(R3, P1, Linha 37-40)

Obrigado por me ensinar a jogar meu anjo(R35, P5, Linha 177-178)

peguei 2000 do nada nem esperava finalmente achei uma plataforma boa cé loko(R44, P6, Linha 215-217)

mds gente tô chorando kkkk nunca consegui nada em nenhuma plataforma, mas consegui em um novo agorinha ☺(R46, P7, Linha 222-226)

eu nunca mais jogo em outra plataforma a que eu tô fez eu recuperar tudo o que perdi na outras (R50, P7, Linha 237-240).

Relatos como “coloquei 100 e fiz 50 mil, hoje vivo dos rendimentos” e “Obrigado por me ensinar a jogar” evidenciam como ganhos inesperados e a percepção de domínio das estratégias promovem uma sensação de conquista entre os apostadores. Essa satisfação momentânea, associada ao prazer imediato, pode levar a um aumento na frequência das apostas e reforçar comportamentos impulsivos (Kahneman, 2011; Mesquita, 2019).

A ilusão de controle gerada por vitórias ocasionais favorece o engajamento contínuo com as plataformas de jogos, mesmo diante de riscos significativos. No entanto, essa experiência positiva tende a ser temporária, o que pode resultar em frustração e prejuízos financeiros caso não haja um controle consciente do comportamento. Nesse sentido, Coser e Giacomoni (2019) ressaltam que, embora os jogos possam gerar satisfação pontual, isso não se traduz necessariamente em bem-estar duradouro.

4.7. Situação de Prevenir

A prevenção nos jogos digitais de azar deve focar na redução de danos e na promoção de decisões conscientes (Marionneau; Ruohio; Karlsson, 2023), por meio de ações educativas que esclareçam os riscos e incentivem uma postura crítica frente ao consumo digital (Boaventura, 2015). O vício nesse contexto atua como uma dependência comportamental, semelhante ao uso de substâncias, ativando o sistema de recompensa cerebral e dificultando a interrupção, mesmo diante de perdas financeiras (Peixoto et al., 2025). A frustração por não obter os ganhos prometidos por influenciadores e plataformas intensifica o sofrimento emocional (Gibson; Griffiths; Calado, 2022). A ansiedade também é comum, agravada pela dinâmica acelerada dos jogos e apostas esportivas, que mantêm o usuário em constante expectativa e alimentam estresse e depressão (Sirois; Owens, 2021; Billieux et al., 2015). A seguir, são apresentados comentários que ilustram os impactos emocionais vivenciados por usuários dessas plataformas.

Tigrinho é golpe pessoal, põem dinheiro com chances mínimas de ganhar depois travam seu dinheiro e não tem nem o que fazer pessoal maluco achando que vai ganhar dinheiro com isso. Só montagem de influencer falando que ganhou algo(R78, P 11-12, Linha 395-403)

Isso é muito grave! Ele vicia e é o mal da geração o vício dos jogos online. A maioria cometem suicídio @@(R86, P13, Linha 476-479)

Esse jogo gera ansiedade no jogador o tigrinho e tbm as apostas de bets futebol(R87, P13, Linha 481-483)

A crescente popularização dos jogos de aposta digitais exige estratégias preventivas eficazes. Para Marionneau, Ruohio e Karlsson (2023), a prevenção deve combinar ações educativas e regulatórias para reduzir danos e promover escolhas conscientes. Medidas como educação financeira e digital são essenciais para estimular o autocontrole (Boaventura, 2015). Além disso, o vício em jogos, similar ao das substâncias psicoativas, demanda suporte psicológico e programas de reabilitação (Gibson; Griffiths; Calado, 2022). Essas ações são fundamentais para mitigar os impactos negativos das apostas digitais, especialmente entre públicos vulneráveis, promovendo um ambiente de consumo mais seguro e responsável.

5. CONCLUSÃO

A análise netnográfica realizada neste estudo evidenciou como influenciadores digitais desempenham um papel central na promoção de jogos digitais de azar, afetando diretamente o comportamento do consumidor em plataformas como TikTok e Instagram. Os resultados indicam que os conteúdos impulsionados por esses influenciadores mobilizam gatilhos emocionais potentes, como esperança de ganho financeiro, desejo de pertencimento, frustração e arrependimento, levando a decisões impulsivas, especialmente entre públicos vulneráveis.

