

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE DIREITO

AMANDA CRISTINA MADUREIRA REIS

**CRIMINOLOGIA CULTURAL: A COMODIFICAÇÃO DA ESTÉTICA DE
TRANSGRESSÃO EM *SPORTS BETTING***

OURO PRETO

2024

AMANDA CRISTINA MADUREIRA REIS

**CRIMINOLOGIA CULTURAL: A COMODIFICAÇÃO DA ESTÉTICA DE
TRANSGRESSÃO EM *SPORTS BETTING***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à disciplina Monografia Jurídica para fins de obtenção do título de bacharel em direito vinculado ao curso de Direito do Departamento de Direito (DEDIR) da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP).

Orientador: Prof. Dr. André Abreu Costa

Área de concentração: Direito Penal,
Criminologia

OURO PRETO

2024



FOLHA DE APROVAÇÃO

Amanda Cristina Madureira Reis

Criminologia Cultural: a comodificação da estética de transgressão em sports betting

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel.

Aprovada em 21 de fevereiro de 2024.

Membros da banca

Professor Dr. André de Abreu Costa - Orientador - Universidade Federal de Ouro Preto
Professor Dr. Federico Nunes de Matos - Universidade Federal de Ouro Preto
Mestrando Lucas de Lazare Rodrigues - PPGD/Universidade Federal de Ouro Preto

André de Abreu Costa, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 21 de fevereiro de 2024.



Documento assinado eletronicamente por **Andre de Abreu Costa, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 21/02/2024, às 09:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0670839** e o código CRC **5F04585D**.

RESUMO

A presente monografia objetiva o estudo do processo de comodificação da estética transgressiva em um produto cultural, as casas de apostas esportivas *online*. Nesse sentido, apresenta-se como objetivo geral a compreensão acerca dos fenômenos culturais, econômicos, sociais e jurídicos que possibilitaram essa transformação. Para tanto, foi adotada a vertente metodológica jurídico-sociológica, bem como o modo de investigação jurídico-descritivo. O marco teórico que orienta a pesquisa é a Criminologia Cultural e, de modo complementar, as propostas desenvolvidas por Gilles Lipovetsky e Jean Serroy acerca da estetização do mundo e o capitalismo artista. Nesse sentido, o estudo evidencia que na legalização das *Sports Betting* pela Lei nº 13.756/2018, o que está em disputa é a dimensão do significado. O capitalismo na sociedade tarde-moderna está voltado para a produção imaterial, a partir da criação de valor econômico por meio de valor experiencial. Essa dinâmica atua no campo de manipulação de signos, emoções e sentimentos, explorando estratégias de transgressão e subversão para diferenciar os produtos. No domínio do entretenimento comodificado, as casas de apostas *online* representam a transformação da estética da transgressão em um novo produto cultural no universo do esporte e do futebol. Nessa dinâmica, toda estrutura que envolve o futebol é modificada para atender a inserção desse novo produto. Não é necessário, sequer, ser fã do esporte ou torcedor de um clube para realizar apostas esportivas nas casas *online*. A relação entre o esporte e a indústria de apostas destaca como a cultura econômica se reinventa, moldando e sendo moldada pelo cenário esportivo contemporâneo.

Palavras-chave: Criminologia Cultural; comodificação; *sports betting*; transgressão

ABSTRACT

This monograph aims to study the process of commodification of transgressive aesthetics in a cultural product, sports betting. In this sense, the general objective is to understand the cultural, economic, social and legal phenomena that made this transformation possible. To this end, the legal-sociological methodological approach was adopted, as well as the legal-descriptive mode of investigation. The theoretical framework guiding the research is Cultural Criminology and, in a complementary way, the proposals developed by Gilles Lipovetsky and Jean Serroy about the aestheticization of the world and artist capitalism. In this sense, the study shows that in the legalization of Sports Betting by Law No. 13.756/2018, what is in dispute is the dimension of meaning. Capitalism in late-modern society is geared towards immaterial production, based on the creation of economic value from experiential value. This dynamic operates in the field of manipulating signs, emotions and feelings, exploiting strategies of transgression and subversion to differentiate products. In the realm of commodified entertainment, sports betting represent the transformation of the aesthetics of transgression into a new cultural product in the world of sport and football. In this dynamic, the entire structure surrounding football is modified to accommodate the insertion of this new product. You don't even have to be a fan of the sport or a supporter of a club to place sports bets online. The relationship between sport and the betting industry highlights how economic culture reinvents itself, shaping and being shaped by the contemporary sports scene.

Keywords: Cultural Criminology; commodification; sports betting; transgression.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	<i>SPORTS BETTING</i>	9
2.1	Maximização dos mercados e espaços geográficos	12
2.2	Apostas em loteria de quota fixa	15
3	CAPITALISMO ARTISTA E A ESTETIZAÇÃO DO MUNDO	19
3.1	A Criação de Valor Econômico através do Valor Estético Experiencial	20
4	CRIMINOLOGIA CULTURAL	25
4.1	Tédio, Modernidade Tardia e Transgressão	28
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
	REFERÊNCIAS	34

1 INTRODUÇÃO

O futebol se apresenta hoje como um megaespetáculo de dimensão global, os seus desdobramentos não são mais restritos ao campo do esporte. Jogadores são celebridades, competições são transformadas em megashows nas televisões e nos canais de *streaming*, e o torcedor é convertido em consumidor.

Essa alteração deriva da necessidade do capitalismo tardo-moderno em lidar com as mudanças sociais. Em uma sociedade caracterizada pelo tédio, massificação e descontentamento com o mundo, os produtos precisam oferecer mais do que recompensas materiais. Deste modo, o consumo na sociedade moderna é, via de regra, experiencial, ou seja, focado no imaterial, campo dos sentimentos, sensibilidades, excitações (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 27).

A estetização do mundo é a máxima do capitalismo moderno. Consoante Lipovetsky e Serroy (2015, p. 264) “O capitalismo criativo transestético faz nascer a sociedade do hiperespetáculo, que é ao mesmo tempo a do *entertainment* sem fronteiras”. Nessa fase de estetização global, as expressões sociais e culturais são passíveis de serem transformadas em megaespetáculo com o objetivo de ampliar o consumo das massas e o lucro das empresas. Até mesmo o esporte e, em especial, o futebol, pode ser inserido nessa lógica do mercado estético. Na era deste hiperespetáculo, o divertimento e a sedução orientam o consumo, e diversas estratégias, tais como a estética transgressiva, são utilizadas na comodificação de sentimentos, atos, pessoas e culturas em produtos de consumo.

Segundo Salah Khaled Júnior (2018, p. 59) “a comodificação pode ser definida como transformação de bens ou serviços – assim como de ideias ou entidades que não seriam bens – em mercadorias”. Até mesmo o crime, a violência e a transgressão são inseridos nesse processo de mercantilização. A era do capitalismo artista também é marcada por uma massificação dos produtos, que impõem às marcas uma necessidade de diferenciação em relação à concorrência, que se utilizam, para este fim, estratégias de transgressão, subversão e provocação (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 275). O objetivo, ao explorar estes signos, é de provocar no consumidor uma nova experiência com o produto. O hiperespetáculo futebolístico precisa oferecer aos seus consumidores experiências de divertimento que ultrapassem o campo do ordinário.

Nessa dinâmica, novos mercados ganham espaço, à exemplo das casas de apostas *online*. Também conhecido como *Sports Betting*, essas plataformas permitem as pessoas escolherem prognósticos relacionados a certo evento esportivo, mediante o pagamento de determinada quantia que, poderá ser multiplicada pelo valor fixado da cotação, em caso de acerto.

Essa nova economia de interação com o esporte e, em especial com o futebol, tem ganhado muito espaço no cenário brasileiro (MAGATTI, 2023). Todavia, nem sempre foi assim. O que permitiu a operacionalização legal da atividade foi a criação e legalização da modalidade de aposta em loteria de quota fixa pela Lei nº 13.756 de 2018. A loteria de quota fixa se traduz na espécie em que é definido, no momento de efetivação da aposta, quanto a pessoa pode ganhar em caso de acerto do prognóstico, sendo este o caso das casas de apostas *online*.

Surge então como problemática, à luz da criminologia cultural, o processo de comodificação da estética transgressiva em um produto cultural comercializável, as *Sports Betting*. Vale dizer, quais são os procedimentos, estratégias, discursos, mudanças econômicas, sociais e culturais que possibilitam a criação de um produto comercializável a partir de uma conduta anteriormente classificada como contravenção penal.

