

Bets Nas Redes

A opinião pública e a opinião política.

Período do Relatório

25 de Maio a 25 de Junho de 2025



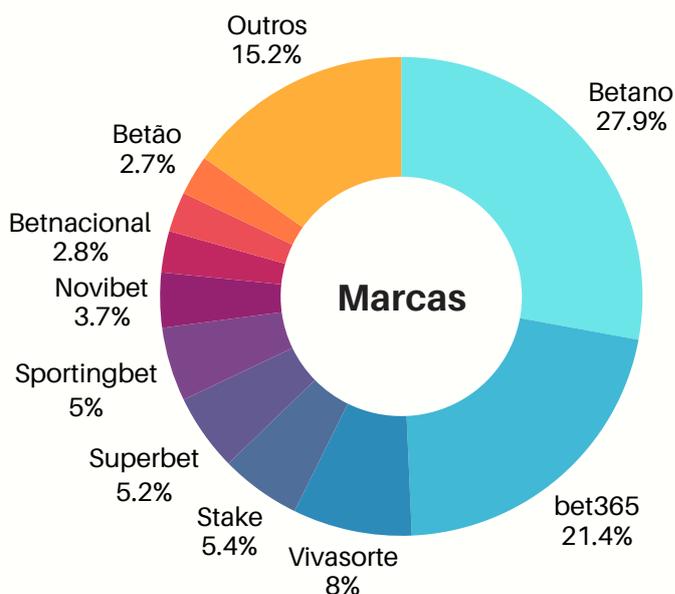
A opinião pública

Entre 25 de maio e 25 de junho de 2025, mais de 87 mil menções sobre apostas esportivas, conhecidas popularmente como "Bets", foram monitoradas nas redes sociais (Bluesky, Facebook, Instagram e Threads) e portais de notícias brasileiros.

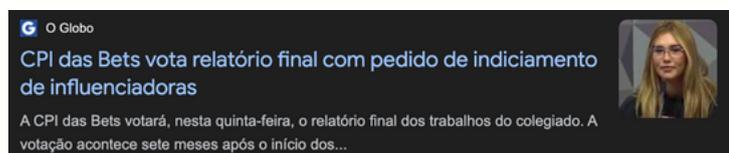
O objetivo da pesquisa foi compreender as percepções, comportamentos e tendências relacionadas ao tema no país.

O Instagram dominou o debate, concentrando 72% das publicações analisadas. Essa predominância é consequência da ação de perfis especializados na divulgação de jogos online. Na sequência, aparece o Facebook, com 18%, destacando-se principalmente por debates políticos envolvendo a CPI das Bets e discussões sobre tributação do setor. A rede Bluesky, terceira colocada com 6,4%, concentrou críticas à quantidade excessiva de publicidade das marcas, especialmente durante transmissões de jogos e à participação de influenciadores digitais na CPI das Bets.

Entre as marcas, a Betano foi a mais mencionada, com 27,9%, seguida pela BET365, com 21,4%, e pela VivaSorte, com 8%. Novamente, o Instagram foi o principal canal usado para divulgar essas plataformas.



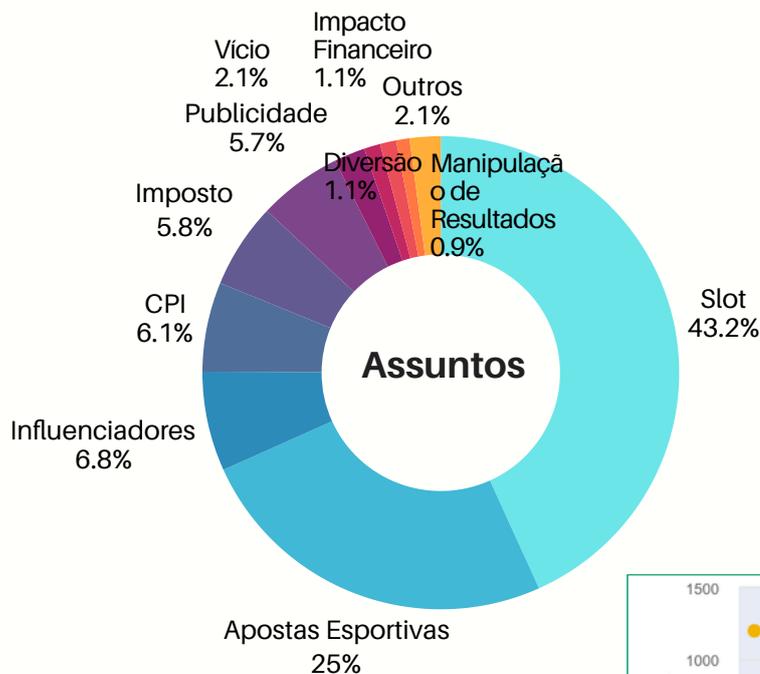
O pico das discussões em maio ocorreu no dia 28, devido à aprovação pelo Senado de restrições às propagandas de apostas de quotas fixas, que proíbem ações publicitárias com atletas, artistas, influenciadores e autoridades. Em junho, o destaque foi no dia 12, com a votação do relatório final da CPI das Bets, que acabou não sendo aprovado, gerando bastante repercussão nas redes devido à participação de influenciadores.



