

# Analise das casas de apostas atuantes no Brasil no Instagram

Leonam Victor O. L. Almeida<sup>1</sup>, Patrick C. Matos<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Departamento de Computação e Sistemas  
Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) – João Monlevade, MG – Brasil

leonam.almeida@aluno.ufop.edu.br, patrick.matos@aluno.ufop.edu.br

**Abstract.** *This study analyzes the strategy and impact of Brazilian betting houses on Instagram between April 2016 and March 2025, using data extracted from the Meta for Developers platform. Data processing techniques were applied for both quantitative and qualitative analysis. The methodology included text mining, topic modeling to identify thematic patterns, temporal analysis of engagement, and word clouds for keyword visualization.*

**Resumo.** *Este estudo analisa a estratégia e o impacto das casas de apostas brasileiras no Instagram entre abril de 2016 e março de 2025, utilizando dados extraídos da plataforma Meta for Developers. Foram aplicadas técnicas de processamento de dados para análise quantitativa e qualitativa. A metodologia incluiu mineração de texto, modelagem de tópicos para identificar padrões temáticos, análise temporal de engajamento e word clouds para visualização de palavras-chave.*

## 1. Introdução

A análise de mídias sociais tem se tornado uma ferramenta essencial para compreender tendências, comportamento do usuário e o impacto de diferentes tipos de conteúdo. Neste estudo, investigamos o engajamento e as características das postagens de páginas relacionadas a casas de apostas no *Instagram*. O objetivo é identificar padrões de interação, temáticas mais frequentes e a evolução do engajamento destas empresas dentro da plataforma.

## 2. Metodologia

### 2.1. Coleta de dados

Os dados foram coletados do *Instagram* via plataforma “*Meta for Developers*”, inicialmente foram utilizadas pesquisa com 88 casas de apostas no *Instagram*, mas devido a regras da plataforma, foram obtidos dados de postagens de 34 das 88 casas de apostas iniciais no período de abril de 2016 até abril de 2025, totalizando 54081 postagens. A coleta abrangeu informações como tipo de conteúdo, data de criação, *hashtags*, id, se é conteúdo patrocinado, idioma, link do *post*, data de modificação, mídia, tipo do dono do *post*, id do dono do *post*, nome do dono do *post*, usuário do dono do *post*, quantidade de comentários do *post*, quantidade de curtidas do *post*, quantidade de visualizações, data da última atualização, texto do *post*.

## 2.2. Ferramentas utilizadas

A plataforma utilizada na análise dos dados foi utilizado um *notebook* do *Google Colab* e a linguagem de programação *Python*. Nas alises foram utilizadas as bibliotecas *Python* Pandas e NumPy para manipulação de dados, Matplotlib e Seaborn para criação de visualizações, NLTK e WordCloud para análise textual, BERTopic e SentenceTransformer para modelagem de tópicos e RegEx para limpeza de texto.

## 3. Resultados e discussão

### 3.1. Padrões de engajamento

A análise dos padrões das páginas é fundamental para identificar quais formatos de conteúdo são mais eficazes em gerar engajamento, além de identificar a popularidade dos perfis.

#### 3.1.1. Padrões por tipo de página

Nesta seção, analisamos o engajamento nas páginas de casas de apostas no Instagram, separando as contas por tipo: *Business* (empresas) e *Creator* (criadores de conteúdo). A análise é dividida em várias métricas como média de curtidas, comentários e visualizações, bem como as quantidades totais dessas interações para cada tipo de conta.

A classificação das contas mostrou que existem 29 contas do tipo *Business* e 5 contas do tipo *Creator*, totalizando 34 contas analisadas.

Na Figura 1 é representado as quantidades totais de engajamento, as contas *Business* acumularam um total de 67.551.877 curtidas, enquanto as contas *Creator* somaram 11.071.288 curtidas. No total de comentários, as contas *Business* acumularam 3.340.311 comentários, enquanto as contas *Creator* totalizaram 1.075.101 comentários. Em relação às visualizações totais, as contas *Business* acumularam 2.317.878.444 visualizações, enquanto as contas *Creator* somaram 330.656.660 visualizações.

