

# As Novas Drogas do Século XXI: Percepções de Docentes sobre Jogos de Aposta em uma Formação EaD

## *The New Drugs of the 21st Century: Teachers' Perceptions about Gambling in Distance Education*

João Paulo Cunha PARADA<sup>1\*</sup>

Francisco José Figueiredo COELHO<sup>1</sup>

Cauê Almeida GALVÃO<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Instituto Oswaldo Cruz – - Avenida Brasil, 4.365, Pavilhão Arthur Neiva – Mangueiras – Rio de Janeiro – RJ – Brasil.

<sup>2</sup>Instituto Federal do Rio Grande do Norte – RN-118, s/n, Zona Rural - Ipanguaçu - RN – Brasil.

\*[joaopauloparadapos@gmail.com](mailto:joaopauloparadapos@gmail.com)

**Resumo.** Este artigo apresenta um relato de experiências sobre as discussões realizadas no fórum da disciplina 'Educação para a Convivência Digital', do programa de formação continuada de professores da Fundação CECIERJ. As reflexões foram orientadas por duas questões propostas aos cursistas e analisadas neste artigo através da análise do discurso na perspectiva de Mikhail Bakhtin. Os resultados indicam que a maioria dos cursistas apontou as casas de apostas como principal foco de interesse de consumo, destacando o papel dos influenciadores na construção de uma imagem de confiança, por meio de abordagens interativas e ostentação de bens materiais. O referencial teórico e os dados analisados evidenciaram a importância de discutir os jogos de apostas como drogas digitais, capazes de gerar dependência semelhante à causada por drogas químicas. Torna-se essencial adotar estratégias educativas no campo das Biociências e da Saúde, considerando os contextos biopsicossociais e culturais dos indivíduos. É fundamental implementar práticas pedagógicas que promovam a sensibilização do uso crítico desses jogos e das tecnologias digitais.

**Palavras-chave:** Jogos de aposta. Bets. Indústria cultural. Drogas digitais. Redução de danos.

**Abstract.** *This article presents a report on experiences from discussions held in the forum of the "Education for Digital Coexistence" course, part of the CECIERJ Foundation's continuing education program for teachers. The reflections were guided by two questions posed to the course*

*participants and analyzed in this article through discourse analysis from the perspective of Mikhail Bakhtin. The results indicate that most course participants identified gambling houses as their main focus of consumer interest, highlighting the role of influencers in building an image of trust through interactive approaches and the display of material goods. The theoretical framework and the data analyzed highlighted the importance of discussing gambling as digital drugs, capable of generating dependence similar to that caused by chemical drugs. It is essential to adopt educational strategies in the fields of Biosciences and Health, considering the biopsychosocial and cultural contexts of individuals. It is crucial to implement pedagogical practices that promote awareness of the critical use of these bets and digital technologies.*

**Keywords:** *Gambling. Bets. Cultural industry. Digital drugs. Harm reduction.*

## 1. Introdução

Com o avanço das tecnologias digitais, a sociedade contemporânea tornou-se multitela, marcada pela presença constante de dispositivos digitais no cotidiano. Essas tecnologias, além de permitir diversas possibilidades, permite o desenvolvimento e a disseminação de culturas de consumo, que ocupam posição central na lógica capitalista da Indústria Cultural, conforme conceituada por Theodor Adorno e Max Horkheimer ([1947]1985). Os filósofos evidenciam o potencial dessa Indústria para influenciar diferentes formas de cultura de consumo através do entretenimento.

Uma das culturas de consumo que se destaca atualmente é a dos jogos de aposta esportiva, conhecidas popularmente como *bets*. Diante de um cenário voltado ao esporte, sobretudo no futebol, esses jogos tornaram-se atraentes para diversos públicos, sejam amantes ou não do futebol. O desejo por esse tipo de produto é impulsionado pelas multitelas, que, além de ampliar seu alcance, promovem uma cultura de consumo baseada na promessa de ganhos financeiros, que permitirá alcançar conquistas materiais com rapidez e facilidade.

A partir de as reflexões de Byung-Chul Han (2015), esses jogos encontram terreno propício para sua propagação na lógica da sociedade do desempenho, marcada pela busca incessante por produtividade e sucesso individual. Nessa sociedade, os sujeitos tornam-se ‘empresários de si mesmos’ (Han, 2015), atuando como empregadores e empregados, supostamente, não precisando de ninguém para ditar o que devem fazer. Han (2015) aponta que a cultura de ser empresário de si é, na verdade, um sistema de dominação disfarçado de liberdade.

Como o sucesso é associado pela Indústria Cultural com a conquista de estabilidade financeira e à aquisição de bens materiais, alguns indivíduos podem encontrar nas apostas uma forma de alcançar o sucesso financeiro sem ser explorado ou se auto explorar. Os argumentos de Han (2015) e de Adorno e Horkheimer ([1947]1985) permitem evidenciar o potencial dessas multitelas para influenciar a cultura do desempenho voltada ao consumo desses jogos.

Seja como entretenimento, seja como uso equivocado de investimento, esses jogos têm ganhado visibilidade nas redes sociais, nos intervalos comerciais, durante a programação da televisão, e até mesmo nas estampas dos uniformes dos atletas e nos painéis publicitários em estádios. À luz da análise de Parada e Coelho (2025), pode-se inferir que essas propagandas são mecanismos da Indústria Cultural para a difusão da ideologia de consumo. Segundo os autores, as propagandas contribuem para a disseminação de uma cultura orientada ao consumo, utilizando elementos culturais, como também se valem de ações performáticas realizadas por influenciadores, que estimulam o consumo de jogos de apostas.