A opinião pública

Slots em apostas são jogos de cassino em que você gira rolos com vários símbolos. O objetivo é combinar esses símbolos para ganhar dinheiro. Quanto mais rara for a combinação, maior o prêmio. Tudo funciona com base na sorte. Você apenas aposta, gira e torce para acertar as melhores combinações possíveis.

E é exatamente "slot" o principal assunto no universo de buscas das bets nas redes. Foram 43,2% sobre o formato do jogo, seguido pelas apostas esportivas relacionadas ao futebol, com 25%. Menções sobre influenciadores representaram 6,8%, destacando-se Virginia Fonseca, principalmente devido ao seu depoimento na CPI e à especulação que o ocorrido estaria ligado ao fim de seu casamento com o cantor Zé Felipe.



Entre os tipos de conteúdo, as divulgações de jogos dominaram com 74,4% das publicações - acompanhando a quantidade de menções positivas, seguidas por críticas às apostas (12,1%), notícias (4,9%) e humor com memes ou sátiras (4,7%).



No comparativo de assuntos versus marcas, Betano, bet365 e Superbet são as empresas com mais proximidade ao assunto de Apostas Esportivas.

A opinião pública

O papel dos influenciadores digitais foi importante na amplificação das discussões sobre Bets. Perfis como @Alfinetei (Instagram), com mais de 25 milhões de seguidores, e @LuizBacci (Instagram), com quase 24,5 milhões, tiveram papel de destaque na divulgação e debate sobre a CPI das Bets. Outros influenciadores que se destacaram incluem @cocielo (Instagram), promovendo plataformas como Jon.bet, e o perfil oficial do Flamengo (Instagram), que realizou publicações patrocinadas por Flabet e Pixbet, além de abordar questões legislativas, como o PL 2.985/2023.

Entre os perfis que geraram maior engajamento, destacam-se novamente o @Alfinetei, com mais de um milhão de interações, e @Palmeiras (Instagram), com repercussão ao promover a Sportingbet. Também tiveram relevância perfis esportivos como @paysandu e @cearasc (ambos no Instagram), impulsionando marcas como GingaBet e Esportes da Sorte, respectivamente. O debate político sobre a CPI das Bets também mobilizou engajamento em contas como @hugogloss e @leodias (ambos no Instagram).