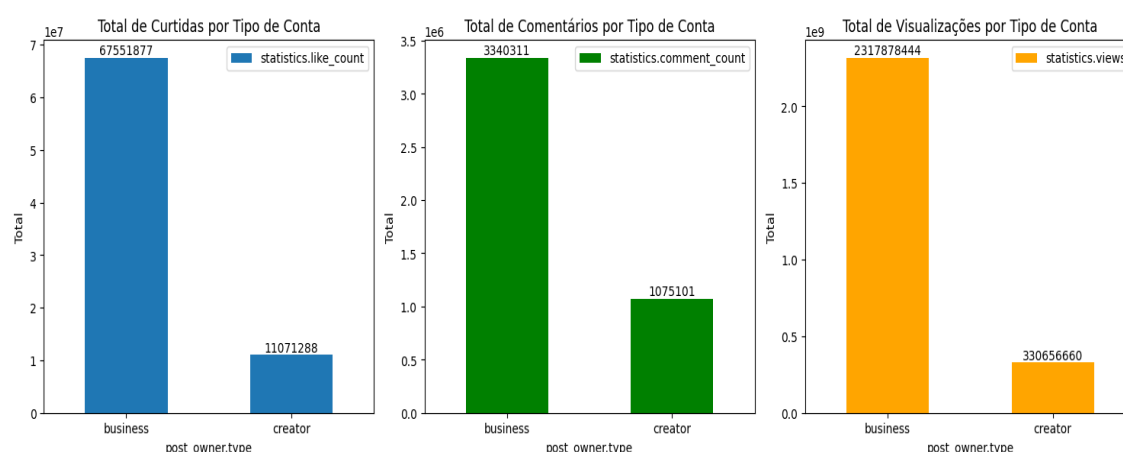
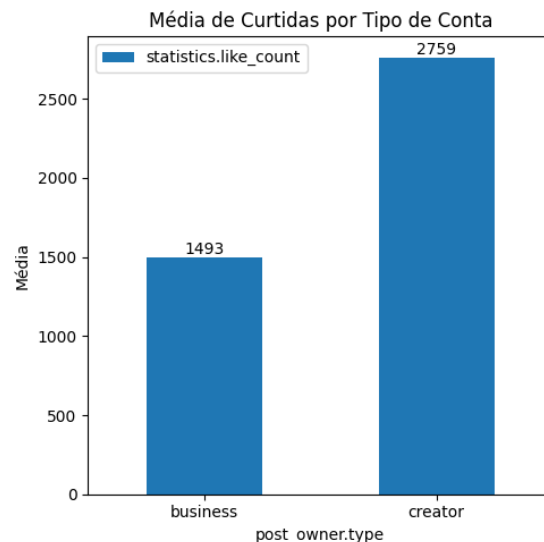


Figure 1. Total de curtidas, comentários e visualizações de *Business* e *Creator*

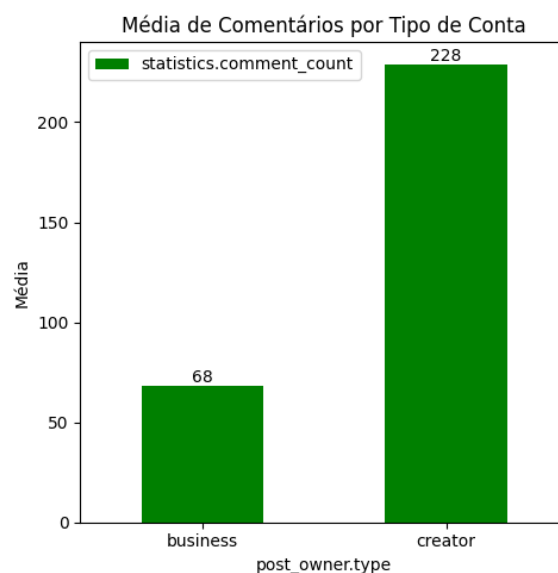
Como é ilustrado na Figura 2 em relação à média de curtidas por tipo de conta, as contas *Business* obtiveram uma média de 1.493 curtidas por postagem, enquanto as contas

*Creator* apresentaram uma média de 2.759 curtidas por postagem. A média de curtidas é substancialmente maior para as contas *Creator*, o que sugere que criadores de conteúdo podem ter uma interação mais pessoal e envolvente com seu público.



**Figure 2. Média de curtidas de *Business* e *Creator***

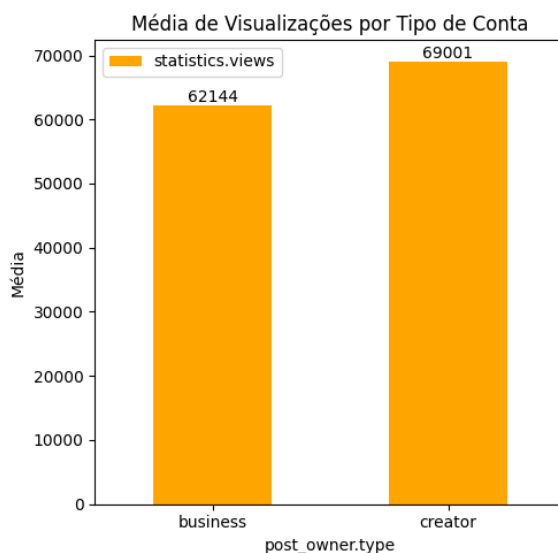
Já a Figura 3 mostra a média de comentários por tipo de conta, as contas *Business* tiveram uma média de 68 comentários por postagem, enquanto as contas *Creator* obtiveram uma média de 228 comentários por postagem. As contas *Creator* superaram as de *Business* no número médio de comentários, o que indica um engajamento mais intenso por parte dos seguidores dessas contas.



**Figure 3. Média de comentários de *Business* e *Creator***

No que diz respeito às visualizações médias por tipo de conta como representado na Figura 4, as contas *Business* tiveram uma média de 62.144 visualizações por postagem,

enquanto as contas *Creator* tiveram uma média de 69.001 visualizações por postagem. As contas *Creator* novamente superaram as *Business*, mas com uma margem bem próxima, diferente das métricas de curtidas e comentários.