Em alinhamento com os autores, na visão de Paula Sibilía (2007), a atuação performática dos influenciadores digitais configura-se como um espetáculo de uma personalidade alterdirigida, isto é, moldada a partir daquilo que se quer mostrar ao outro. Esses influenciadores constroem uma imagem voltada para agradar ao público, com o objetivo de ganhar visibilidade e, conseqüentemente, lucrar com seus produtos. Para a antropóloga, a imagem dos influenciadores funciona como uma marca atraente para o consumo dos jogos.

Essa perspectiva de Sibilía (2007) reforça a discussão de Parada e Coelho (2025), ao argumentarem que a Indústria Cultural se apropria da imagem de famosos como uma espécie de selo de autenticidade, levando os seguidores a acreditarem que as *bets* são produtos confiáveis e legítimos. Além disso, muitos acabam acreditando, ainda que de forma subliminar, na ideia de que o sucesso financeiro e o estilo de vida ostentado por essas figuras podem ser alcançados por meio do ganho com as apostas (Parada; Coelho, 2025).

A enxurrada de propagandas das *bets* pode também mascarar a real natureza dessas práticas, fazendo muitos acreditarem que as apostas esportivas constituem uma categoria distinta dos jogos de azar<sup>1</sup>, frequentemente associados a riscos e perdas financeiras. Com base no relato de experiência descrito por Parada e Coelho (2025), alguns estudantes mencionaram que o termo 'jogos de azar' carrega uma conotação negativa, remetendo ao vício e à irresponsabilidade. Já o termo 'aposta esportiva' ou '*bets*' evoca uma sensação de legitimidade por estarem vinculados ao esporte – geralmente associado à saúde e à disciplina.

Desde a legalização das apostas esportivas pela Lei nº 14.790/2023, Rasteli e Santos (2024) evidenciam que diversos debates emergiram, com argumentos favoráveis e contrários. Entre os defensores, alguns apontam as contribuições dos jogos para a geração de empregos e o aumento da arrecadação de receitas para o país. Por outro lado, há alertas para os riscos de dependência associados às apostas, que podem acarretar prejuízos familiares, profissionais, sociais e pessoais. Rasteli e Santos (2024) destacam a ausência de estruturas adequadas no país para o tratamento da dependência por jogos, destacando que é uma dependência comum no Brasil, atrás apenas da dependência química por álcool e drogas.

---

<sup>1</sup> Pela Lei das Contravenções Penais, Lei nº 3.688/1940 os jogos de aposta esportiva são jogos de azar.

Assim, nesse contexto de dependência, é possível considerar que as plataformas de *bets* e outros jogos similares podem se configurar como uma nova forma de droga do século XXI. Os aportes de Lembke (2022) permitem discutir esse conceito ao destacar que o consumo de certos produtos e comportamentos — como chocolate, redes sociais, jogos, pornografia e compras — ativa o sistema de recompensa do cérebro por meio da liberação de dopamina. Essa observação sustenta a ideia de que alguns produtos digitais podem apresentar características semelhantes às das drogas, dependendo do uso.

Os *smartphones*, redes sociais, aplicativos de jogos e plataformas de vídeos curtos foram desenvolvidos para promover entretenimento e bem-estar. No entanto, quando seu uso se torna excessivo e compulsivo, gerando dependência emocional, psicológica e afetando negativamente diversos aspectos da vida e da saúde, esses produtos passam a ser considerados como drogas digitais. Isso ocorre porque, além de ativarem o mesmo sistema de recompensa do cérebro, o padrão de consumo e os efeitos provocados se assemelham aos das drogas psicoativas. Evidencia-se, assim, um comportamento de dependência, caracterizado pela perda de controle sobre o uso e pela interferência negativa na vida pessoal.

Considerando o olhar da pedagogia da Redução de Danos (RD), descrita por Parada e Coelho (2025), a dependência não está associada à substância em si, mas à forma como o indivíduo se relaciona com ela. Essa abordagem amplia a compreensão do consumo de drogas – sejam elas químicas, sejam elas digitais –, ao considerar não apenas os aspectos biológicos, mas também os fatores psicológicos, sociais, econômicos e culturais que influenciam o comportamento do usuário.

O consumo relacionado às *bets* envolve essas dimensões, conforme discute o referencial pedagógico da RD (Parada; Coelho, 2025). Psicologicamente, muitos veem nas apostas uma possível solução rápida para as suas dificuldades financeiras. O social e econômico está associado a não restrição do consumo de *bets* a um grupo específico, pois pessoas de diferentes rendas podem desenvolver comportamentos de risco ou dependência. O cultural refere-se ao ambiente em que o indivíduo está inserido, pois o hábito de apostar pode ser influenciado por práticas normalizadas no convívio com amigos, familiares ou pessoas próximas, que muitas vezes reforçam esse comportamento, direta ou indiretamente.

Considerando os aportes teóricos mencionados e a definição das *bets* como uma forma de droga, surgem questionamentos relevantes: as pessoas estão mais interessadas nos esportes ou apenas no que as casas de apostas prometem? E de que forma a presença de influenciadores na divulgação dos serviços impacta o interesse pelo mundo das apostas?

Para responder esses questionamentos, este artigo<sup>2</sup> tem como objetivo apresentar um relato de experiências das percepções de profissionais da educação sobre essas indagações, discutidas em uma disciplina de um curso realizado na modalidade EaD (Educação a Distância) ofertado no Programa de Formação Continuada de Professores promovido pela Fundação CECIERJ (Centro de Ciências e Educação a Distância do Estado do Rio de Janeiro).