Esses achados estão alinhados com a perspectiva das finanças comportamentais, que destacam como heurísticas cognitivas e vieses emocionais moldam a tomada de decisão em contextos de incerteza (Kahneman, 2011; Tversky & Kahneman, 1974).

O estudo também revelou que os jogadores frequentemente entram nessas plataformas motivados por curiosidade ou necessidade financeira urgente. A relação parassocial com os influenciadores reforça o comportamento de consumo, muitas vezes sem uma avaliação racional dos riscos envolvidos (Carvalho, Gasparin & Dorneles, 2022). Nesse cenário, práticas de consumo são intensificadas por estímulos sensoriais e estratégias de marketing digital que simulam recompensas imediatas, conforme discutido por Gomes (2019) e Marques (2021).

Do ponto de vista teórico, este estudo contribui para aprofundar a compreensão sobre a intersecção entre psicologia do consumidor, finanças comportamentais e influência digital. A partir de uma abordagem qualitativa, o trabalho amplia os debates sobre o papel da influência social e emocional nas decisões de consumo de risco, especialmente em ambientes digitais. Reforça-se a relevância dos estudos de Kahneman (2011) e Tversky e Kahneman (1974) sobre o uso de heurísticas e a predominância do Sistema 1 em contextos de decisão rápida e emocional. Ademais, a adoção da netnografia como método revela sua potência para captar discursos autênticos e espontâneos dos consumidores em ambientes online, conforme destacado por Kozinets e Gambetti (2021).

As descobertas da pesquisa oferecem subsídios relevantes para a formulação de políticas públicas, estratégias de regulação do setor de apostas online e ações de responsabilidade social por parte das plataformas e influenciadores. A identificação de categorias como carência financeira, arrependimento e sensação de perda permite que gestores e reguladores compreendam os impactos reais do consumo desses jogos. Boaventura (2015) e Marionneau, Ruohio e Karlsson (2023) defendem que ações preventivas e educativas devem ser priorizadas, a fim de reduzir os efeitos negativos do consumo desregulado de jogos digitais. Empresas de mídia social e influenciadores devem ser responsabilizados pela transparência e ética na promoção de tais produtos, adotando práticas que alertem para os riscos e forneçam apoio informativo aos usuários.

Entre as limitações do estudo, destaca-se a restrição à análise de comentários públicos e espontâneos em redes sociais, o que não permite acesso a informações demográficas detalhadas dos participantes nem validação dos discursos apresentados. Além disso, o escopo da pesquisa se limitou a conteúdos em língua portuguesa e a plataformas populares no Brasil, como Instagram e TikTok.

Para pesquisas futuras, sugere-se o uso de triangulação metodológica, com aplicação de entrevistas ou questionários em profundidade, de modo a complementar os achados netnográficos. Também seria relevante investigar o papel das influências culturais, o impacto do design persuasivo das plataformas e a atuação das políticas regulatórias. Estudos comparativos entre países com diferentes níveis de regulação do jogo digital poderiam ampliar a compreensão global do fenômeno.

Este artigo buscou compreender como influenciadores digitais afetam o comportamento do consumidor em jogos de azar digitais, revelando os mecanismos emocionais, cognitivos e sociais envolvidos nesse processo. Os dados analisados demonstram que, além de motivar o consumo, os influenciadores criam um ambiente simbólico onde os riscos são minimizados e os ganhos são supervalorizados. Isso intensifica comportamentos impulsivos e, em muitos casos, leva a perdas financeiras significativas e sofrimento emocional.

As conclusões reforçam a importância de abordagens interdisciplinares para estudar o consumo digital, integrando perspectivas da psicologia, das finanças comportamentais e da comunicação digital. Também destaca-se a urgência de políticas públicas que promovam

educação financeira, regulamentem a publicidade de jogos de azar e incentivem o consumo responsável em ambientes digitais altamente persuasivos.