Por hipótese considera-se que o processo de comodificação da transgressão no produto cultural materializado nas casas de apostas esportivas *online* no Brasil é fruto da estetização do mundo, no qual o império do espetáculo e do divertimento permitem a comercialização dessa mercadoria (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 263.) À vista disso, a atividade antes definida como contravenção penal é legalizada de forma isolada na modalidade apostas em loteria de quota fixa para atender o anseio de expansão do mercado de consumo futebolístico no Brasil. Ademais, em consonância com a abordagem metodológica defendida pela Criminologia Cultural, essa operacionalização só é possível pois o crime, a violência, o controle da criminalidade e a transgressão estão inseridos em um contexto cultural de disputa de significados.

Tem-se como objetivo geral a compreensão de que modo o processo de comodificação da estética da transgressão no produto “casas de apostas esportivas *online*” foi constituído no Brasil, com destaque as manifestações jurídicas, culturais, sociais e econômicos presentes nessa relação. Como objetivos específicos, busca-se o entendimento acerca dos fenômenos de estetização do mundo, comodificação, atuação do capitalismo artista e como essas vertentes se relacionam com o fenômeno do crime e da transgressão.

Para tanto a vertente metodológica adotada será a jurídico-sociológica, bem como o modo de investigação jurídico-descritivo. O marco teórico principal que orienta o presente projeto é a Criminologia Cultural, compreendida como uma abordagem metodológica de estudo de processos criminais, culturais e de controle do crime, focada em confrontar metodologias positivas na criminologia e fazer uma criminologia da e para a modernidade tardia.

O propósito é evidenciar o contexto cultural do crime, ou seja, entender o crime e as organizações de controle social como produtos culturais, que devem ser tratados a partir de suas particularidades e significados (FERREL e HAYWARD, 2017, p. 84). À vista disso, o estudo da construção mediada e a mercantilização do crime, da violência, da punição e da estética da transgressão estão no campo da criminologia cultural. Essas temáticas demandam uma especial atenção no contexto de uma sociedade de consumo que está, constantemente, exposta à atuação de mecanismos que promovem a comodificação, na qual tudo é transformado em mercadoria.

De modo complementar, as reflexões desenvolvidas sobre a estetização do mundo e o império do espetáculo e divertimento, propostas Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, norteia a pesquisa especialmente no tocante à utilização da estética da transgressão como estratégia mercadológica. O novo propósito mercadológico do capitalismo, atua na ampliação do consumo das massas e o lucro das empresas por meio da produção imaterial através da qual arte, mercado e cultura se misturam para inflar a experiência contemporânea de valor estético.

Nesse sentido, a atuação das casas de apostas esportivas *online* é um tema destaque no país atualmente. Essa modalidade de aposta de loteria em cota fixa, assim instituída pela lei 13.756/18, se difundiu pelos meios sociais, estando presente em comerciais televisivos, internet e até mesmo estampados como patrocínios em uniformes de clubes brasileiros.

Por conseguinte, um debate acerca do aspecto cultural e social que permeia o processo de comodificação, estetização, legalização e difusão desse produto cultural é importante para compreender de que forma ele está situado na sociedade e quais são as implicações culturais, sociais e jurídicas dessa atividade em larga expansão no país.

2 SPORTS BETTING

Sports Betting, ou simplesmente apostas esportivas em português, é nome direcionado às casas de apostas focadas no mundo esportivo, geralmente com atuação através de plataformas *online*. Nesses ambientes virtuais é permitido ao usuário escolher dentre uma série de prognósticos relativos a eventos esportivos reais, mediante ao pagamento de uma quantia que, em caso de acerto, será multiplicada pelo valor da *odds* apresentada.

Odds é o nome que se dá à probabilidade de concretização de um evento esportivo. Elas são definidas de acordo com as previsões das casas de apostas acerca de acontecimentos e resultados nos jogos. Essa probabilidade é representada por cotações através de números. São elas que determinam o quanto que o apostador receberá em caso de acerto (SILVA, 2023). Por exemplo, se em determinado mercado *moneyline*, vencedor de partida, a *odd* era de 2.0, no modelo decimal, e o apostador decidiu destinar R\$50,00 o seu retorno será de R\$100,00, vale dizer, receberá o valor que apostou e o retorno referente ao acerto de prognóstico. Neste exemplo, a cotação decimal de 2.0 indica que o dinheiro destinado será dobrado no caso de escolha correta.

A cotação por *odd* é, portanto, o elemento diferenciador que caracteriza essa modalidade de loteria legalizada a partir da Lei nº 13.756/2018, como apostas de quota fixa. Neste formato o indivíduo sempre terá conhecimento do quantitativo que receberá no caso de uma aposta bem-sucedida, a incerteza recai apenas sobre a materialização ou não do evento e não sobre o montante.

As *bets* contam com equipes de especialistas responsáveis por fornecerem cotações que se aproximam ao máximo da realidade. *Odds* maiores chamam mais a atenção dos apostadores, todavia, representam menor probabilidade de efetivação. É através deste mecanismo que as casas de apostas obtêm seu lucro (SILVA, 2023). Muitos apostadores sem experiência são atraídos por cotações altas, todavia, ao realizarem apostas improváveis desperdiçam dinheiro, o que permite a acumulação de ganhos pelas casas de apostas.

À título de exemplificação, uma aposta com *odds* de 10/1, que proporciona uma possibilidade implícita de 9,1%, ocorrência muito improvável. Por outro lado, uma aposta com *odds* de 1/6 reflete uma probabilidade implícita de 85,7%. É importante notar que o cálculo da probabilidade é uma variante que deve ser considerada estrategicamente pelos apostadores.

Outro aspecto fundamental diz respeito ao modelo de cotação. Normalmente, as *sports betting* apresentam essas cotações de três formas: modelo americano, frações e decimais. As *odds* fracionais ou fracionárias, como utilizado no exemplo acima, são representadas por frações. Comuns no Reino Unido e demais países da Europa, não são muito utilizadas no Brasil.

Para uma compreensão mais simples acerca do funcionamento das *odds* fracionais tem-se o dado que 1/1 representa uma possibilidade implícita de 50% na concretização do evento. Ou seja, as fracionais com o numerador maior (4/1, 6/1) representam uma probabilidade menor que 50% e, conseqüentemente, se o denominador é o número maior (2/5, 1/7) o apostador estará diante de uma chance maior que 50%. Para calcular o lucro é preciso multiplicar o valor da aposta pelo numerador e dividir pelo denominador, resultado que fornecerá os ganhos totais.

Já o modelo americano é utilizado para eventos da NFL, *National Football League*, ou qualquer esporte americano. Se comparado às decimais e fracionais, o seu formato é o diferente, isto porque está pautado na diferenciação entre o favorito e o azarão. Neste caso, o favorito do evento sempre será representado por um número negativo (-150, -170), enquanto o azarão será acompanhado por um número positivo (+150,+170). No caso dos favoritos, o número indica o quanto o apostador deveria jogar para ter um retorno de 100 dólares de lucro, nos exemplos citados seriam respectivamente 150 e 170 dólares. Por outro lado, o valor do azarão representa os ganhos com uma aposta inicial de 100 dólares: seguindo os exemplos, 150 e 170 dólares de lucro.

Por fim, o modelo de *odds* mais utilizada no Brasil são as decimais, consideradas também as mais fáceis de se utilizar (SAMPAIO, 2024). Elas são exibidas como números inteiros ou decimais (3.0, 2,5). A probabilidade implícita pode ser extraída da seguinte forma: em um decimal de 1,01 a chance de ocorrência do evento é de 99%, em se tratando do decimal 2 a chance é de 50%. Em outros termos isto significa que, qualquer aposta com a *odd* menor que 2 possui uma probabilidade maior que 50%, enquanto os números maiores que 2, representam possibilidades menores que 50%.

Para calcular o lucro em caso de acerto do prognóstico o caminho é simples, basta multiplicar o valor apostado pela *odds* e subtrair o valor inicial. Se em um cenário hipotético a *odds* para o Vasco campeão do Brasileirão 2024 é de 10 (10% de probabilidade implícita), caso o episódio se materialize, o ganho total será o resultado da multiplicação do valor apostado pelo decimal encontrado.

Essa é a mesma lógica utilizada para calcular os ganhos em uma aposta simples, aquela no qual o apostador indica apenas uma previsão no bilhete, quer dizer, seleciona apenas um mercado dentro de um único evento esportivo e aposta (SILVA, 2023).