Top5 Postagens

Top5 Seguidores

Top5 Repercussões

1°



G1-BOT-RSS.ADILSON.NET.BR
7.169 seguidores
83 posts



@ALFINETEI
25.048.300 seguidores
9 post



@ALFINETEI
25.048.300 seguidores
1.111.060 repercussões

2°



@UOL-NEWS.BSKY.SOCIAL
89 seguidores
83 posts



@LUIZBACCI
24.467.192 seguidores
2 posts



@PALMEIRAS
7.200.044 seguidores
716.260 repercussões

3°



@G1-NEWS.BSKY.SOCIAL
78 seguidores
73 posts



@COCIELO
23.976.956 seguidores
1 post



@HUGOGLOSS
21.557.664 seguidores
324.554 repercussões

4°



@METROPOLES
4.889.239 seguidores
70 posts



@FLAMENGO
22.045.902 seguidores
3 posts



@PAYSANDU
856.925 seguidores
246.946 repercussões

5°



@PORTALR7
7.165.754 seguidores
58 posts



@HUGOGLOSS
21.557.664 seguidores
16 posts

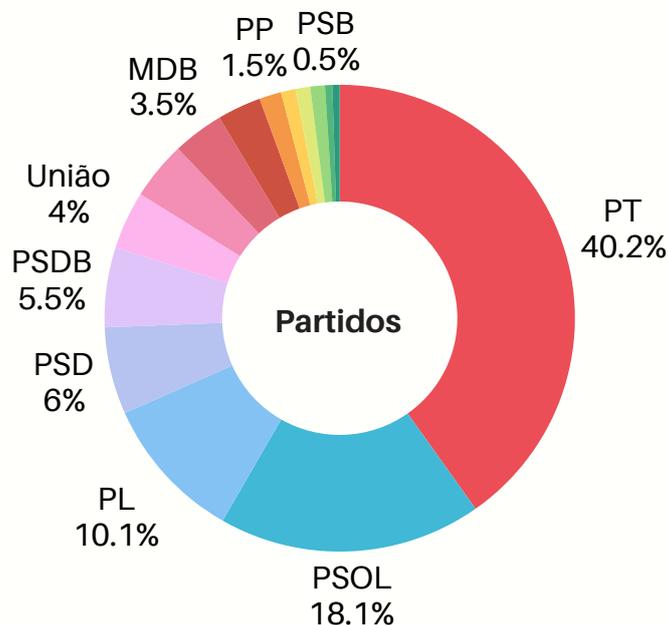
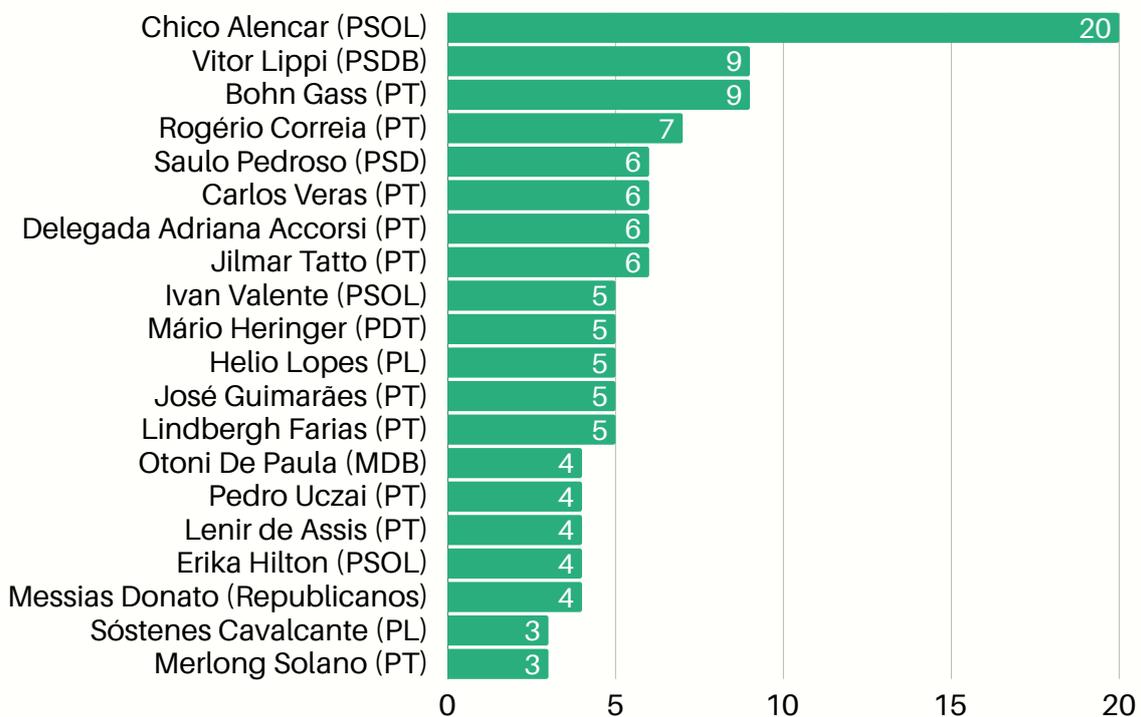


@LEODIAS
18.587.719 seguidores
224.382 repercussões

A opinião dos políticos

O deputado Chico Alencar (PSOL) foi o parlamentar mais ativo, com 20 menções, seguido por Vitor Lippi (PSDB) e Bohn Gass (PT), ambos com nove. O Partido dos Trabalhadores (PT) liderou as publicações sobre o tema, com 80 posts, seguido pelo PSOL, com 36. O PL apareceu em terceiro lugar, com apenas 20 publicações.