REFERÊNCIAS

- Abreu, C. N. de, et al. (2008). Dependência de Internet e de jogos eletrônicos: uma revisão. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 30, 156–167.
- Acuff, S. F., MacKillop, J., & Murphy, J. G. (2018). Applying behavioral economic theory to problematic Internet use: An initial investigation. *Psychology of Addictive Behaviors*, 32(7), 846.
- Andrade, A. G. M., Dos Santos Lencini, C. A., & Kohl, A. (2016). Finanças comportamentais: Um estudo do perfil de investidores de agências bancárias do município de Porto Alegre/RS. *Revista Estudo & Debate*, 23(2).
- Andrade, H. F., & Moura, L. R. C. (2023). O impacto dos influenciadores digitais sobre o comportamento do consumidor de investimentos financeiros. *Revista de Gestão e Secretariado*, 14(9), 16245–16272. <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/2747/1646>
- Aposta Legal Brasil. (2023, 27 de outubro). Mercado de apostas esportivas cresce 135% no Brasil em 1 ano.
- Asbi, A., Ramiah, V., Yu, X., Wallace, D., Moosa, N., & Reddy, K. (2020). Os determinantes da recuperação do incêndio florestal do Sábado Negro: fatores demográficos, características comportamentais e literacia financeira. *Accounting & Finance*, 60(1). <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/acfi.12575>
- Baker, H. K., Greg, F., & Nofsinger, J. R. (2019). Finanças comportamentais: O que todos precisam saber. Oxford University Press.
- Bandura, A. (1977). Teoria da aprendizagem social. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Barbosa, F. J. (2017). Marco regulatório das loterias no Brasil: Reflexões sobre o presente e contribuições para o futuro.
- Billieux, J., Maurage, P., Lopez-Fernandez, O., Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). O uso desordenado do telefone celular pode ser considerado um vício comportamental? Uma atualização sobre as evidências atuais e um modelo abrangente para pesquisas futuras. *Current Addiction Reports*, 2, 156–162.
- Boaventura, M. P. M. (2015). Jogos digitais e literacia em saúde: Desenvolvimento de um jogo para a prevenção da obesidade na adolescência [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais].
- Brown, M., & Osman, S. (2020). Vício, jogos de azar e jogos: perseguindo o dragão digital. In *Crime em videogames e desvios de última geração* (pp. 91–111). Emerald Publishing Limited.
- Burkart, N., & Huber, M. F. (2021). A survey on the explainability of supervised machine learning. *Journal of Artificial Intelligence Research*, 70, 245–317.
- Camarano, A. A., & Kanso, S. (2010). As instituições de longa permanência para idosos no Brasil. *Revista Brasileira de Estudos de População*, 27, 232–235.

Carvalho, B. P., Gasparin, I., & De Britto Dorneles, L. (2022). A influência da fonte da informação no bem-estar financeiro de investidores. XLVI Encontro da ANPAD – EnANPAD.

Coser, F. S., & Giacomoni, C. H. (2019). As relações entre o uso de jogos eletrônicos, personalidade e o bem-estar de jogadores. Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment, 18(4), 382–391.

Costa, S., & Kuss, D. J. (2019). Procedimentos diagnósticos e intervenções atuais para distúrbios de jogos: uma revisão sistemática. Psicologia Frontal, 27 de março.

De Souza, A. B., Gomes, E. B., & De Sá Leandro, M. L. (2009). Fatores contribuintes para a adesão à doação de sangue e medula óssea. Cadernos de Cultura e Ciência, 2(1), 1–6.

Faria, M. L. D., & Benazzi, J. R. S. C. (2017). Uma análise do modo de influência dos influenciadores digitais no comportamento do consumidor: potencialidades e limites. In VIII Congresso Brasileiro de Administração e Contabilidade – AdCont.

Fernandes, C. M., Eisenstein, E., & Silva, E. J. C. (2018). A criança de 0 a 3 anos e o mundo digital. Sociedade Brasileira de Pediatria.

Ferreira, Í. C., et al. (2024). Heurísticas e vieses comportamentais dos agentes autônomos de investimentos. Brazilian Review of Finance, 22(1), 61–80.