Mais complexo é o cálculo que envolve as chamadas apostas combinadas, compreendidas como a junção de vários prognósticos no mesmo bilhete de aposta. É uma combinação mais arriscada pois basta errar um único evento que toda a aposta será desconsiderada. Para realizar o cálculo nessa situação é importante ressaltar que as cotações são multiplicadas entre si. A *odds* final será o resultado da multiplicação de todas as *odds* escolhidas, o que normalmente fornece um valor final alto, sendo o modelo preferido dos apostadores mais experientes.

Diante do exposto, é possível perceber que a atividade de apostar está relacionada com uma série de fatores que devem ser levados em consideração pela pessoa (SILVA, 2023). Para analisar se o valor fornecido por uma *odds* compensa ou não o risco, o apostador deve analisar, em se tratando de um jogo de futebol, as escalações prováveis e desfalques das equipes, o momento atual de cada um dos clubes, o formato tático a ser utilizado, se há ou não confronto direto, qual a real necessidade de vitória, local da partida, clima do local, permissão ou não de torcida, e todos os demais fatores externos que possam influenciar a materialização ou não do evento indicado.

Este universo de análise estratégica possibilita a consolidação de um outro mercado paralelo e dependente das casas de apostas *online*, que são as parcerias com figuras do meio esportivo que possuem, via de regra, conhecimento técnico necessário para orientar o indivíduo na escolha das melhores apostas.

A colaboração com jornalistas esportivos tem se tornado mais comum, atividade que envolve a produção de um conteúdo especializado para a plataforma, no qual os jornalistas compartilham estatísticas e tendências sobre os eventos, e promoção e publicidade, na medida em que gera uma visibilidade maior e “humanização” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 279) das *sports betting* através de alguém que possui a confiança do público destinatário.

2.1 Maximização dos mercados e espaços geográficos

Além de compreender o cálculo das *odds* e as conseqüentes possibilidades implícitas, é imprescindível destacar que as apostas não são restritas a expectativas de vitória de um determinado time ou acertos em placar, elas envolvem uma gama de cenários que podem ser extraídos dos torneios esportivos: quantitativo de gols, faltas, escanteios, cartões, toques na bola, passes corretos etc. (CUNHA; NÓBREGA, 2023, p.70).

Todo âmbito do esporte, em especial do futebol, é transformado em mercados de apostas. Nem mesmo o componente aparentemente mais irrelevante é desprovido de valor comercial, tudo cede à lógica de maximização dos lucros pelas casas de prognósticos esportivos. São tantas possibilidades e combinações possíveis que o usuário sente-se inclinado a participar, é a materialização de um entretenimento diversificado e personalizado.

No âmbito das apostas em futebol, o mercado de vencedor da partida é o mais simples e, provavelmente, o mais conhecido. O prognóstico se resume a chance de vitória de uma equipe contra outra. O usuário também pode apostar no resultado, expresso por 1x2, vitória do time A (1), empate (x), ou vitória do time (B). Além disso é possível escolher o ganhador dentro de um intervalo de tempo contemplado na duração dos jogos, ou seja, quem vencerá até o minuto 30, 40, 65 e assim por diante (SAMPAIO, 2024).

Outro mercado parecido é o de apostas em vencedores totais. A diferença reside no fato de que o vencedor não se restringe a um único jogo, como no da partida, e sim em alguma liga ou campeonato. Estes são prognósticos de longo prazo que demandam uma análise minuciosa por parte do apostador, pois envolve uma quantidade expressiva de variáveis.

As apostas em mais/menos gols também são muito populares. A previsão sobre um número mais ou menos certo de gols é representada por intervalos de 0,5, 1,5, 2,5, etc. Este formato é desdobrado para combinações que envolvam faltas, escanteios, cartões, toques na bola, chutes, dentre outros, configurando o mercado mais diversificado das apostas futebolísticas.

No campo das apostas mais específicas, a do placar correto é uma escolha recorrente dos usuários (SAMPAIO, 2024). Nela é possível indicar qual será o placar exato ao final do tempo regulamentar, ou entre algum intervalo temporal durante a partida, conforme explicitado

anteriormente. Por trabalhar com variáveis que condicionam a um resultado próprio, as *odds* de placares costumam ser atrativas aos usuários.

As apostas em artilheiros são outra modalidade que trabalha com aspectos mais individuais. O apostador pode escolher se determinado jogador marcará um gol na partida, se será o primeiro ou último artilheiro, se marcará nos dois tempos ou apenas em um dos tempos da partida e qual etc. Isso também se aplica às assistências, chances de gols criadas, chutes certos, faltas cobradas, e permite a combinação com outra ação de um jogador específico presente na partida.

Ainda sobre os mercados, imprescindível apresentar os *handicap* e *handicap* asiático, modalidade explorada pelos usuários das *sports betting* (BATAGLIN, 2024). Ambos são utilizados para harmonizar a probabilidade entre clubes e jogadores que possuem desempenhos tecnicamente muito diferentes, que acaba resultando em *odds extremas*.

O *handicap* é aplicado quando há disparidade entre as equipes que se enfrentam, materializando uma vantagem clara de um time contra o outro. No objetivo de deixar a aposta mais atraente e equilibrar a probabilidade dos times, atribui vantagens ou desvantagens aos competidores.

O apostador pode escolher que o time favorito, com maior probabilidade de vitória, deve começar com uma desvantagem e, para que o prognóstico se concretize, precisa superar esse prejuízo, do mesmo modo que o menos favorito pode receber uma vantagem e deve terminar o jogo dentro dessa margem.

Caso o apostar opte por um handicap de -2 gols para a equipe favorita, isso significa que ela deverá ganhar por dois os mais gols de diferença para concretizar a previsão. Já no caso de escolha de uma vantagem para o menos favorito, com handicap positivo de +2 gols, isso significa que ela poderá empatar ou perder por até dois gols de diferença. Como essa categoria envolve elementos audaciosos, o valor das *odds* costumam ser maiores, atraindo mais a atenção dos apostadores.

O *handicap* asiático é muito parecido, com a diferença que não comporta a possibilidade de empates, limitando a ocorrência de vitória ou derrota (BATAGLIN, 2024). Outra distinção reside no fato de que no asiático existem as denominadas linhas quebradas e linhas cheias, em outros termos, há a possibilidade de ganhar ou perder a aposta, o que é o padrão, mas também de ganhar ou perder parcialmente o valor destinado.

Apesar de ser um mercado mais complexo, que demanda um conhecimento das regras de cada uma das linhas cheia (-1/+1/-2/+2 etc), meia (-0.5/+0.5), de quarto (-0.25/+0.25) e empate anula ou *draw no bet* (0.0), possui *odds* melhores e mais atrativas para cenários que originalmente não permitiam uma margem considerável de flexibilidade.

As apostas também não são limitadas ao espaço geográfico no qual se encontra o autor do prognóstico, sua abrangência é mundial, sendo assim, é possível apostar em um jogo de futebol da primeira divisão da Tanzânia, bem como em uma partida de hóquei do gelo disputada na Finlândia. (CUNHA; NÓBREGA, 2023, p.70)

Deste modo o objeto da aposta é ampliado. O apostador brasileiro não está restrito aos eventos esportivos de ocorrência no Brasil, ele pode escolher entre qualquer prognóstico disponibilizados pelas *sports betting*. Isso representa um novo atrativo para os consumidores; combinações das mais variadas possíveis em mercados para além do imaginável, o que não falta são opções.

A descentralização geográfica também provoca um distanciamento com o objeto do qual são extraídos os eventos são submetidos aos prognósticos. No caso em específico do futebol, a interação com o campeonato de outro estado, país e até mesmo continente, não se dá mais necessariamente pelo jogo em si. O apostador pode interagir com todas as suas variáveis sem que ao menos precise ir ao estádio ou acompanhar pelos canais televisivos ou de *streaming*.

Conforme discutido anteriormente, as chances de resultados positivos no universo das apostas dependem da análise e planejamento estratégico que demanda o conhecimento acerca dos clubes, jogadores, campeonatos, formações táticas e demais componentes. Entretanto, mesmo que os usuários se dedicassem a extrair essas informações apenas através dos jogos em si, seria praticamente impossível acompanhar todos os jogos de todos os campeonatos que são oferecidos pelas casas de apostas.

A partir disso se dá a instituição dos mercados voltados a fornecer aos apostadores as informações necessárias para escolherem os prognósticos. Como tratado anteriormente, jornalistas esportivos são as figuras mais utilizadas nessa frente por já estarem inseridos no meio em pauta e transmitirem propriedade e segurança sobre o assunto para o público. Vídeos curtos, *posts* nas redes sociais, grupos em aplicativos de mensagens e demais meios de propagações são utilizados para proporcionar ao usuário um consumo mais estruturado e personalizado.