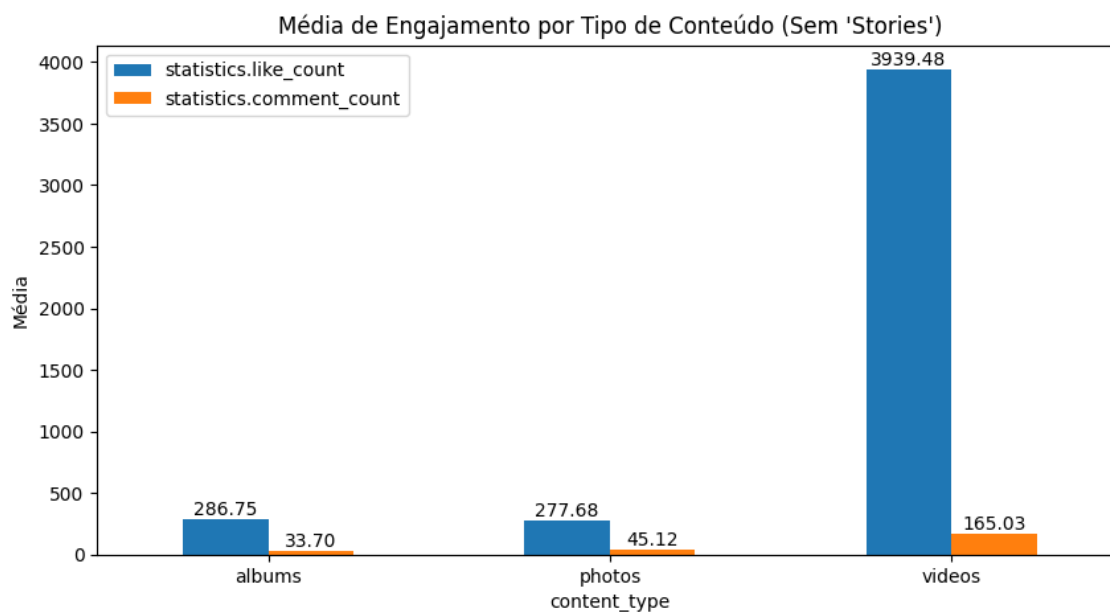


**Figure 4. Média de visualizações de *Business* e *Creator***

Embora as contas *Business* tenham números absolutos de engajamento significativamente mais altos devido ao maior número de contas analisadas, as contas *Creator* mostram um desempenho superior por postagem, refletindo um engajamento mais intenso por parte dos seguidores dessas contas.

### 3.1.2. Padrões por tipo de conteúdo

Para o tipo de conteúdo postado são considerados álbuns, fotos e vídeos. Na Figura 5 é ilustrado como existe uma grande diferença entre as postagens do tipo vídeo e as postagens do tipo imagens ou álbuns. Os vídeos são treze vezes mais curtidos que álbuns e quatorze vezes mais que fotos. Também os vídeos tem cinco vezes mais comentários que álbuns e três vezes mais comentários que as fotos.



**Figure 5. Média de engajamento por tipo de conteúdo**

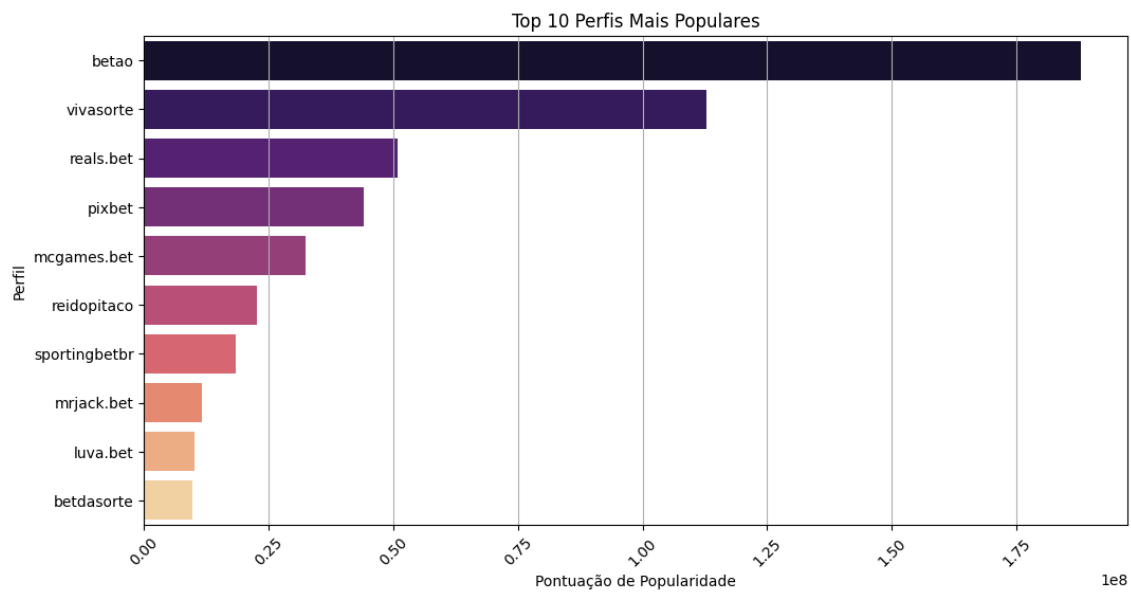
### 3.1.3. Popularidade de perfis

Para a análise da popularidade dos perfis foi criada uma métrica com pesos diferentes para quantidade de curtidas, comentários e visualizações, sendo visto os pesos dessa métrica na Tabela 1.