A formação continuada de professores na modalidade EaD, segundo Coelho e Monteiro (2017), visa atualizar educadores para que se tornem críticos e reflexivos diante dos conteúdos. Essa formação estimula os educadores a despertarem potencialidades para preparar novos cidadãos em diversas temáticas que surgem na sociedade (Coelho; Monteiro, 2017). De acordo com os autores, formações em EaD para a temática das drogas são essenciais, pois, muitos educadores se sentem despreparados e inseguros para abordar em sala de aula. O EaD, nesse sentido, oferece um ambiente mais acolhedor, permitindo que os profissionais compartilhem dúvidas e dificuldades enfrentadas, o que nem sempre ocorre em formações presenciais (Coelho; Monteiro, 2017). Para os autores, a formação para o tema das drogas possibilita também no desenvolvimento de ações educativas alinhadas à realidade sociocultural do ambiente escolar.

## 2. Metodologia

O relato de experiência descrito neste artigo origina-se das atividades realizadas na disciplina 'Educação para a Convivência Digital', ofertada no segundo trimestre de 2024, como parte do curso 'Educação, Drogas e Redução de Danos'<sup>3</sup> do Programa de Formação Continuada de Professores da Fundação CECIERJ. O programa visa atualizar e aprofundar conhecimentos dos professores e demais profissionais da educação sobre práticas pedagógicas de diversas temáticas relevantes para o contexto escolar.

A disciplina 'Educação para a Convivência Digital'<sup>4</sup> teve como objetivo refletir sobre as interferências das telas digitais na convivência entre as pessoas, especialmente nos cenários educativos, e refletir sobre como tais ferramentas impactam a aprendizagem dos estudantes e dos profissionais de ensino, propondo caminhos minimizadores de danos.

Com a duração de três meses e carga horária de 30 horas, a disciplina foi estruturada em cinco quinzenas, cada uma com sugestões de leitura e debates colaborativos realizados nos fóruns da sala de aula virtual. Os cursistas são orientados a realizar a atividade dos fóruns respondendo às

---

<sup>2</sup> A temática aqui apresentada faz parte da pesquisa de Doutorado Acadêmico do primeiro autor deste artigo, realizada no Programa de Pós-graduação em Ensino em Biociências e Saúde (PPGEBS) do Instituto Oswaldo Cruz (IOC/Fiocruz).

<sup>3</sup> Este curso oferece outras disciplinas, cujo propósito é discutir a educação para as drogas sob a perspectiva da pedagogia da Redução de Danos. Assim, são oferecidos trimestralmente disciplinas como: (1) educação, drogas e saúde nas escolas; (2) o que se vê e o que se apresenta: drogas, educação e propagandas; (3) do biológico ao social: a ciência por trás da maconha; (4) aspectos pedagógicos da automedicação e do uso racional de medicamentos.

<sup>4</sup> A disciplina abordou de forma indireta com os cursistas os princípios pedagógicos da Redução de Danos, conforme descrevemos ao longo do texto.

perguntas que são feitas para todos. A partir das suas respostas, os mediadores da disciplina realizam perguntas individuais para cada cursista a fim de estimular a reflexão sobre o conteúdo apresentado pelo próprio cursista ou que faz parte da disciplina.

Neste artigo será discutido um relato de experiência de uma atividade realizada no fórum das semanas 8 e 9<sup>5</sup>, cujo tema foi ‘Uma nova forma de sentir prazer: os games e as apostas digitais’. A atividade teve início com a apresentação de um texto problematizador sobre a temática, seguido da disponibilização de dois materiais de apoio — reportagens<sup>6</sup> sobre jogos de aposta — com o objetivo de estimular o debate. As discussões foram norteadas a partir de duas indagações: (1) as pessoas estão mais interessadas nos esportes ou apenas no que as casas de apostas prometem? Por quê? (2) de que forma a presença de influenciadores na divulgação dos serviços impacta no interesse pelo mundo das apostas?

Para a análise dos resultados, utilizou-se a análise de discurso (AD) sob a perspectiva de Mikhail Bakhtin (1997, p. 280), que compreende que a “língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana”. Completando essa visão, Volochinov ([1930]2017) afirma que o enunciado pode ser composto por uma única palavra ou por um conjunto de palavras. Segundo o autor, as palavras de um enunciado já carregam um significado, pois refletem uma realidade como signo.

Nesse sentido, diferentes enunciados podem surgir a partir de uma mesma pergunta e do mesmo material de apoio, devido ao fato de os emissores possuírem diferentes classes sociais e vivências distintas, que impactam na percepção de determinado assunto. Dessa forma, a AD foi empregada para interpretar os signos presentes nos enunciados produzidos por profissionais da educação na atividade do fórum.

### 3. Resultado e discussão

Verificamos, nas interações do fórum das semanas 8 e 9, a participação de 15 cursistas. A formação continuada de professores da Fundação CECIERJ é designada a licenciandos e profissionais da Educação Básica, bem como a futuros licenciandos e outros profissionais níveis de ensino. No fórum em questão, registramos a participação de graduandos, licenciandos e professores da Educação Básica das disciplinas de Filosofia, Geografia, História, Matemática, Pedagogia, Português e Sociologia. Os resultados das interações do fórum serão apresentados em blocos, de acordo com as perguntas realizadas.

---

<sup>5</sup> Como o curso foi estruturado para ser quinzenal, foi nomeado as duas semanas como 8 e 9.

<sup>6</sup> Primeira reportagem: Apostas ilegais em Itália: Tonali suspenso do futebol por dez meses. Disponível em: <https://sl1nk.com/Ehf3d>.

Segundo a reportagem: Pesquisa revela percepção dos brasileiros sobre influenciadores digitais e o mercado de apostas. Disponível em: <https://acesse.one/XShtg>.