Acontece que do mesmo modo que não é preciso acompanhar todos os jogos de todos os campeonatos para realizar as apostas esportivas futebolísticas, não é necessário, sequer, ser fã do esporte ou torcedor de um clube. A descentralização atinge tanto o objeto quanto o público-alvo. Personalidades da internet, *influencers*, que não produzem conteúdo relacionado especificamente ao futebol também divulgam as casas de apostas *online*.

Canais televisivos com programação aberta, não direcionada apenas ao futebol, veiculam propagandas das casas de apostas. O destinatário dessa mensagem não é mais um público exclusivo: apostam em eventos futebolísticos quem tem a intenção, não sendo necessário estar inserido no universo cultural do futebol. Essa overdose de estímulos e possibilidades de apostas é oferecida à todos, legalmente aos maiores de 18 anos.

2.2 Apostas em loteria de quota fixa

No Brasil, essa atividade ganhou notoriedade em 2018, a partir da Lei nº 13.756/2018 que criou a modalidade lotérica das apostas de quota fixa, que “consiste em sistema de apostas relativas a eventos reais de temática esportiva, em que é definido, no momento de efetivação da aposta, quanto o apostador pode ganhar em caso de acerto do prognóstico” (Lei nº 13.756/2018). A referida legislação operou mudanças importantes no que diz respeito à legalidade das apostas de quota fixa. Isto porque, no Brasil, a atividade de estabelecer ou explorar jogos de azar é disciplinada como contravenção penal:

Art. 50. Estabelecer ou explorar jogo de azar em lugar público ou acessível ao público, mediante o pagamento de entrada ou sem ele: (Vide Decreto-Lei nº 4.866, de 23.10.1942) (Vide Decreto-Lei 9.215, de 30.4.1946)

Pena - prisão simples, de três meses a um ano, e multa, de dois a quinze contos de réis, estendendo-se os efeitos da condenação à perda dos moveis e objetos de decoração do local.

(...)§ 3º Consideram-se, jogos de azar:

a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;

a) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;

b) as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas;

b) as apostas sobre corrida de cavalos fora de hipódromo ou de local onde sejam autorizadas;

c) o jogo em que o ganho e a perda dependem exclusiva ou principalmente da sorte;

c) as apostas sobre qualquer outra competição esportiva.

A disciplina legal conferida pela Lei nº 13.756/2018 possibilita então a exploração da atividade de aposta em loteria de cota fixa, mediante regulamentação. Por anos a temática da regulamentação não recebeu a devida atenção, embora as casas de apostas *online* já atuassem legalmente no Brasil desde 2018. Segundo dados da *H2 Gambling Capital*, consultora de jogos e apostas, as *Sports Betting* faturaram no país em 2020 cerca de 12,5 bilhões de reais. A estimativa é de que o mercado tenha crescido 44,4% de 2021 a 2022, atingindo R\$ 4,5 bilhões em receita bruta (GGR), e deve chegar a R\$ 9,2 bilhões até 2027, um aumento de 105% (MAGRI, 2023).

Essa atuação em larga escala, que se materializa também no patrocínio de clubes de futebol brasileiros e propagandas veiculadas em canais abertos de televisão e na internet, motivou o processo regulamentação da atividade em 2023, 5 anos após a legalização.

A presença marcante das casas de apostas *online* na dinâmica cultural e econômica do futebol brasileiro é um fato. Levando em consideração que em um total de 40 clubes, das duas principais ligas nacionais, apenas o Cuiabá não é patrocinado por alguma plataforma *bet*, fica evidenciada a conexão entre o universo esportivo e a indústria das apostas (MAGRI, 2021).

Com a pandemia da covid-19 os clubes brasileiros sofreram um impacto expressivo no orçamento. Com finanças frágeis, fruto de gestões antiquadas e baixos investimentos em negócios digitais, os clubes tradicionais foram os mais afetados (AMORIM, 2021). Conforme dados fornecidos pelo levantamento da consultoria *Sports Value* (2021), no ano de 2020 os 20 maiores clubes do país tiveram uma perda combinada de receita de 1 bilhão de reais em comparação com 2019, faturamento reduzido de 6,1 bilhão para 5,1 bilhão de reais. Essas reduções foram expressivas no tocante as cotas de TV e premiações (déficit de 636 milhões de reais), bilheteria (384 milhões de reais), e social amador (117 milhões de reais), variando em perdas de 19,5% a 26% entre os clubes.

Muitos clubes perderam patrocínios. Nesse cenário o mercado das *bets* se apresentou como um atrativo financeiro, em substituição às saídas dos bancos como patrocinadores máster dos clubes brasileiros. Desde então os patrocínios das casas de apostas aos clubes brasileiros se tornaram cada vez mais comuns, ao ponto em que é difícil encontrar um time que não tenha os seus nomes estampados. Percebe-se a presença significativa das empresas de apostas nos

uniformes e propriedades dos clubes, estádios e centros de treinamento e ações em redes sociais. Os acordos são expressos de diversas formas, sendo a mais comum a estampa das marcas nos uniformes. Destaca-se também os clubes que possuem as casas como patrocinadoras másters, à exemplo do Atlético Goianiense, Botafogo, Bahia, Fortaleza, Cruzeiro, Atlético-MG, Fluminense, Sport e São Paulo (SOUZA, 2024).

Ao todo, pelo menos 17 marcas diferentes estão presentes nos uniformes ou propriedades dos clubes, com destaque para a Esportes da Sorte, que lidera o número de patrocinados na Série A e Série B. Dos times que têm as casas de apostas como patrocinadores principais, o Botafogo lidera o ranking de receitas anuais com R\$27,5 milhões, seguido por Cruzeiro e São Paulo que recebem cerca de R\$ 25 milhões por temporada. Essa presença de patrocinadores do setor de apostas evidencia o crescimento deste setor no financiamento dos clubes brasileiros (MAGATTI, 2023).

As competições esportivas não fogem dessa lógica. Os principais campeonatos de futebol no Brasil são patrocinados pelas *sports betting* (MAGATTI, 2023). O Brasileirão conta com o patrocínio máster da Galera.bet, a Supercopa do Brasil é patrocinada pelo Betano, assim como o Campeonato Paulista ao lado da Esportes da Sorte, Betnacional e Parimatch, e o Carioca com Betnacional e Betano. Por sua vez o Mineiro é patrocinado pela EstrelaBet, o Pernambucano pela Betnacional e o Gaúcho e Catarinense pelo MrJack.

Destaque para a Copa do Brasil, ou Copa Betano do Brasil que, como o nome propõe é patrocinada pela Betano. Em dezembro de 2022 a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) anunciou que a casa de apostas Betano os *naming rights* para nomear a Copa do Brasil em 2023 (MOURA, 2022). A alteração no nome acompanhou outras ativações, tais como banners, premiações para atletas e eventos especiais.

Alinhado com as tendência globais, uma vez que muitos países ao redor do mundo já legalizaram e regulamentaram essa atividade, a possibilidade de criação de empregos e arrecadação de impostos a partir de uma atividade já implementada e com popularidade crescente na sociedade, e o combate a um mercado informal vulnerável à fraudes e manipulações, bem como lavagem de dinheiro e crimes relacionados, a presença marcante das casas de apostas no mercado futebolístico brasileiro suscitou por diversas vezes a necessidade de regulamentação da matéria.

No início de 2023 uma investigação do Ministério Público de Goiás (LISBOA, 2023) levantou uma série de fraudes, frutos de apostas esportivas *online*, identificadas em jogos do Campeonato Brasileiro Série A e Série B e de campeonatos estaduais realizados no ano. O esquema envolvia o acionamento dos jogadores por parte dos apostadores que prometiam quantias financeiras expressivas em troca de ações específicas nos jogos: número determinado de faltas e escanteios, receber cartão amarelo/vermelho e até mesmo atuar para a derrota do próprio time.

Esse esquema, conhecido como “máfia das apostas”, empreendia a manipulação de eventos do mundo esportivo com o objetivo de arrecadar vantagens financeiras altas a partir do acerto de prognóstico. A prática criminosa provocou fraudes em treze partidas de futebol dos Campeonatos Brasileiros de 2022, a partir do envolvimento de 16 pessoas (LISBOA, 2023).

Em sessão da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Câmara dos Deputados que investiga a manipulação em partidas de futebol, o representante da *Sportradar*, empresa contratada pela CBF para inspecionar indícios de fraudes em campeonatos brasileiros, informou que as possíveis fraudes são detectadas a partir de “uma movimentação inesperada no mercado de apostas, sem nenhuma lógica que a justifique, precisa ser analisada como possível manipulação” (AGÊNCIA CÂMARA NOTÍCIAS, 2023).