Métrica	Valor
Quantidade de curtidas	0.5
Quantidade de comentários	0.3
Quantidade de visualizações	0.2

**Table 1. Pesos da métrica de popularidade**

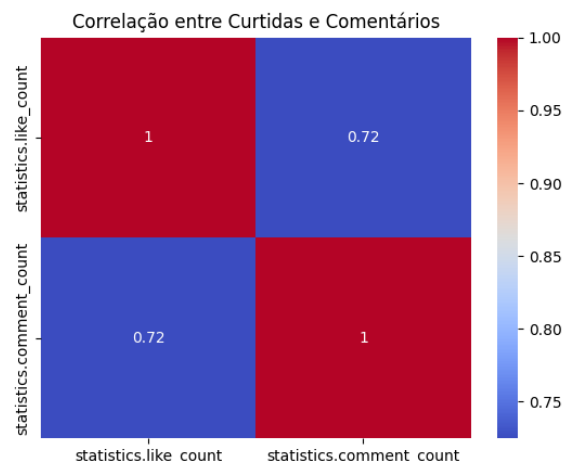
Sobre os perfis mais populares, percebe-se uma grande diferença entre as casas de apostas *Betão* e *Viva Sorte* em relação às demais. Além disso, há uma quantidade expressiva de interações provenientes das páginas *Reals Bet* e *Pix Bet*. Na Figura 6 pode ser observado o gráfico das dez casas de apostas mais populares utilizando utilizando a métrica descrita anteriormente.



**Figure 6. Perfis mais populares**

### 3.1.4. Correlação entre curtidas e comentários

A figura 7 ilustra a correlação entre o número de curtidas e comentários em postagens da análise. Ela indica um coeficiente de 0.72, tendo uma relação positiva moderada entre essas curtida e comentário. Isso significa que postagens com mais curtidas tendem a receber mais comentários.



**Figure 7. Perfis mais populares**

## 3.2. Análise temporal

A análise temporal das postagens da rede social é fundamental para compreender a evolução e o impacto das publicações ao longo do tempo. Esse tipo de análise permite identificar padrões temporais, evolução de tendências entre os usuários, variações no engajamento e a disseminação de informações em diferentes períodos. Além disso, possi-

bilita a detecção de tendências emergentes, sazonalidades e momentos de maior interação, auxiliando na previsão de eventos futuros.

### 3.2.1. Frequência de postagens

Na análise temporal, observa-se uma grande diferença nos horários das postagens. O período entre 12h e 22h concentra a maior parte das publicações, enquanto há uma quantidade significativamente menor entre 23h e 11h. O horário de pico das postagens ocorre às 15h. A Figura 8 representa os horários do dia e a quantidade de postagens em cada um destes horários.

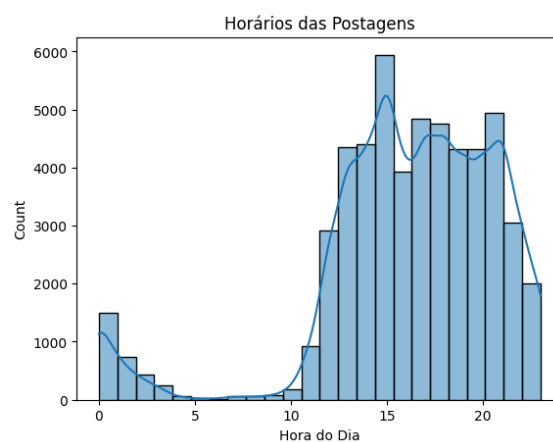


Figure 8. Frequência de postagens durante o dia

Em relação aos dias da semana, verificou-se uma maior quantidade de postagens às terças, quartas e quintas-feiras, dias que normalmente coincidem com partidas do Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Copa Libertadores da América e Copa Sul-Americana. A figura 9 demonstra a quantidade de postagens postagens durante cada dia da semana.