### **3.1 As pessoas estão mais interessadas nos esportes ou apenas no que as casas de apostas prometem? Por quê?**

A análise das respostas revelou que a maioria dos cursistas indicou maior interesse do público nas casas de apostas. Outros apontaram o interesse se divide entre os esportes e as apostas. Alguns não responderam diretamente à pergunta, mas argumentaram aspectos relacionados aos jogos de aposta. Também teve resposta afirmando que o interesse das pessoas envolve diversos fatores; outra resposta destacou que esportes e apostas são interesses distintos; e um cursista declarou não saber responder à pergunta.

Entre as respostas dos cursistas que destacaram que o interesse estaria nas casas de apostas, observou-se que muitos as associam a uma forma de obter ganhos financeiros de maneira fácil, acessível e rápida, e que as pessoas se beneficiariam do dinheiro obtido. Além disso, destacaram que as apostas intensificam a emoção dos jogos e podem afetar a vida das pessoas nos aspectos financeiro e psicológico.

Um dos cursistas afirmou que o esporte funciona como um atrativo para o consumo de jogos de aposta. Outros apontaram para o papel das propagandas promovidas pelas empresas de apostas. Para alguns deles, a publicidade constante torna os jogos de aposta mais visíveis e atraentes, especialmente por explorar as emoções envolvidas tanto para apostar quanto na experiência de assistir ao esporte. Essa emoção pode ser mais intensa ao torcer para que o seu time vença e sua aposta se concretize.

Uma das cursistas mencionou que houve a unificação de duas práticas – jogos e esporte – que proporcionam satisfação e prazer, e que o problema está no desenvolvimento de comportamentos prejudiciais à saúde mental e financeira. Esse comentário faz referência à Indústria Cultural (Adorno; Horkheimer, [1947]1985), ao destacar a fusão de dois setores culturais: entretenimento e esporte. Além disso, a resposta menciona de forma indireta o referencial pedagógico da RD (Parada; Coelho, 2025), ao abordar as satisfações e os prazeres gerados pelo consumo de *bets*, ou até mesmo outros tipos de jogos de apostas e tecnologias digitais. O referencial também enfatiza que a dependência surge quando a relação estabelecida pelo indivíduo com a droga – seja ela química ou digital – compromete as múltiplas dimensões da saúde: mental, biológica, social e financeira. Outros comentários que dialogam com os princípios pedagógicos da RD também foram identificados nas respostas dos cursistas – os quais serão apresentados posteriormente.

Na resposta de outra cursista, foi percebida que as pessoas estão em busca de lucro para comprar produtos e serviços oferecidos no mercado capitalista. Essa associação pode ser compreendida à luz do conceito do ‘empresário de si mesmo’ de Han (2015), segundo o qual as pessoas passam a se enxergar como empresárias de si mesmas quando consomem jogos de aposta para alcançar conquistas sem a necessidade de um desempenho ou como uma forma de desempenho voltada à obtenção de resultados rápidos. Outro cursista também compartilha a

reflexão que os jogos de aposta são consumidos como uma forma acessível de obter recursos financeiros para adquirir bens e serviços.

Em relação aos que afirmam que o interesse surge a partir da aposta e do jogo, uma cursista observa que há pessoas que vivem exclusivamente pelo consumo de *bets*. Ela destaca que algumas chegam a se especializar no assunto, e que essa prática é estimulada pela mídia. Outro cursista mostra conhecimento dos mecanismos de funcionamento das plataformas das *bets*, explicando que elas não se limitam apenas à previsão do vencedor, mas incluindo outros aspectos da partida. A partir de sua fala, é possível refletir que essa variedade de opções estimula os usuários apostarem em outros quesitos para aumentar as chances de ganhar.

Curiosamente, uma das cursistas mencionou as publicidades ao responder à pergunta. A observação feita pela cursista evidência como a propaganda/publicidade contribui para tornar-se um produto desejável. Esse tipo de estratégia é típico da Indústria Cultural, que utiliza diversos mecanismos para disseminar a sua ideologia de consumo. Parada e Coelho (2025) destacam que há uma variedade de recursos utilizados para tornar-se um produto atrativo nas propagandas, como o uso de frases simples e apelativas, cenários chamativos, ou cores vibrantes para atrair a atenção, até mesmo o uso de músicas ou paródias.

O cursista que não soube responder mencionou que não tinha noção do que é casa de aposta porque não gostava de jogos de azar. O cursista parece ter conhecimento que tanto as *bets* quanto jogos de azar pertencem à mesma categoria. A legalização das apostas esportivas pode gerar confusão, levando algumas pessoas a acreditarem que se trata de práticas distintas, como apontam Parada e Coelho (2025). Em seu relato de experiência com alunos do ensino médio, os autores observaram que, embora todos desconhecem a Lei das Contravenções Penais, alguns pensavam que as *bets* eram diferentes por exigirem certo conhecimento esportivo. Por outro lado, houve alunos que afirmaram que fazem parte da mesma categoria (jogos de azar), por envolverem a sorte para ganhar.

Outro trecho da fala desse cursista chama atenção ao desconsiderar a influência dos influenciadores digitais sobre o público adulto. A pergunta se estendia para as pessoas de forma geral. Essa fala evidencia a percepção do impacto dos influenciadores somente entre os jovens. É possível que o cursista desconheça que celebridades – como atores/atrizes, modelos(as) e atletas – também atuam como influenciadores, impactando o comportamento das pessoas por meio de sua imagem, que é comercializada, como discute Sibilía (2007).