Ferro, A. P. R. (2015). A netnografia como metodologia de pesquisa: Um recurso possível. Educação, Gestão e Sociedade, 2179–9636.

Fonseca, S. B. (2021). Finanças comportamentais e perfis de investimentos [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal de Minas Gerais].

G1. (2023, 18 de novembro). Jogo do Aviôzinho: quem são os influenciadores investigados por divulgação de jogos ilegais. Fantástico. <https://g1.globo.com>

Gibson, E., Griffiths, M. D., & Calado, F. H. A. (2022). A relação entre microtransações de videogame e jogos problemáticos e jogos de azar: uma revisão sistemática. Computers in Human Behavior.

Gomes, A. F. (2019). Os impactos das loot boxes na formação social e psicológica do consumidor infantojuvenil e a necessidade de fiscalização pelos instrumentos da política nacional [Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia].

Júnior, F. H. F. C., & Famá, R. (2010). As novas finanças e a teoria comportamental no contexto da tomada de decisão sobre investimentos. REGE – Revista de Gestão, 9(2).

Kahneman, D. (2011). Rápido e devagar: Duas formas de pensar. Rio de Janeiro: Objetiva.

Koga, D. Y., & Laurenti, C. (2020). League of Legends e o ciclo vicioso do jogar no ambiente virtual. Revista de Psicologia, 11(1), 59–69.

Kozinets, R. V., & Gambetti, R. (2021). Netnography Unlimited. <https://doi.org/10.4324/9781003001430>

Marçal, C. H. P. (2023). A responsabilidade civil dos influenciadores digitais que fazem publicidade de plataformas digitais de jogos de azar e apostas online à luz do ordenamento jurídico brasileiro [Dissertação de mestrado, Universidade Presbiteriana Mackenzie].

- Marionneau, V., Ruohio, H., & Karlsson, N. (2023). Gambling harm prevention and harm reduction in online environments: A call for action. *Harm Reduction Journal*, 20(1), 92.
- Marques, F. L. (2021). A participação de influenciadores financeiros digitais sobre as percepções e comportamentos dos indivíduos que investem em ativos na B3 [Tese de doutorado, Universidade Federal de Ouro Preto].
- Meriguis, E. A. F. (2019). Análise dos elementos que influenciam os jovens a se tornarem jogadores de e-sports [Monografia, Universidade Federal de Ouro Preto].
- Mesquita, J. A. N. (2019). Uma análise sobre o comportamento tóxico em jogos on-line baseada em tópicos de conversa [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].
- Miragem, B. (2019). Novo paradigma tecnológico, mercado de consumo digital e o direito do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, 125, 17–62.
- Miranda, E. B., & Jankowitsch, J. (2022). Marketing digital como ferramenta estratégica para o crescimento empresarial. *Revista Portuguesa Interdisciplinar*, 3(2), 27–41.
- Moraes, L. F. N., Costa, B. R. L., Castro, C. A., & Araujo, R. M. (2022). In gaming advertising do consumidor de jogos eletrônicos. *Revista Diálogo*, (50).
- Mota, R. P. P. A. (2020). Fatores antecedentes do uso de um consumidor num mercado digital [Dissertação de mestrado, ISCTE Business School].
- Müller, M., De Souza, T. R., & Ramos, F. M. (2019). Análise comportamental de diferentes gerações na tomada de decisão financeira em relação ao viés de aversão à perda. In *Anais XIII Congresso ANPCONT*.
- Neto, P. J. S., Schlemer, C. B., & De Pádua Júnior, F. P. (2005). Um estudo sobre o arrependimento de adolescentes proprietários de aparelho celular na cidade de Curitiba. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 4(2), 1–15.
- Paixão, T. T. A. (2017). Economia comportamental x economia tradicional: análise bibliométrica. *O Eco da Graduação*, 2(3).
- Peixoto, M., et al. (2025). Executive function in gambling disorder: A meta-analysis on neuropsychological evidence. *Journal of Gambling Studies*, 1–40.
- Pereira, E. L. (2021). Um estudo sobre a associação da educação financeira na heurística de aversão à perda [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal Rural do Semi-Árido].
- Pergher, B. S. (2022). Proposta de ambiente virtual tridimensional como instrumento para a educação financeira de jovens e adultos brasileiros [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].
- Pires, J. G. (2023). Finanças comportamentais: Uma revisão integrativa da literatura [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra].
- Pompian, M. M. (2021). *Behavioral finance and your portfolio: A navigation guide for building wealth*. John Wiley & Sons.
- Rodrigues, A. L. A. S. (2024). Análise da confiabilidade do jogo online Double na plataforma Blaze: Uma abordagem estatística [TCC, Universidade Federal de Uberlândia].