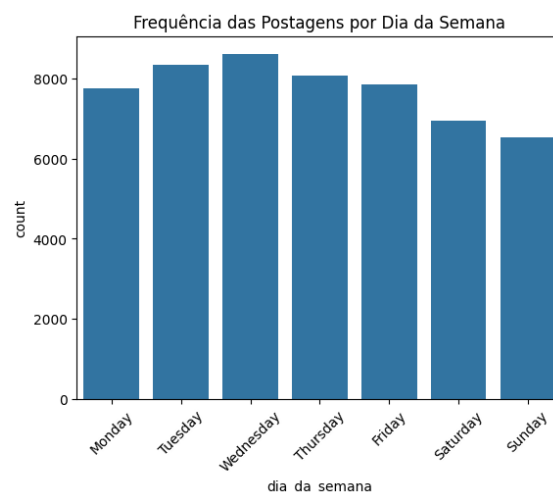


Figure 9. Frequência de postagens durante a semana

3.2.2. Evolução do engajamento médio ao longo dos meses

Utilizando curtidas e comentários como métricas, foi realizada uma análise do engajamento médio ao longo dos meses dentre as casas de apostas. O engajamento teve um aumento absurdo ao longo dos anos, com destaque a junho de 2024, onde o engajamento teve seu pico histórico. Essa evolução pode ser visualizada na figura 10.

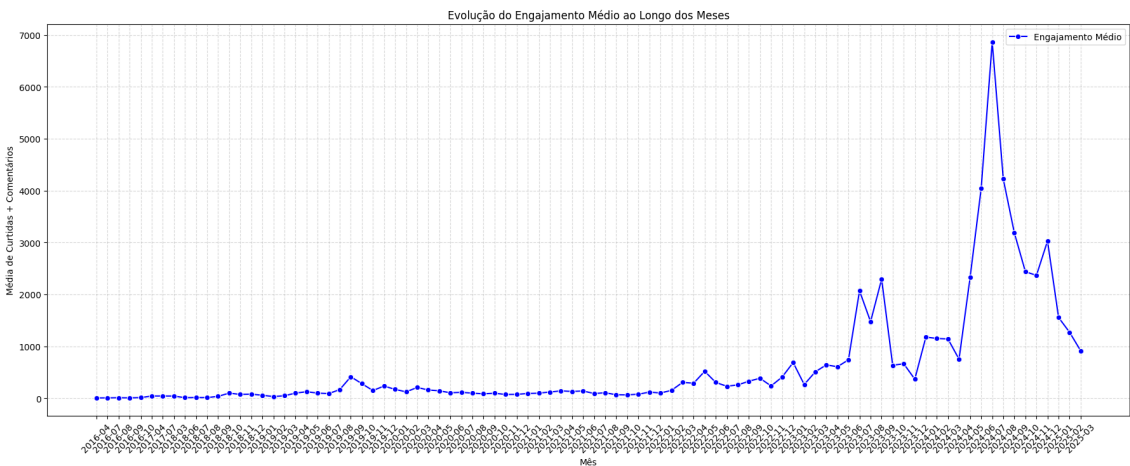


Figure 10. Evolução do engajamento médio ao longo dos meses

3.2.3. Evolução das visualizações médias ao longo dos meses

Na Figura 11 podemos verificar a evolução das visualizações médias ao longo dos meses, as visualizações seguem um padrão semelhante ao engajamento, com um destaque também ao mês de julho de 2024 onde o pico histórico de visualizações foi atingido, o gráfico como um todo mostra o esperado, de que quanto maior o número visualizações, maior tende a ser o engajamento.

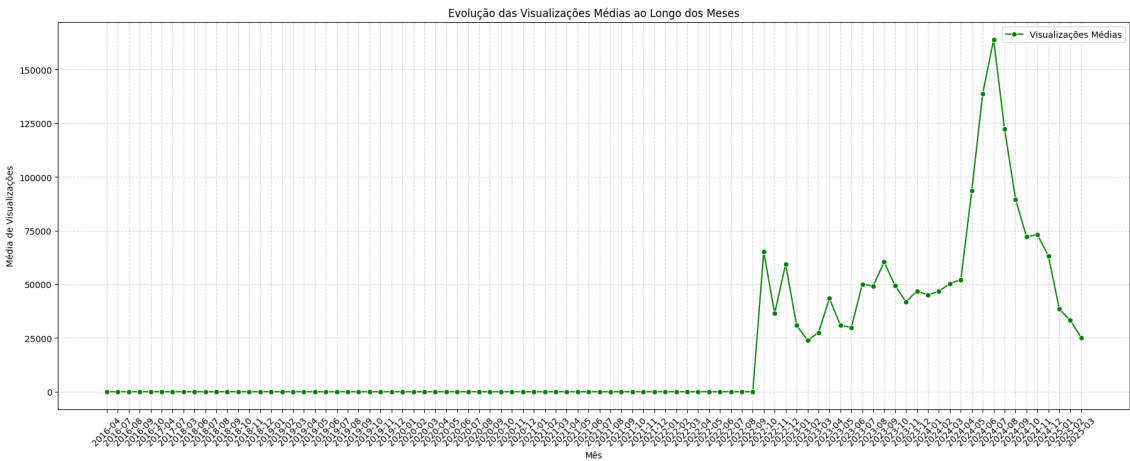


Figure 11. Evolução das visualizações médias ao longo dos meses



### 3.2.4. Quantidade postagens ao longo dos anos

Foi feito também uma análise sobre o número de postagens ao longo dos anos, na figura é notável o aumento gradativo, ano a ano, das postagens de casas de apostas, o que nos mostra o aumento da popularidade das apostas esportivas/cassinos ao longo dos anos. Destaca-se o ano de 2025 com três meses já tem quase a mesma quantidade de postagens do ano inteiro de 2022. Além disso, percebe-se um crescimento contínuo na quantidade de postagens ao longo dos anos, sendo que, nos três primeiros meses de 2025, a quantidade de postagens já se aproximava do total de 2022.