Destaca-se também a fala de uma cursista, que aponta que não é a favor da proibição dos jogos de aposta por estar em alta, e sim apoia para uma forte regulamentação e controle. Essa fala dialoga com a pedagogia da RD (Parada; Coelho, 2025) por acreditar que o melhor caminho para a sensibilização do não consumo não seria a proibição, mas sim um diálogo que permite que os indivíduos sejam livres para expor suas dúvidas e relatos sem discursos de repressão, proibição e preconceitos. Pensando nesse sentido da RD, pode-se compreender que a legalização das *bets*

pode servir para que as pessoas não sejam enganadas com outros tipos de jogos de azar que não são legalizados, apesar de as *bets* serem um tipo de jogo que requer sorte para ganhar e que mesmo assim as pessoas jogam jogos de azar não legalizados.

### **3.2 De que forma a presença de influenciadores na divulgação dos serviços impacta no interesse pelo mundo das apostas?**

A partir das análises das respostas dos cursistas, verifica-se que a maioria dos cursistas argumenta que os influenciadores digitais transmitem confiança para o público de maneira interativa, incentivando o consumo de *bets*. Esse processo é estrategicamente utilizado pelas empresas que utilizam a imagem dos influenciadores para transmitir confiança para o público. Entre os mecanismos mais utilizados por esses influenciadores está a ostentação de bens materiais com o intuito de iludir o espectador, sugerindo que eles também poderão ficar ricos ao seguir o mesmo caminho.

Para um dos cursistas, os influenciadores digitais exibem seus bens materiais para influenciar as pessoas a jogar. Esse comentário evidencia a articulação entre a lógica da Indústria Cultural da Sociedade do Desempenho (Han, 2025) com a Indústria Cultural dos Jogos de Aposta. Esses jogos oferecem ganhos financeiros rápidos e um falso entretenimento, o que não é proporcionado pelo ‘empresário de si’, descrito por Han (2015). A exibição desses bens materiais é uma forma de associação induzida, que leva os seguidores a acreditarem que, ao jogar e ganhar, também poderão alcançar o mesmo nível de riqueza. Trata-se, na verdade, de uma *performance* cuidadosamente construída, com o objetivo de gerar engajamento e, conseqüentemente, aumentar o interesse pelo consumo. Identifica-se essa mesma compreensão sobre a influência e ilusão nas falas de outros cursistas.

Ainda nesse aspecto, uma cursista afirma que os influenciadores vendem uma vida que as pessoas desejam. Esse comentário revela uma percepção crítica sobre a idealização de uma vida de glamour, de ter dinheiro, ou de possuir o carro do ano – algo idealizado pelos influenciadores e desejados pelos espectadores/seguidores. Com base na visão de Han (2015) sobre o empresário de si, os sujeitos não são apenas aqueles que trabalham para ‘ter para ser’, mas também aqueles que buscam, de alguma forma lucrar com o mínimo de esforço, pois sentem-se inspirados pelo sucesso aparente dos influenciadores. Assim, esses influenciadores são vistos como exemplos de pessoas que simplesmente jogaram, ganharam e lucraram, transmitindo a ideia de que o sucesso pode ser alcançado sem esforço contínuo, apenas jogando.

Também foram identificadas articulações com o conceito de Indústria Cultural no comentário de outra cursista, ao apontar que as mídias e redes sociais estimulam um interesse já existente por apostas, ao oferecer vantagens e ganhos fáceis. O comentário evidencia como a Indústria Cultural se apropria das necessidades e preferências do público para promover ideologias de consumo, transformando-as em mercadorias.

Considerando que muitos indivíduos já possuem interesses por jogos de forma geral, seja pela possibilidade de enriquecimento rápido, seja pelo costume de participar de jogos de aposta – prática historicamente presente na sociedade brasileira –, a Indústria Cultural, por meio da mídia atua de forma massiva para estimular o consumo desses jogos. Isso ocorre por meio de promessas de vantagens e ganhos fáceis, reforçando uma lógica de consumo imediatista. Em outras palavras, a Indústria Cultural dos atuais jogos de aposta (*bets*, tigrinho, aviãozinho, entre outros) utiliza estratégias de ideologias de consumo historicamente existente para influenciar novas formas de consumo dentro do contexto cultural de massa.

Nesse cenário de disseminação das ideologias de consumo, a fala de uma cursista revela o reconhecimento das múltiplas fontes de propagação do consumo da Indústria Cultural, seja por influenciadores, revistas ou televisão. A cursista destaca que os influenciadores exercem um papel de influência. Ao considerar o contexto da Indústria Cultural, percebe-se que sua capacidade de moldar e difundir ideologias de consumo foi ampliada com o advento das mídias digitais. No passado, segundo Adorno e Horkheimer ([1947]1985), esse papel era desempenhado pela rádio, televisão e cinema. Assim, a Indústria Cultural reinventa suas estratégias de influência, adaptando-se às novas tecnologias e aos hábitos de consumo da sociedade.

O comentário de outra cursista revelou uma compreensão crítica dos mecanismos utilizados pelas tecnologias digitais para promover vendas, seja pelo uso de influenciadores ou pelos algoritmos de *smartphones*, que exibem anúncios com base em pesquisas anteriores. Além disso, curtidas, comentários e compartilhamentos acionam esses algoritmos, ampliando a visibilidade dos influenciadores.

Os exemplos mencionados pela cursista dialogam com Sibilia (2007), que analisa como a exposição da vida privada nas redes sociais se transforma em espetáculo, o chamado ‘*show do eu*’. Pode-se refletir com as discussões da autora, que as pessoas se tornam influenciadoras por meio de curtidas, compartilhamentos e comentários recebidos diante da exposição do seu espetáculo (publicações). Mesmo após alcançarem notoriedade, seguem dependentes dessas ações para gerar mais engajamento para a sua imagem e promover mais vendas. Como aponta a autora, a imagem é marca que precisa ser cultivada para se tornar um personagem atraente. E, nesse sentido, como descrito pela cursista, que a marca (imagem) do influenciador é comprada por empresas de aposta, para transmitir sensações de segurança, sucesso e bem-estar.