Por conseguinte, todas essas questões influenciaram o processo de regulamentação das apostas em loteria de quota fixa. Em maio de 2023 o Ministério da Fazenda entregou ao presidente Lula a proposta de Medida Provisória nº 1.182, assinada em julho deste ano, para implementação das medidas regulatórias, que determina a responsabilidade do ministério pela fiscalização da atividade no território brasileiro (AGÊNCIA SENADO, 2023).

Toda a estrutura foi adaptada a esse novo produto cultural. Jogadores, tanto em atividade quanto aposentados, narradores, jornalistas e personalidades esportivas tornaram-se parceiros na promoção das casas de apostas. A influência das plataformas se estende desde os estádios às transmissões televisivas e ao ambiente virtual. Não há mais um local onde o nome das principais casas de apostas não esteja presente.

O futebol, como uma expressão intrínseca da cultura brasileira, tornou-se não apenas um campo de competição esportiva, mas também um terreno fértil para as estratégias de marketing das casas de apostas *online*. A relação entre o esporte e a indústria de apostas destaca como a cultura econômica se reinventa, moldando e sendo moldada pelo cenário esportivo

contemporâneo. Nesse contexto, a presença marcante das apostas *online* emerge como um fenômeno cultural e econômico inescapável, transformando a relação com o futebol nacional.

3 CAPITALISMO ARTISTA E A ESTETIZAÇÃO DO MUNDO

O modelo econômico de produção capitalista possui a capacidade de adaptação à novos cenários, demandas e inovações da sociedade moderna. A produção material tradicional, com ênfase no capitalismo industrial massificado, dá espaço a uma nova forma de estimular e explorar o consumo: o capitalismo artista. Com a ascensão da economia digital e o processo de globalização dos mercados, o capitalismo está mais orientado a uma produção imaterial, na qual a inovação, diversificação, criatividade e experiências orientam o consumo em grande escala.

“Com a época hipermoderna se edifica uma nova estética, uma sociedade superestetizada, um império no qual os sóis da arte nunca se põem. Os imperativos do estilo, da beleza, do espetáculo adquiriram tamanha importância nos mercados de consumo, transformaram a tal ponto a elaboração dos objetos e dos serviços, as formas de comunicação, da distribuição e do consumo, que se torna difícil não reconhecer o advento de um verdadeiro ‘modo de produção estético’ que hoje alcançou a maioria. Chamamos esse novo estado da economia mercantil liberal de capitalismo artista ou capitalismo criativo, transestético.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 40)

Se no modelo de produção industrial a estética ocupava um papel acessório, no capitalismo criativo ela é o cerne da produção, aquilo que orienta a estruturação dos novos produtos de consumo. Essa nova estratégia surge diante da necessidade de lidar com os desdobramentos de uma modernidade tardia, que está em constante alteração, num fluxo que envolve imediatismo e incertezas. A exploração das emoções é o que orienta esse novo modelo econômico capitalista neoliberal.

O capitalismo da sedução se manifesta ao direcionar-se aos prazeres dos consumidores através de imagens, dos sonhos, formas e relatos. É um jogo contínuo com o universo simbólico e imaterial do consumo. Consoante Lipovetsky e Serroy (2015, p. 47) o capitalismo artista pode ser compreendido a partir de quatro lógicas principais.

A primeira diz respeito à integração e generalização da ordem do estilo, da sedução e da emoção nos bens destinados ao consumo mercantil, ou seja, um capitalismo focado na criação de beleza, emoção e, principalmente, *entertainment*, como estratégia de conquista dos mercados. Por sua vez, o segundo fundamento se relaciona com a generalização da dimensão

empresarial das indústrias culturais e criativas, que são englobadas pelas regras do mercado, de modo que as obras não são mais julgadas em razão das suas composições estéticas, e sim do desempenho mercadológico.

Ainda como um dos pilares do capitalismo artista, há uma nova estruturação dos grupos empenhados nas produções dotadas de um componente estético, que deixa de ocupar um papel secundário para se consolidar como um setor fundamental da atividade econômica. Por fim, o quarto elemento do capitalismo transestético reside na dissolução dos universos heterogêneos da estética e indústria, cedendo espaço a um novo sistema econômico cultural (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 48).

3.1 A criação de valor econômico através do valor estético experiencial

A adaptação do capitalismo para uma economia baseada na produção imaterial não reflete apenas uma mudança dos meios de produção, mas também na natureza do valor econômico, que agora é amplamente impulsionado pelo valor estético:

“Na nova economia do capitalismo, já não se trata apenas de produzir pelo menor custo bens materiais, mas de solicitar as emoções, explorar os afetos e os imaginários, fazer sonhar, sentir e divertir. O capitalismo artista tem de característica o fato de que cria valor econômico por meio do valor estético experiencial: ele se afirma como um sistema conceitor, produtor e distribuidor de prazeres, de sensações, de encantamentos. Em troca, uma das funções tradicionais da arte é assumida pelo universo empresarial. O capitalismo se tornou artista por estar sistematicamente empenhado em operações que, apelando para os estilos, as imagens e o divertimento, mobilizam os afetos, os prazeres estéticos, lúdicos e sensíveis dos consumidores.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 43)

Nesse universo mercantil, todos os produtos comercializáveis são imersos em uma dimensão estilística, na qual a estética está intrinsecamente relacionada ao valor econômico dos bens. A estetização é uma estratégia fundamental para atrair os consumidores em um mercado saturado. O capitalismo contemporâneo atua para empreender a estetização total da vida, adentrando o campo das experiências diárias e a percepção dos indivíduos acerca do mundo ao seu redor.

O novo estágio do capitalismo é marcado pela relação entre cultura e indústria que, na era do hiperespetáculo, se fundem integrando um universo conjunto de produção cultural. Surge então uma hipercultura midiática-mercantil, que se constitui não apenas por meio das indústrias tradicionais, como cinema, música, televisão, mas também se estende a setores diversos com a

publicidade, moda, arquitetura e turismo. Essa cultura distinguiu-se pela sua pretensão em estabelecer-se sob o hiperbólico da sedução, do espetáculo e do *fun* (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 263).

Nesse sentido, tudo cede à lógica do hiperespetáculo e do divertimento, até mesmo o esporte se desenha como megaespetáculo de dimensão planetária. Diante do papel que o futebol ocupa na composição cultural do brasileiro, é possível identificar com mais clareza esse processo de espetacularização. Os seus desdobramentos não são mais restritos ao campo do esporte, jogadores são transformados em celebridades, competições em megashows televisivos, clubes de futebol em marcas e torcedores em consumidores.

Esse novo modelo de interação com o esporte fortalece o divertimento como retórica do consumismo. As alterações são empreendidas com objetivo de despertar novos sentimentos nos consumidores, que agora podem interagir com o objeto de consumo de um modo diversificado, transestético.

Acompanhar um clube de futebol não se restringe mais à prática de assistir aos jogos do campeonato no estádio, a relação foi dessincronizada para proporcionar uma superabundância midiática e um hiperespetáculo onipresente. Para além do mero jogo de futebol, a sociabilidade, experiência e vivência de acompanhar o clube de perto foi substituída por outros produtos culturais comercializáveis.

“Desde o início da televisão, a vontade de espetacularizar o evento esportivo era patente, mas permaneceu fortemente limitada pela pobreza dos meios técnicos e por uma escrita televisiva ainda balbuciante. O mesmo não se dá hoje. A transmissão de antes cedeu lugar a uma verdadeira narrativa imagética e verbal, visando explorar a fundo todo o potencial espetacular. É instaurado todo um prólogo dramático que organiza os debates antes dos jogos, oferece sequência filmadas sobre os adversários, multiplica as entrevistas, toma ao vivo o pulso dos torcedores, reconstitui o histórico dos grandes feitos esportivos relacionados ao encontro que vai ter lugar.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 290)

No futebol brasileiro, o canal televisivo Premiere e o *fantasy game* Cartola são exemplos de produtos culturais derivados da espetacularização do futebol, frutos de uma estetização generalizada, com objetivo de promover um consumo transestético.