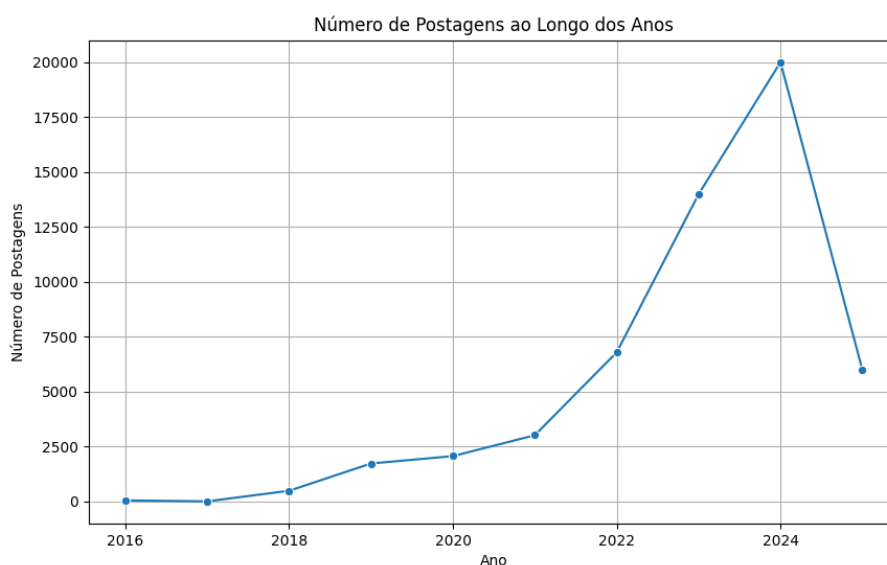


Figure 12. Evolução da quantidade de postagens ao longo dos anos

### 3.3. Análise de *hashtags*

A análise textual das *hashtags* nas postagens é essencial, pois elas desempenham um papel fundamental na categorização e identificação de temas relevantes nas redes sociais. Funcionando como marcadores, as *hashtags* conectam diferentes publicações a tópicos populares e tendências emergentes, ampliando o alcance e a visibilidade do conteúdo. Além disso, essa análise permite compreender padrões de uso, avaliar a eficácia das *hashtags* na promoção de engajamento e identificar quais termos têm maior impacto na descoberta e disseminação de informações dentro da plataforma.

#### 3.3.1. Nuvem de palavras das *hashtags*

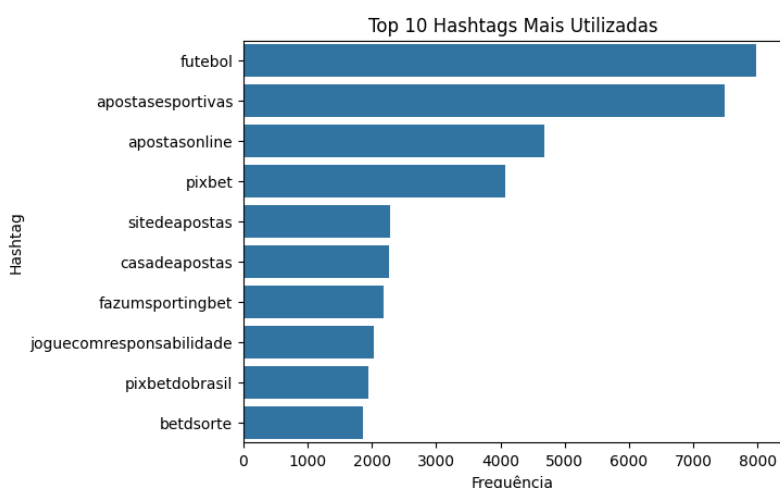
A nuvem de palavras permite visualizar as *hashtags* mais frequentes utilizados nas postagens das casas de apostas no *Instagram*. Na nuvem de palavras da Figura 13 é percebido o uso de termos relacionados a apostas como “apostasportivas”, “apostasonline”, “siteapostas”, “podeapostar” e “apostasdesportivas”, também é possível analisar o uso de *hashtags* dos nomes das casas de apostas e *slogans* das mesmas como “pixbet”, “vemdepix”, “horadogreen”, “casadeapostas”, “sportstips”, “betsonbrasil” e “mrjackbet”.



**Figure 13. Nuvem de palavras de *hashtags***

### 3.3.2. Hashtags mais utilizadas

A análise das *hashtags* indicou a forte presença de termos como #futebol, #apostas esportivas e #apostas online, além de *hashtags* específicas das casas de apostas, evidenciando uma estratégia voltada para atrair usuários interessados em futebol e apostas. Na figura 14 é evidenciado as 10 *hashtags* mais utilizadas.