Essa cursista também afirma que o jogo em si pode ser compreendido como uma forma de dependência, e não de entretenimento. Dessa forma, sua fala revela a finalidade da Indústria Cultural (Adorno; Horkheimer, [1947]1985), segundo a qual os produtos são criados com o objetivo principal de gerar lucro, e não de entretenimento, e que algumas pessoas podem criar dependência para certos consumos. Embora esses jogos sejam apresentados com temáticas de esportes ou personagens animados (como o “tigrinho”), sua função primordial é econômica.

A cursista reflete que o jogo, por si só, é um vício. Segundo Parada e Coelho (2025), para a pedagogia da RD, o jogo ou qualquer outro tipo de droga não possui potencial intrínseco para causar vício/dependência. É preciso considerar que o vício/dependência não reside na droga em si, mas na relação que o indivíduo estabelece com ela. Para os autores, o consumo desses produtos está associado a fatores biopsicossociais, emocionais, culturais e econômicos.

Deve-se levar em conta também a relação que a atual política de drogas exerce sobre o indivíduo e suas marcas sociais. As ações punitivas são adotadas como forma de tentar erradicar o consumo, contribuindo para o fortalecimento do estigma em torno do uso de drogas e a marginalização dos usuários. Por sua vez, a abordagem da RD volta-se para os cuidados com o indivíduo, e não a repressão às drogas, que, por si só, não causam dependência.

À luz desse cenário, identificam-se, no comentário de outro cursista, argumentos que podem ser analisados à luz da lógica da pedagogia da RD. Nota-se na fala que o cursista possui um posicionamento diferente da cursista que atribuía apenas um fator causador do consumo. Esse cursista reconhece que os influenciadores digitais podem aumentar o interesse em jogos de azar, mas compreende que essa influência não é um fator determinante para a prática.

Essa visão está em consonância com os princípios da pedagogia da RD (Parada; Coelho, 2025). Dessa forma, não se pode atribuir a responsabilidade exclusiva às propagandas e aos influenciadores, embora suas atuações tenham um impacto significativo na construção e intensificação de desejos para este tipo de consumo. Além disso, como mencionado anteriormente na introdução, o contexto social também exerce forte influência: o envolvimento com os jogos de aposta pode ser estimulado por familiares ou amigos, como ocorre com drogas químicas. Assim, ao compreender que o consumo de drogas é determinado por diversos fatores, evitam-se abordagens reducionistas, moralizantes e estigmatizantes.

Outra fala que se destaca é a de um cursista, ao mencionar que a credibilidade dos influenciadores é utilizada pelas casas de aposta. Esse comentário permite uma reflexão com as discussões propostas por Sibilia (2007) sobre a imagem ser uma marca. As empresas usam a imagem dos influenciadores e a sua personalidade alterdirigida para vender diversos produtos. Nesse sentido, a divulgação de uma casa de aposta exige uma *performance* distinta daquela usada para divulgar um chocolate ou um cosmético (personalidade alterdirigida). Cada produto demanda uma encenação própria para encantar e ludibriar o público, fazendo-o acreditar que aquele consumo trará satisfação e prazer. No caso das apostas, a promessa é de ganhos fáceis e rápidos, que possibilitarão o acesso a outros bens de consumo.

É importante destacar que, embora a reportagem utilizada no fórum da disciplina seja de dezembro de 2023 e a disciplina tenha ocorrido no segundo trimestre de 2024, em março de 2025 a Comissão do Esporte do Senado aprovou um projeto de lei que impõe restrições à

publicidade de *bets*<sup>7</sup>. O texto, ainda em tramitação na Câmara dos Deputados, estabelece regras para reduzir o alcance desse tipo de propaganda entre crianças e adolescentes. Contudo, é importante refletir que os impactos dessas publicidades não se restringem ao público jovem, já que os adultos também são fortemente influenciados pelos mecanismos da Indústria Cultural. Desse modo, tanto jovens e adultos podem desenvolver dependência por jogos de aposta.

Na reportagem publicada no *site* Senado Notícias, é possível verificar com mais precisão o que será permitido e proibido em relação à publicidade. Entre as principais restrições aprovadas pelo Senado, está a proibição do uso da imagem de celebridades, influenciadores, atletas e ex-atletas ou qualquer pessoa física em campanhas publicitárias. A única exceção prevista é para ex-atletas que tenham encerrado suas carreiras há mais de cinco anos.

À luz das discussões propostas pela pedagogia da RD, proibir ou restringir apenas as publicidades não pode ser considerada uma estratégia eficaz de prevenção ao consumo de jogos de aposta por crianças e adolescentes. Ao comparar com drogas ilícitas – como maconha, crack, cocaína, entre outras –, observa-se que, mesmo sem qualquer tipo de propaganda veiculada em meios de comunicação, essas substâncias são consumidas. Além disso, mesmo com o fim das propagandas de drogas lícitas, como o álcool e o cigarro, as pessoas ainda consomem. No caso das *bets* e de outros jogos de aposta, a simples limitação da divulgação publicitária não é suficiente para impedir a adesão a essas práticas. Isso ocorre porque o consumo está relacionado a múltiplos fatores, como já relatado anteriormente.