Os canais Premiere, ao oferecerem uma cobertura exclusiva, análises detalhadas e programas especializados, intensificaram a espetacularização dos jogos, elevando a narrativa esportiva a novos patamares. A transmissão de partidas, agora mais personalizadas e sob demanda, contribuiu para criar uma outra atmosfera de envolvimento, destacando momentos épicos e proporcionando um consumo visual e narrativo, em tese, mais rico. Isso representa um

custo adicional ao consumidor/torcedor que, alinhado com o aumento de preço dos ingressos nos estádios, revela a dinâmica de criação do valor econômico a partir do valor estético experiencial; as sensações e emoções não ocupam mais apenas um espaço íntimo, no capitalismo artista elas são produtos comercializáveis.

Por sua vez, o jogo Cartola operou como fenômeno de hiperespetacularização ao transformar a maneira como os torcedores interagem com o futebol. Ao permitir que os fãs atuassem como técnicos virtuais, selecionando jogadores reais para compor suas equipes, o Cartola introduziu uma dimensão estratégica e competitiva, ampliando a experiência para além das quatro linhas. A competição virtual entre torcedores adicionou um elemento de espetáculo à jornada do Campeonato Brasileiro, gerando debates acalorados, rivalidades intensificadas e uma crescente comunidade de entusiastas interativos. O *fantasy game* também ampliou o público consumidor, na medida em que não necessariamente é preciso ser um fã de futebol para adentrar no universo do *game*. O esporte, neste caso, ocupa uma dimensão secundária, um meio pelo qual os usuários do Cartola conseguem usufruir das interfaces do jogo. É um processo concomitante da economia da experiência e de um consumo dessincronizado, no qual a máxima que prevalece é a estetização generalizada e o divertimento em massa.

“O capitalismo artista é esse sistema que produz em grande escala bens e serviços com fins comerciais, mas impregnado de um componente estético-emocional que utiliza a criatividade artística tendo em vista e estimulação do consumo mercantil e do divertimento de massa. Ele engloba produtos industriais e produtos culturais, bens raros e bens de *mass market*, ‘produtos singulares’ e produtos intercambiáveis. Na interseção da produção material e da criação cultural, do comércio e da arte, da indústria do divertimento e da moda, ele resiste a uma cartografia definida de uma vez por todas.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 67)

O regime estético do consumo é a materialidade da tentativa de legitimidade do capital. O estado brutal do capitalismo desenvolve a dessensibilização com o real, ausência de perspectiva futura, e o distanciamento com o belo, que só podem ser suprimidos a partir da criação de uma narrativa estética e experiencial que legitime este modelo de produção. Nesse sentido o capitalismo artista não produz apenas bens de consumo, mas é o espaço principal de uma produção simbólica de um imaginário social, de uma ideologia, um sistema de interpretação. É o modelo mercantil do ideal democrático de felicidade (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 126).

Um dos grandes desafios estruturar o consumo em uma modernidade tardia diz respeito à necessidade constante do enfrentamento ao tédio e desencantamento com o mundo. Se o capitalismo industrial criou uma sociedade massificada, entediante, desesperançosa, o

capitalismo artista empreende meios não de acabar com o tédio, mas de criar mecanismos de distração desse estado constante:

“Mas se a forma contemporânea do capitalismo extirpou o tédio, não superou o entediante. Pelo contrário – é possível argumentar que agora o entediante se tornou onipresente. No mais das vezes, desistimos de qualquer expectativa de sermos surpreendidos pela cultura – e isso vale tanto para a cultura “experimental” quanto para a cultura popular. (...) Ninguém fica entediando – porque não há mais nenhum sujeito capaz de se entediar. Pois o tédio é um estado de absorção – um estado de alta absorção, na verdade, e é por isso que é um sentimento tão opressivo. O tédio consome o nosso ser; sentimos que nunca iremos escapar. Mas é exatamente essa capacidade de absorção que está agora sob ataque, como resultado da constante dispersão da atenção, que é parte integrante do ciberespaço capitalista. Se o tédio é uma forma de absorção vazia, formas mais positivas de absorção podem combatê-lo. Mas são justamente essas formas de absorção que o capitalismo não tem como oferecer. Em vez de absorção, ele só pode nos distrair com o entediante.” (FISHER, 2020, p. 158)

É desse enfrentamento que surge a necessidade de diferenciação entre os produtos. Em um cenário onde a oferta de produtos é abundante e as escolhas são sob demanda, personalizadas, adotar estratégias de diferenciação é um meio crucial para dar destaque aos objetos de consumo. Para tanto, as marcas utilizam estratégias de transgressão, subversão e provocação como meios de individualização e de destaque (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 275). O objetivo, ao explorar estes signos, é de provocar no consumidor uma nova experiência com o produto.

Nesse contexto a estética transgressiva e subversiva ocupa papel central na comodificação das *Sports Betting* em produtos culturais. O que está sendo consumido não é apenas a atividade de apostar ou não em determinado evento do mundo esportivo, e sim todo arsenal de sentimentos e emoções envolvidos no processo de consumo.

A inclusão das casas de apostas no cenário futebolístico brasileiro implicou uma mudança de significados no tocante à relação estabelecida com essa modalidade esportiva. Representa o estágio máximo da espetacularização do futebol, no qual todos os seus componentes são direcionados à geração de valor experiencial e, conseqüente econômico, em outro mercado distinto.

A interação com o esporte não depende mais unicamente da figura do clube e do torcedor, clássica relação do cenário cultural brasileiro. Entra em campo o personagem consumidor que expande as possibilidades de exploração comercial dessa modalidade. Se o foco é criar um produto diferenciado que ofereça às pessoas um consumo focado nas sensações e experiências, as casas de apostas cumprem bem esse papel.

São a materialização do espetáculo no espetáculo (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, P. 279). Representam a ampliação do gigantismo comercial que já estava presente no universo do futebol. A mensagem veiculada é de que o esporte pode proporcionar cifras milionárias qualquer pessoa por meio das apostas, a possibilidade de vitória, excitação e divertimento não está apenas dentro das quatro linhas, ela está ao alcance das mãos.

Outro eixo que merece destaque nessa dinâmica entre futebol, hiperespetáculo e *sports betting* é a do consumo descoordenado, desregulamentado “sob demanda, em que o consumidor se torna um programador autônomo e personalizado” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, P. 279). Diante da abundância de mercados, modalidades e combinações de apostas possíveis, a pessoa consegue desenvolver o consumo sem limitações de espaço, programação ou tempo. Como apresentado anteriormente, as casas de apostas não delimitam a atividade a um espaço geográfico específico, está à disposição do consumidor uma abundância de mercados, modalidades e combinações.

Isso só é possível pois estamos diante de um consumo essencialmente generalizado, que envolve a profusão comercial em todos os meios possíveis. Como apresentado anteriormente, as propagandas que remetem as casas de apostas são veiculadas em distintos espaços, seja nos estádios, canais televisivos e de *streaming* e redes sociais. Aliado a isso há uma preocupação em “humanizar” o produto:

“Quanto menos as culturas de classe estruturam comportamentos, menos os produtos se mostram capazes de, por si sós, estimular o consumo: nesse contexto é necessária a imagem espetacular, a sedução, figuras capazes de “humanizar” o universo mercantil. O hiperconsumo está em busca de novidades contínuas, mas deseja igualmente o reconhecível, pontos de ancoragem, laços sentimentais. Se a starmania não pode ser separada dos desejos de evasão e sonho, ela deve também ser vinculada à necessidade de encontrar figuras conhecidas e amadas num mundo de mudança perpétua e acelerada.” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, P. 278).

Por isso a utilização de personalidades conhecidas do meio esportivo é tão recorrente na propaganda das *sports betting*. O produto se apresenta e se diferencia pelo seu caráter transgressivo, de modo que para que essa operacionalização seja possível, vale dizer, para que a quebra de valores provocada pelo processo de legalização das apostas em loteria de quota fixa seja estrutura de modo a gerar valor comercial, os significados precisam passar por alterações. A humanização do processo compõe toda essa troca entre vinculação de imagem à clubes, jogadores, ex-jogadores, competições, jornalistas e afins. A atuação das casas de apostas *online* no Brasil é a representação de um consumo essencialmente transestético e hiperespetacular.

4 CRIMINOLOGIA CULTURAL

A criminologia cultural pode ser compreendida como uma abordagem metodológica de estudo de processos criminais, culturais e de controle do crime. Essa perspectiva criminológica se constituiu em meados da década de 1990 com a junção e reestruturação de linhas do pensamento criminológico norte-americano e britânico. Dessa síntese surgiu uma nova perspectiva criminológica, focada em confrontar metodologias positivas na criminologia e fazer uma criminologia da e para a modernidade tardia:

“Conforme ela apareceu e meados da década de 1990, essa nova criminologia cultural enfatizava o aspecto decisivo do significado em questões de crime e justiça, argumentando que tanto o crime quanto o seu controle tomavam forma por meio de controversos processos de interpretação e representação. Do mesmo modo, ela ressaltava as formas nas quais a política criminal e a justiça criminal operam no reino da dinâmica cultural, e as formas das quais poder e controle cada vez mais dependem da implementação de simbolismo, estigma e emoção”. (FERREL e HAYWARD, 2017, p.13)

Nesse sentido, o objetivo da criminologia cultural é compreender de que modo as questões culturais, sociais e de poder se relacionam com o fenômeno criminal, especialmente no contexto da modernidade tardia.