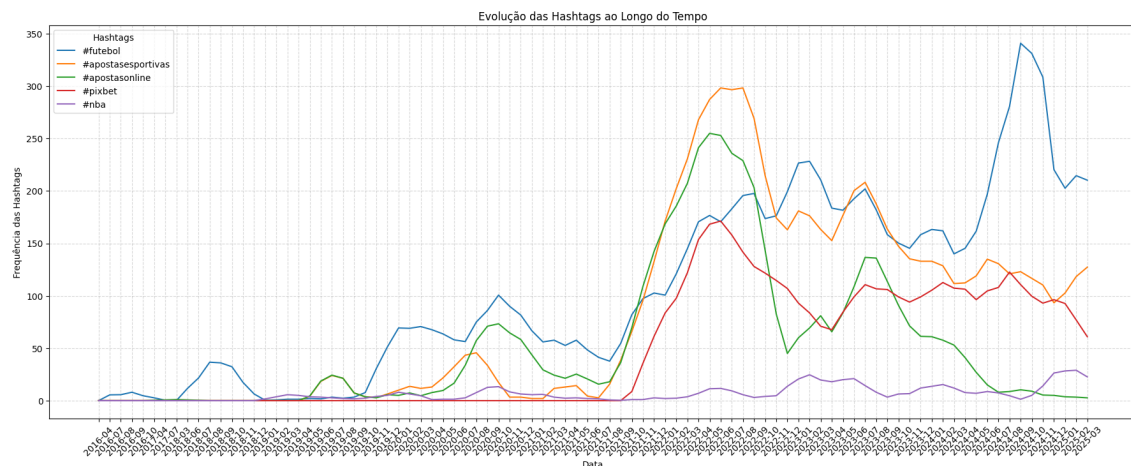


**Figure 14. *Hashtags* mais utilizadas**

### 3.3.3. Evolução das *hashtags* ao longo dos meses

Na análise temporal das *hashtag* é percebido como o ano de 2022 houve um grande aumento do uso das *hashtags* mais utilizadas, tendo a maioria das mais utilizadas em queda

nos anos de 2023 e 2024, enquanto a *hashtag* “futebol ” apresentou aumento em 2024. A figura 15 demonstra estas mudanças ao longo de abril de 2016 até março de 2025.



**Figure 15. Evolução das *hashtags* ao longo dos meses**

### 3.4. Análise textual das postagens

A análise textual das postagens permite uma compreensão detalhada do conteúdo compartilhado pelas páginas, possibilitando a identificação de temas predominantes e padrões discursivos. A partir da nuvem de palavras, é possível visualizar os termos mais frequentes, enquanto a análise de tópicos organiza as postagens em categorias relevantes. Além disso, ao relacionar os tópicos com métricas de engajamento e visualizações, torna-se viável avaliar quais temas geram maior interação e alcance, proporcionando *insights* sobre o impacto e a recepção do conteúdo pela audiência.

#### 3.4.1. Nuvem de palavras do texto das postagens

Na análise textual, verificou-se a grande presença de termos como “sorte”, “seu palpite”, “chance”, “hoje tem”, “apostasesportivas”, “apostasonline” e os nomes das casas de apostas na nuvem de palavras. Isso sugere um discurso persuasivo voltado a incentivar os usuários a realizarem apostas. A figura 16 ilustra uma nuvem de palavras com as palavras mais utilizadas.



### 3.4.3. Engajamento total por tópico

A análise de tópicos revelou que postagens relacionadas ao time Clube de Regatas do Flamengo possuem alto engajamento, assim como aquelas associadas à casa de apostas *Pix Bet*. No entanto, o maior engajamento foi observado em postagens sobre o campeonato espanhol *La Liga*. A figura 18 ilustra um gráfico dos engajamentos por tópico.