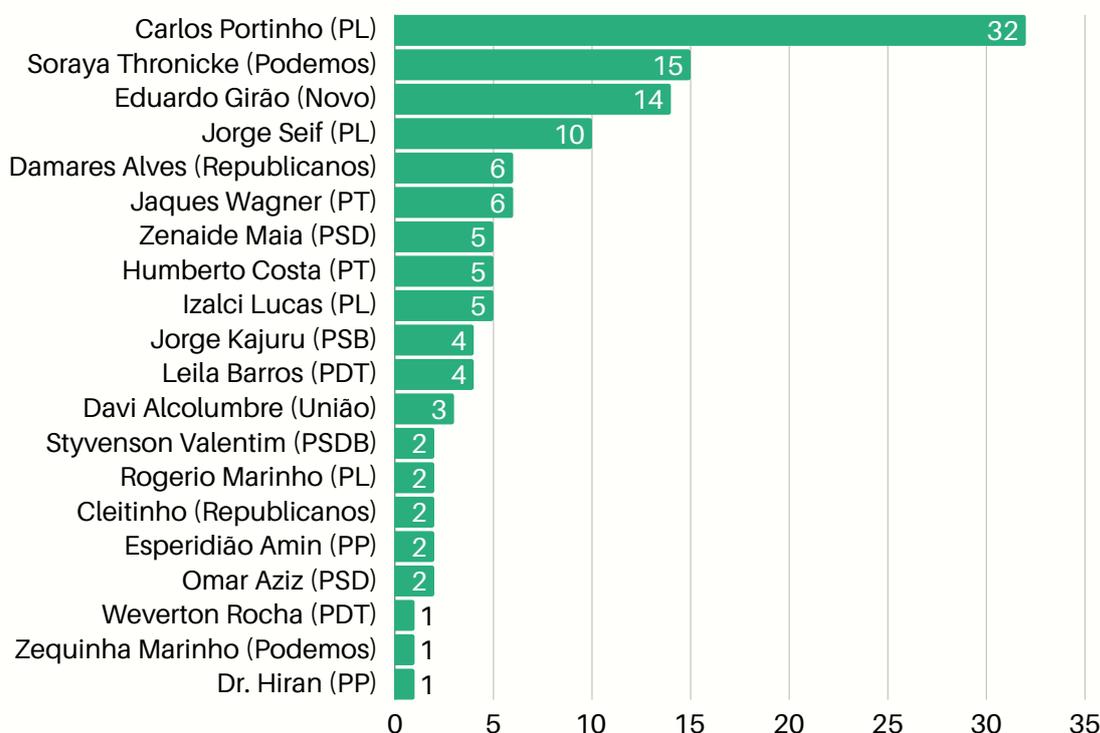
Divisão de postagens



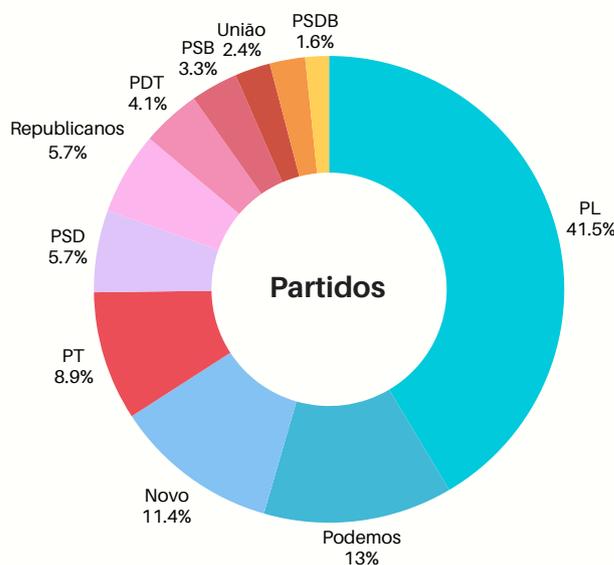
A opinião dos políticos

Carlos Portinho foi o senador que mais publicou sobre o assunto, seguido pela senadora Soraya Thronicke (Podemos), relatora da CPI, que destacou problemas sociais associados às apostas e informações sobre o relatório rejeitado pela comissão. Eduardo Girão (NOVO) também teve destaque, defendendo a proibição completa das apostas no Brasil.

Divisão de postagens



Diferentemente da Câmara, no Senado, os partidos de direita foram mais ativos sobre o tema, com o PL liderando com 51 postagens, seguido pelo Podemos (16) e Novo (14), **indicando rejeição ao tema independentemente de orientação política.**



Conclusão

O monitoramento das menções sobre apostas online no Brasil, revela um cenário de ampla repercussão social, política e econômica. O ambiente digital foi dominado por conteúdos de divulgação, sobretudo no Instagram, enquanto o debate político mostrou-se majoritariamente crítico ao setor.

Embora a popularização das apostas pareça estar profundamente enraizada na cultura digital, especialmente por meio da atuação de influenciadores e publicidade dos times de futebol, o setor enfrenta crescente resistência institucional. As menções sobre vício, saúde pública, proteção às famílias e perda de arrecadação tributária apontam para um consenso emergente sobre a necessidade de controle.

Neste cenário, acompanhar a evolução do tema nas redes torna-se essencial para marcas, gestores públicos e a sociedade em geral. O comportamento da audiência, os posicionamentos políticos e o volume de conteúdo patrocinado indicam que a regulamentação das bets não é apenas uma questão econômica ou legal, é também um debate sobre responsabilidade social e transparência no ambiente digital.

Equipe Torabit

Para mais informações sobre este estudo ou sobre o monitoramento e entendimento de redes sociais por meio de dados das plataformas, entre em contato pelo e-mail contato@torabit.com