“Dessa forma, a criminologia cultural busca entender as realidades cotidianas de um mundo profundamente desigual e injusto, e destacar as maneiras nas quais o poder é exercido e resistido entre a interação de criação de regras, violação de regras e representação”. (FERREL e HAYWARD, 2017, p. 11)

O propósito é evidenciar o contexto cultural do crime, ou seja, entender o crime e as organizações de controle social como produtos culturais, que devem ser tratados a partir de suas particularidades e significados. E para realizar essa análise, a criminologia cultural utiliza métodos alternativos e perspectivas interdisciplinares, que auxiliam na construção de ideias mais plurais, para além de uma criminologia convencional. Essas novas perspectivas são extraídas, não apenas da criminologia, sociologia e o do direito penal, mas também de estudos da mídia, antropologia, estudos culturais, filosofia, geografia cultural, dentre outros (FERREL e HAYWARD, 2017, p. 84).

São cinco as proposições principais da criminologia cultural, apresentadas por Jeff Ferrel, que refletem os meios de compreensão da dinâmica social que envolve o crime e o controle da criminalidade. A primeira diz respeito a relação entre subcultura e estilo:

“Destaca-se, entretanto, que o mais importante é que essas subculturas criam um “ethos” coletivo que pode ser descrito como um conjunto de valores e orientações (ou “regras”) que definem o comportamento criminoso de seus membros como adequado,

ou mesmo louvável. (...) Esses aspectos, porém, vão muito além da simples associação, criando verdadeiras comunidades simbólicas que definem para seus membros o sentido da criminalidade, muito mais do que o crime em si mesmo.” (OXLEY DA ROCHA, 2017, p. 94)

Nesse âmbito a dimensão do significado está em constante disputa. O crime, a criminalidade e a transgressão estão inseridas em um universo de significados e simbolismos que estabelecem a dinâmica de atuação no meio cultural. Tomando como exemplo as apostas esportivas *online*, até a legalização pela Lei nº 13.756/2018 a atividade era classificada como contravenção penal.

Entra em jogo, deste modo, em que medida o comportamento desviante, criminoso, transgressivo subverte ou resiste aos valores, símbolos e códigos da cultura dominante. Algo que anteriormente era um crime, uma contravenção, pode se transformar em um produto legalizado na medida que transgride as expressões culturais.

Para os valores socioculturais atuais e em atenção às necessidades do mercado, em especial de um mercado esportivo futebolístico que enfrenta dificuldades para estimular e expandir o consumo pelo seu público-alvo, a legalização das casas das *sports betting* representava o melhor cenário.

Os valores são transgredidos no processo de legalização de uma conduta que anteriormente era classificada como crime. É a oposição aos conceitos convencionais de legalidade, moralidade (OXLEY DA ROCHA, 2017, p. 94). Se o significado está em disputa, o mercado agora se obriga a dimensionar a atividade empreendida pelas casas de apostas *online* no contexto cultural em que ela havia sido retirada. Vale dizer, é preciso criar um ambiente de aceitação da conduta, de modo que a transgressão não represente um impeditivo ao consumo, pelo contrário, seja o seu precursor.

O outro ponto está relacionado à ação-limite, adrenalina e compreensão criminológica, com destaque a uma imensidade de experiências coletivas que carregam significados e emoções. Nas palavras de Oxley da Rocha (2017, p. 95) “ao invés de evitarem os riscos, ou vê-los como uma infeliz consequência de seus atos, os indivíduos passam a desfrutá-los, a ponto de regularmente afirmarem estar ‘viciados’ em experiências perigosas.”

A questão também envolve uma variedade de experiências coletivas intensamente significativas e emocionais. O campo do experiencial merece destaque na sociedade tardo-moderna. O tema será melhor explorado nos tópicos a seguir, todavia, cabe ressaltar que as experiências e sentimentos proporcionados por uma determinada conduta possuem valor decisivo.

No caso das apostas *online* o valor experiencial reside em um consumo coletivo mais ou menos transgressivo, no qual o jogo com as praticamente infinitas possibilidades de combinação de eventos, diversas cotações que podem proporcionar ganhos e perdas consideráveis despertam sentimentos e emoções durante o consumo.

A terceira e importante proposição se refere à cultura como crime. As manifestações culturais, com destaque a “cultura popular”, podem ter seus produtos definidos como criminosos. No Brasil, a prática de redefinir produtos da cultura popular como crime é empregada, em grande escala, contra manifestações originárias da periferia, à exemplo do *rap*, *trap* e o funk.

Do mesmo modo em que produtos podem ser definidos como criminosos, o inverso também acontece pelo processo de comodificação. Como exposto anteriormente, a atividade empreendida pelas *sports betting* era classificada como contravenção penal e passa ao *status* de produto cultural com a criação da modalidade de loteria em aposta de quota fixa.

Em atenção aos interesses e necessidades do mercado, esse processo foi viabilizado de tal maneira que é praticamente impossível não ser bombardeado pelo arsenal de propagandas das casas de apostas *online*. Seja por meios físicos, em *outdoors*, estampado na camisa dos clubes de futebol, quer seja nos meios digitais, redes sociais, anúncios, as *bets* se fazem presentes.

Deste modo, a relação entre cultura e crime é um aspecto que não pode ser ignorado no processo de análise deste fenômeno. Só é possível compreender a ascensão dessa modalidade de aposta no mercado brasileiro destacando os aspectos culturais, sociais e econômicos dessa interação.

A dinâmica entre crime, cultura e exibição pública é a quarta vertente trabalhada pela criminologia cultural. É fruto dessa interação a exibição, por meios de comunicação de massa, de imagens relacionadas ao crime e controle de criminalidade para que seja consumido pelo público (OXLEY DA ROCHA, 2017, p. 97). Nessa dimensão, ao converter situações relacionadas ao crime a violência e transgressão em um produto comercializável, está presente a comodificação, fenômeno que opera a conversão de ideias, ações, práticas culturais e até mesmo pessoas em objetos de consumo.

A comodificação é o processo pelo qual a modalidade de aposta em loteria de quota fixa foi estabelecida, com a consequente atuação das *sports betting* no mercado brasileiro, a

transgressão é transformada em produto cultural. O objeto então adquire todas as características que o direcionam à comercialização: valor monetário, formas e políticas de uso, modos de consumo, propaganda, divulgação etc.

O último aspecto é o estudo da mídia, crime e controle da criminalidade. Na sociedade contemporânea, a mídia não transmite apenas informação, mas o seu conteúdo também está carregado de emoções e significados que o remetente pretende submeter ao destinatário. Um dos grandes reflexos dessa operação pode ser percebido no campo político:

“Entretanto, quaisquer que sejam suas fontes, o efeito cumulativo dessas distorções permanece claramente político; eles regularmente ampliam e agravam o medo público do crime, estabelecem inapropriadamente agendas punitivas visando ao controle da criminalidade, e preparam o público para a crise seguinte de pânico moral em face do crime e da criminalidade.” (OXLEY DA ROCHA, 2017, p. 98)

Ainda nesse sentido, cabe ressaltar que a mídia não transmite apenas informação, mas também emoção. Possui a capacidade de despertar no destinatário sentimentos diversos, a depender do propósito. No que diz respeito as casas de apostas *online*, a mídia exerceu e ainda exerce um papel primordial na sua aceitação e indução ao consumo. O indivíduo é bombardeado a todo momento por propagandas e mensagens que destacam a atividade como experiência positiva.

A utilização de jogadores, ex-jogadores e personalidades do mundo esportivo nessas propagandas é uma estratégia para se aproximar do público-alvo, ao mesmo tempo que transmite o sentimento de segurança, com base no reconhecimento de figuras que estão inseridas no mesmo contexto cultural. Deste modo, os meios midiáticos conseguem construir e manipular significados com as mensagens que transmite aos receptores.