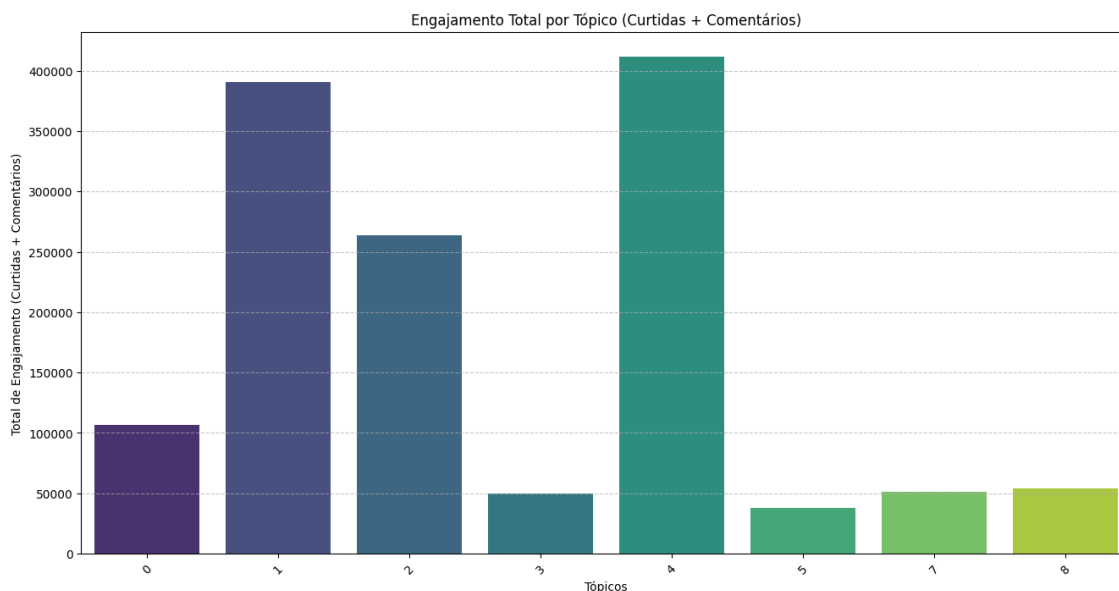


Figure 18. Engajamento por tópico

### 3.4.4. Visualizações totais por tópico

Na análise de tópicos foi percebido que em relação as visualizações, foi identificado que conteúdos envolvendo a casa de apostas *Pix Bet* recebem mais visualizações, seguidos por postagens sobre a NBA e o time Flamengo. Pode ser visualizadas essas informações na Figura 19.

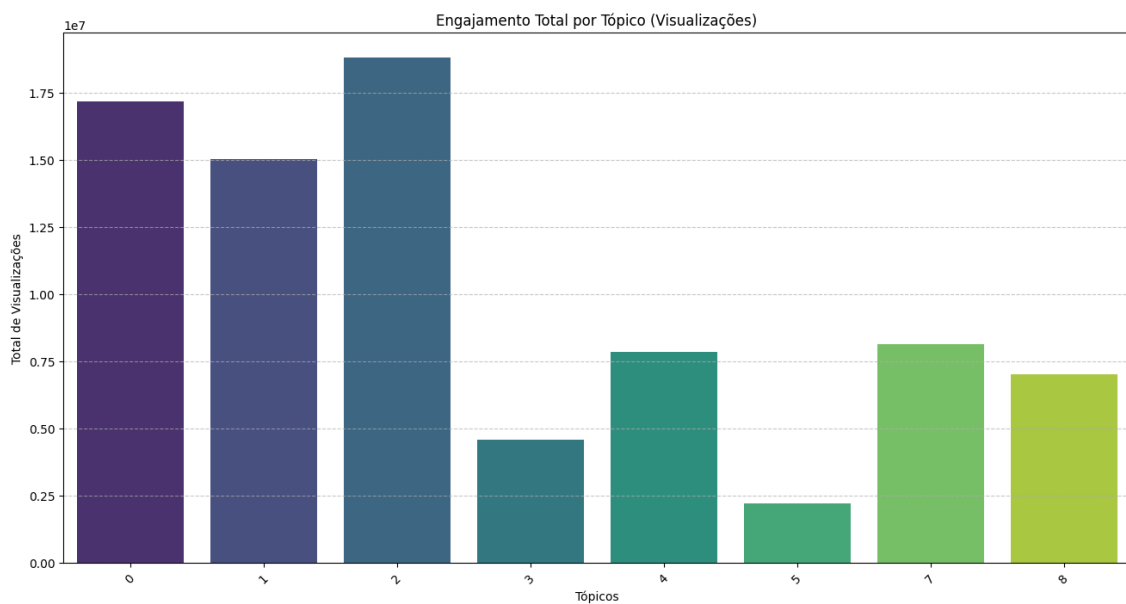


Figure 19. Visualizações por tópico

#### 4. Conclusão

Os dados analisados evidenciam o crescimento expressivo da presença das casas de apostas no *Instagram*, com um aumento contínuo na quantidade de publicações e no engajamento do público ao longo dos anos. A correlação entre eventos esportivos de grande porte, como a Copa do Mundo e a Liga dos Campeões da UEFA, e os picos de interações reforça a importância desses torneios para a estratégia das plataformas de apostas.

A análise de engajamento demonstrou que postagens em vídeo são significativamente mais eficazes em atrair curtidas e comentários, indicando uma preferência do público por esse formato. Além disso, o uso de hashtags e termos persuasivos nas publicações revela uma abordagem estratégica para captar a atenção de apostadores, reforçando o apelo emocional e a sensação de oportunidade nas apostas.

O comportamento das postagens também segue padrões previsíveis, concentrando-se no período da tarde e nos dias da semana que coincidem com eventos esportivos de grande audiência. Essa constatação sugere que as casas de apostas ajustam suas estratégias para maximizar a visibilidade e o engajamento do público.

Por fim, a análise de tópicos revelou um forte vínculo entre as casas de apostas e o futebol, especialmente com clubes de grande torcida, como o Flamengo, além da relevância de competições internacionais como La Liga, NBA e NFL para a audiência brasileira. Essas descobertas reforçam o papel das redes sociais como um meio essencial para a promoção das apostas esportivas, consolidando uma relação entre o consumo de conteúdo esportivo e o incentivo às apostas online.