Diante desse contexto apresentado pela reportagem, do ponto de vista da pedagogia da RD, é fundamental que sejam criadas e implementadas políticas públicas voltadas à prevenção e ao tratamento da dependência em jogos de aposta. Isso inclui a capacitação de profissionais de saúde para o acolhimento e acompanhamento adequado dessas pessoas, bem como a divulgação, por meio das mídias, dos centros de tratamento já existentes para essa finalidade. Além da saúde, é preciso promover debates como prática de prevenção nas escolas, pois, o envolvimento dos estudantes com esses jogos é significativo.

Embora os jogos de azar façam parte da cultura brasileira há décadas – como é o caso do jogo do bicho e os jogos de loteria –, os jogos digitais como as *bets*, *aviãozinho*, *tigrinho* e entre outros, são recentes e acessíveis. Não que os tradicionais não sejam acessíveis, mas a publicidade dos jogos de aposta digitais é significativamente maior, especialmente pela sua divulgação nas redes sociais e nas propagandas da televisão.

Dessa forma, para prevenir o envolvimento com jogos de aposta, especialmente entre crianças e adolescentes, é fundamental adotar práticas pedagógicas que favoreçam o diálogo aberto e esclarecedor sobre essas atividades, conforme se articula com o referencial pedagógico da RD. Abordagens constrangedoras, vexatórias, proibicionistas ou amedrontadoras devem ser evitadas,

---

<sup>7</sup> Repostagem disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2025/05/28/senado-aprova-restricao-a-publicidade-de-bets>

pois dificultam a participação e a construção de uma prevenção eficaz. Fundamentada na pedagogia da RD, a prevenção valoriza o protagonismo dos jovens, permitindo que expressem as suas dúvidas, experiências e percepções. Essa abordagem – com a pedagogia da RD – favorece um direcionamento pedagógico mais eficaz, baseada no respeito da autonomia, promovendo uma reflexão crítica sobre o consumo e incentivando escolhas mais conscientes.

#### 4. Considerações finais

Com as tecnologias digitais, o acesso a jogos de aposta tornou-se mais fácil. As plataformas de apostas esportivas se destacam por sua temática voltada ao esporte, principalmente ao futebol, atraindo um público amplo e diversificado, fãs ou não de futebol, como foi evidenciado nos resultados desta pesquisa. Em uma sociedade capitalista e orientada para o desempenho, os indivíduos tendem a enxergar as apostas como uma possível fonte de capital para satisfazer desejos e necessidades pessoais. Essa lógica de consumo é, em grande parte, estimulada pela Indústria Cultural, que através de influenciadores digitais reforça práticas voltadas à busca constante por prazer, sucesso e realização pessoal.

O consumo por jogos de aposta pode levar à dependência, resultando em diversos prejuízos as diversas dimensões da saúde e, em casos mais graves, na idealização do suicídio. Diante disso, este trabalho tem também o intuito de chamar atenção para o fato de que esses jogos e algumas tecnologias digitais podem se comportar como drogas digitais quando ocasionam dependência e distúrbios. Esse tipo de droga, muitas vezes, passa despercebida pelos olhares de alguns profissionais da educação e da saúde, e até no seio familiar

Desse modo, é essencial ampliar o olhar sobre o consumo de drogas, conforme propõe o referencial pedagógico da RD. A dependência não está na droga, mas na relação que se estabelece com ela. Uma mesma droga pode provocar efeitos distintos em diferentes pessoas, uma vez que a relação com a droga é mediada por fatores histórico-culturais, sociais e interesses subjetivos. Ou seja, é o sujeito que interage com a droga, e não o contrário. A interação é subjetiva: para alguns, as *bets* podem representar uma droga mais atrativa; para outros pode ser o jogo “tigrinho”, as redes sociais, a maconha, o álcool, cigarro, entre outros.

Nesse sentido, é essencial promover estratégias de sensibilização e conscientização mais amplas e educativas no campo das Biociências e Saúde – e de forma interdisciplinar – sobre o consumo desses tipos de drogas digitais por meio da prevenção com estímulos a pensamentos críticos diante das influências midiáticas que naturalizam esse tipo de comportamento. Sendo assim, a proposta de incluir uma discussão sobre os jogos de aposta no fórum das semanas 8 e 9 da disciplina, teve como objetivo mostrar aos profissionais da educação a urgência de abordar esse tema em sala de aula.

Como a temática dos jogos de apostas e das drogas digitais é contemporânea e complexa, envolvendo múltiplas dimensões do consumo, torna-se imprescindível a criação de cursos de

formação continuada para os profissionais da educação e a implementação de práticas pedagógicas no ambiente escolar que promovam sensibilização e conscientização sobre o uso das tecnologias digitais de forma mais consciente, incentivando uma convivência digital equilibrada e responsável. Dessa forma, foi com esse propósito que se desenvolveu a disciplina. Tendo em vista que a disciplina Educação para a Convivência Digital, integrada ao curso Educação, Drogas e Redução de Danos, contribuiu e, continua contribuindo, para a sensibilização dos profissionais da educação.

A disciplina, como um todo, fundamentada na pedagogia da RD, buscou mostrar aos profissionais da educação que o caminho da prevenção não é impor a proibição do consumo de forma autoritária ou desrespeitosa em relação à autonomia dos alunos, mas sim promover uma reflexão crítica sobre o consumo excessivo e descontrolado. Em outras palavras, sensibilizar os alunos para uma convivência e consumo dessas tecnologias digitais de forma mais consciente, harmônica e responsável. As discussões também permitiram que os professores reconhecessem o seu próprio consumo por tecnologias digitais.

Destaca-se, ainda, a necessidade de realizar mais pesquisas no campo do ensino e da educação que abordem o consumo dessas tecnologias digitais. Esses estudos podem ou devem propor estratégias de prevenção fundamentadas em práticas dialógicas, como debates e oficinas, sempre pautados no respeito à autonomia dos sujeitos, ou seja, em consonância com os princípios pedagógicos da RD apresentados neste trabalho.