- Saccól, H. N., & Pieniz, L. P. (2018). Finanças comportamentais: Teoria do prospecto e perfil do investidor aplicados à estudantes de Administração e Ciências Contábeis da Unicruz. In XV Congresso Virtual de Administração.
- Sallaberry, J. D., Martínez-Conesa, I., & Flach, L. (2022). A previsibilidade das teorias comportamentais aplicadas ao whistleblower de riscos e suspeitas de fraude. IX Jornada Internacional AECA de Valoración, Financiación y Gestión de Riesgo, Cuenca, Espanha.
- Saluan, A., & Fria, P. (2024, 28 de fevereiro). Pesquisa Game Brasil 2024 explica o consumo dos jogos no país. Guia da Semana.
- Santos, E. S. G. (2022). Educação financeira: Contribuição de um influenciador digital na mudança de hábitos financeiros dos seus seguidores [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Sergipe].
- Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2021). Motivação e aprendizagem: Teoria, pesquisa e prática. Nova York: Routledge.
- Shankar, N., Vinod, S., & Kamath, R. (2022). Bem-estar financeiro – Uma perspectiva da Geração Z usando uma abordagem de modelagem de equações estruturais. Gestão de Investimentos e Inovações Financeiras.
- Silva, A. (2021). O alcance de influenciadores digitais no comportamento de investidores [TCC, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].
- Silva, E. D. (2020). Análise sobre os impactos dos influenciadores digitais nos hábitos de consumo dos estudantes universitários investidores do mercado financeiro.
- Silva, T. V. D. F. (2019). As finanças comportamentais nas decisões de investimento: A realidade dos investidores em Portugal.
- Sirois, F. M., & Owens, J. (2021). Factors associated with psychological distress in health-care workers during an infectious disease outbreak: A rapid systematic review of the evidence. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 589545.
- Skinner, B. F. (1953). Ciência e comportamento humano. Nova York: Macmillan.
- Soares, I. C. (2019). Regulação e tributação de apostas esportivas no Brasil: Lei 13.756/18 e a compatibilidade com o ordenamento jurídico brasileiro [Dissertação, Universidade Federal da Paraíba].
- Soler, F. A., Barbosa, A. M., & De Miranda, M. G. (2022). Educação financeira: Como começar a vida adulta com consciência financeira. *Concilium*, 22(5), 861–872.
- Struchiner, N., & Vasconcellos, Ú. S. C. (2016). Direito e felicidade: Algumas implicações da teoria comportamental. *Cadernos FGV Direito Rio*, 1, 259.
- Tammaro, R., & Fuentes, P. (2021, 30 de setembro). Jogos eletrônicos podem desenvolver dependência e prejudicar desenvolvimento infantil. *Jornal da USP*.
- Turmina, F. G. W. (2023). A ética na prática publicitária a partir da comunicação dos sites de apostas esportivas [Dissertação, PUCRS].
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131.



26 a 28 | AGO | 2025

BELÉM | PARÁ | BRASIL

ISSN: 2526-9518

Vicente, M. F., Marques, M., Fernandes, S. C., & Meirinhos, M. (2021). As fake news no contexto da cidadania digital. In Anais do Encontro Cultura Digital e Educação na Década de 20 (pp. 92–98). Instituto Politécnico de Setúbal.

Yen, L., Huang-Chi, C., & Chou, W.-P. (2019). Associações entre resiliência, estresse, depressão e transtorno de jogos na Internet em jovens adultos. Setembro.