## Biodados e contatos dos autores



PARADA, J. P. C. é aluno do Programa de Pós-graduação *Stricto Sensu* em Ensino em Biociências e Saúde (PPGEBS) do Instituto Oswaldo Cruz (IOC) da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ). Atua como pesquisador do Grupo de Pesquisa Educação e Drogas (GPED) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); professor mediador (tutor a distância) do curso Educação, Drogas e Redução de Danos do Programa de Formação Continuada de Professores da Fundação CECIERJ e da disciplina de metodologia da Especialização Drogas, Sociedade e Práticas Educativas (DSPE/UERJ). Seus interesses de pesquisa incluem Educação para as drogas digitais e químicas, Formação de professores sobre Drogas e a Redução de Danos no Ensino das Biociências e Saúde.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0763-2161>

E-mail: [joaopauloparadapos@gmail.com](mailto:joaopauloparadapos@gmail.com)

	<p>COELHO, F. J. F. é docente e orientador do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Ensino em Biociências e Saúde (PPGEBS) no Instituto Oswaldo Cruz (IOC) da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ). Completou o seu doutorado no PPGEBS/IOC/FIOCRUZ e seu Pós-doutorado no Programa de Pós-graduação em Ensino de Química (PEQUI) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UFRJ). Atua como pesquisador e vice-líder do Grupo de Pesquisa Educação e Drogas (GPED) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professor conteudista do curso Educação, Drogas e Redução de Danos do Programa de Formação Continuada de Professores da Fundação CECIERJ. Seus interesses de pesquisa incluem Educação para as drogas químicas e digitais, Formação de professores sobre Drogas e a Redução de Danos no Ensino das Biociências e Saúde.</p> <p>ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-1522-2995">https://orcid.org/0000-0003-1522-2995</a> E-mail: <a href="mailto:ensinodeciencias.ead@gmail.com">ensinodeciencias.ead@gmail.com</a></p>
	<p>GALVÃO, C. A. é professor visitante do Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN) no <i>campus</i> de Ipanguaçu e professor da Especialização em Drogas, Sociedade e Práticas Educativas (UERJ). Completou o seu doutorado no Programa de Doutorado Latino-Americano em Educação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente é Pós-doutorando do Programa de Pós-Graduação em História das Ciências e das Técnicas e Epistemologia na Universidade Federal do Rio de Janeiro (HCTE-UFRJ). Atua como pesquisador do Grupo de Pesquisa Educação e Drogas (GPED) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e coordena o Observatório de Política e Educação para as Drogas em Abya Yala (OPEDAY). Seus interesses de pesquisa incluem Educação para as drogas, Formação de professores em Direitos Humanos, Racismo e Drogas, Ensino de História e Pensamento Decolonial.</p> <p>ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0002-6019-3903">https://orcid.org/0000-0002-6019-3903</a> E-mail: <a href="mailto:cauealmeidagalvao@gmail.com">cauealmeidagalvao@gmail.com</a></p>

## Agradecimentos

Agradecemos o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa de doutorado. Reconhecemos, igualmente, a oportunidade de pesquisa proporcionada pelo PPGEBS/IOC/Fiocruz e a Diretoria de Extensão da Fundação CECIERJ. Estendemos nossos agradecimentos ao Grupo de Pesquisa Educação e Drogas (GPED/UERJ), pelo aporte teórico, e ao professor Vinicius Motta da Costa, pela cuidadosa revisão deste artigo.

## Referências Bibliográficas

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. 1 ed., Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 1947.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. Tradução: Maria Galvão G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, [1947]1985.

COELHO, F. J. F.; MONTEIRO, S. Educação sobre Drogas: possibilidades da EaD na Formação Continuada de Professores. **EaD em Foco**, v. 7, n. 2, p. 194-204, 2017. Disponível em: <https://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/revista/article/view/577> - Acesso em: 20 jul. 2025.

HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. 1 ed., Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2015.

Lembke, A. C. **Nação dopamina: por que o excesso de prazer está nos deixando infelizes e o que podemos fazer para mudar**. 1 ed., São Paulo, SP: Vestígio, 2022.

PARADA, J. P. C.; COELHO, F. J. F. O Maquinário da Indústria Cultural por trás dos Jogos de Aposta Esportiva: considerações a partir de um Projeto de Educação Popular em Ciências. **Momento - Diálogos Em Educação**, v. 34, n. 2, p. 154-178, 2025. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/momento/article/view/1882> - Acesso em: 20 jul. 2025.

RASTELI, P. E. M.; SANTOS, V. P. A (i)legalidade dos jogos de azar na modalidade online no BRASIL. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, n. 10, v. 4, p. 2759–1274. Disponível em: <https://doi.org/10.51891/rea.v10i4.13655> - Acesso em: 20 jul. 2025.

SIBILIA, P. **O Show do Eu: subjetividade nos gêneros confessionais da Internet**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

VOLOCHINOV, V. **A estilística do discurso III - A palavra e sua função social**. In: VOLOCHINOV, V. A palavra na vida e a palavra na poesia. Ensaios, artigos, resenhas, poemas. São Paulo: Editora 34, [1930]2017.

---

### COMO CITAR ESTE TRABALHO

ABNT: PARADA, J. P. C.; COELHO, F. J. F.; GALVÃO, C. A. As Novas Drogas do Século XXI: Percepções de Docentes sobre Jogos de Aposta em uma Formação EaD. **EaD em Foco**, v. 16, n. 1, e2695, 2026. doi: <https://doi.org/10.18264/eadf.v16i1.2695>