4.1 Tédio, modernidade tardia e transgressão

Diante dessas considerações, é imprescindível destacar a complexidade do fenômeno crime na sociedade tardo moderna. “Não existe crime em si mesmo, como uma entidade prévia e claramente identificável, que pode ser estudada de forma objetiva pela criminologia enquanto ciência ou área do saber” (KHALED JUNIOR, 2017, p.120). É com esta frase que o professor Salah H. Khaled Júnior rejeita a simplificação atuarial da realidade por uma criminologia

objetiva que não considera o crime como uma atividade humana inserida dentro de uma dinâmica cultural. Vale dizer, a criminologia cultural está preocupada em situar o crime, a transgressão, a violência e o controle de criminalidade em seu contexto cultural.

Adotar essa perspectiva cultural e social é primordial para compreender o crime e seus desdobramentos no cerne da modernidade tardia. Essa fase específica do desenvolvimento social, cultural, econômico e político é marcada por transformações derivadas do processo de globalização, desenvolvimento da tecnologia de informações, mudanças nas relações trabalhistas, ascensão da sociedade de consumo, questões ambientais e uma pluralidade de identidades culturais.

O mundo em constante transformação coloca em dúvida construções sociais, abrindo espaço para a proliferação de incertas e ambiguidades:

“Esse hiperpluralismo de identidades e orientações culturais, por sua vez, alimenta o hiperindividualismo – a sensação de que o lugar de alguém no mundo não é definido pela associação comunitária duradoura, mas pela construção bem-sucedida de si mesmo por meio do consumo apropriado e da realização mediada. O mundo fluido, globalizado da modernidade tardia, desta forma, também confunde o local e o universal, a distinção entre lugar e não-lugar, de tal modo que seus deslocamentos vêm a ser tanto geográficos como existenciais” (FERREL e HAYWARD, 2017, p. 15).

É nesse meio que a criminologia cultural aponta três pontos centrais para a compreensão da criminalidade e do controle do crime na sociedade contemporânea: emoção, expressividade e incertezas; imaginação, engano e significado manipulado; e *mediascape* (FERREL e HAYWARD, 2017, p. 16). Nessa estrutura organizacional o consumismo experimental é a regra, os produtos de consumo viram sinônimos de realização, o que prevalece é a exploração econômica das emoções e a manipulação de significados com objetivo de reagir as incertezas características da modernidade tardia.

A legalização das apostas em loteria de quota fixa, em contraposição à criminalização dos jogos de azar, é um exemplo de como a modernidade tardia faz suscitar questionamentos ao mesmo momento em que manipula os significados para garantir a reprodução contínua do capital. A transgressão desempenha uma atribuição fundamental na compreensão dessa dinâmica, pois é a força propulsora da dialética num mundo em constante transformação.

“Não há escapatória, somos todos ‘criminosos’, ou transgressores na sociedade da modernidade tardia, uma vez que estamos sempre à procura de avenidas excitantes de quebra de regra ou da racionalidade instrumental da estruturas sociais, almejando empurrar ainda mais os limites que separam as fronteiras culturais da modernidade tardia. Dessa forma, o ato de transgressão dos limites temporais do presente não significa, exclusivamente, uma mera busca por auto expressão de cada sujeito, mas, em especial, uma tentativa que está voltada ao aumento da performance, da ampliação

dos estilos e na reconstrução de um sentido coletivo de grupos e de subgrupos.” (KHALED JUNIOR, 2017, p. 114).

A transgressão pode ser um meio de retomada de controle por parte daqueles a quem foi negado. No entanto, nem mesmo esse aspecto escapa do domínio capitalista. Em uma sociedade de consumo, a transgressão se converte em estratégia de produção e criação de valor econômico. O capitalismo assimila, transformando em mercadoria que pode ser explorada e comercializada. Ela acaba por se tornar parte integrante das estratégias mercadológicas, atuando em prol do “lazer”, “divertimento”, “entretenimento” ou, simplesmente, do consumo.

À vista disso, é possível constatar que o estudo da construção mediada e a mercantilização do crime, da violência e da punição está no campo da criminologia cultural. Essas temáticas demandam uma especial atenção no contexto de uma sociedade de consumo que está, constantemente, exposta à atuação de mecanismos que promovem a comodificação, na qual tudo é transformado em mercadoria.

“Como pode ser percebido, a criminologia cultural não tem a pretensão de reivindicar uma objetividade absoluta inalcançável, o que não seria sequer desejável. Pelo contrário, ela é explicitamente política e engajada, diante de um mundo que é profundamente desigual e injusto: se dedica à contestação das diferentes espécies de controle a que estamos submetidos dentro do contexto de um capitalismo cultural que transforma tudo em mercadoria, uma vez que, na quadra histórica tardo-moderna, “coletividades são convertidas em mercados, pessoas em consumidores e experiências e emoções em produtos”. (KHALED JR., 2018, p.132).

Nesse sentido, a criminologia cultural se apresenta como a metodologia adequada para compreender o processo de comodificação da transgressão em um produto cultural. Consoante Salah Khaled Júnior (2020, p. 59), “uma vez estabelecido o império da cultura de consumo, tudo pode se tornar mercadoria: o crime pode se tornar uma opção de consumo.” Não apenas o crime, mas qualquer manifestação transgressiva pode ser submetida a essa lógica que converte ações, ideias e expressões em produtos comercializáveis.

Em se tratando das *sports betting*, há um duplo processo de comodificação. O primeiro diz respeito ao futebol em si. Com o avanço dos processos de estetização e espetacularização, o futebol deixa de ser meramente um esporte para ser transformado em um produto cultural de dimensão planetária. Os clubes não são mais regidos pelas regras do esporte, precisam atender uma série de requisitos mercadológicos para que sua atuação seja viabilizada.

As evoluções do modo de consumo demandaram uma adaptação e reestruturação do mundo futebolístico. Na sociedade tardo-moderna, jogadores não são avaliados apenas pelo seu desempenho dentro de campo, espera-se que a sua popularidade impulse a venda de camisetas

e ingressos, elementos fundamentais para a receita dos clubes. E, em se tratando destes dois produtos em específico, tanto as camisas quanto os ingressos são dissociados no papel de construção da figura do torcedor. Quem tem acesso a estes produtos não são apenas os aficionados do clube e sim qualquer consumidor. A relação é drasticamente reconstruída, os retornos esperados pelos times são sempre financeiros de modo para um torcedor se integrar, ele precisa antes ser um consumidor.

O segundo momento é o da comodificação das casas de apostas em loteria de quota fixa. Esse processo é viabilizado pela precedente comercialização do futebol e a consequente necessidade de diferenciação dos mercados, característica do modelo capitalista. Por um bom tempo o futebol se vendeu, mas como todo produto está destinado a obsolescência, a adaptação as novas demandas e consumidores também atingiu este universo.

Neste sentido, a comercialização da transgressão pode ser empreendida de diversas formas na sociedade capitalista; jogos, filmes, séries, novelas, músicas, são alguns dos produtos culturais finais desse processo de comodificação. As *Sports Betting*, objeto da presente pesquisa, é exemplo produto cultural derivado da comodificação da estética transgressiva.

“A questão criminal é verdadeiramente onipresente: todos experimentam o crime como uma construção cultural que se dá em uma dinâmica incerta e imprevisível, através da qual é negociado o seu significado: como estilo de vida, entretenimento comodificado, inimigo a ser combatido ou temido, a realidade do crime e da criminalidade parece algo palpável, quase ao alcance da mão.” (KHALED JUNIOR, 2018, p. 17).

Transformar elementos que originalmente não eram mercadorias em produtos e bens comercializáveis, evidencia a atuação do capitalismo artista (KHALED JUNIOR, 2018, p. 18). No domínio do entretenimento comodificado, as casas de apostas *online* representam a transformação da estética da transgressão em um novo produto cultural no universo do esporte e do futebol. A característica desse fenômeno reside na estratégia de diferenciação, onde o valor experiencial e as emoções são o centro. Excitação, controle e, em especial, o tédio integram essa dinâmica, construindo uma experiência única proporcionada pelas apostas. A estética da transgressão é transformada em mercadoria, na qual a singularidade do produto reside na oferta de uma experiência emocional envolvente.

Nesse contexto, as *Sports Betting* não são apenas plataformas de apostas, são um fenômeno cultural que reflete a capacidade do capitalismo contemporâneo de subverter e comercializar elementos anteriormente considerados impróprios. A exploração das emoções e a busca pela diferenciação constituem estratégias fundamentais para a construção de um

produto que transcende a atividade de apostar, imerso em uma estética experiencial e transgressiva que atende aos anseios do capitalismo de sedução.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A modalidade de aposta oferecida pelas Sports Betting, quer seja, loteria de quota fixa, foi instituída pela Lei nº 13.756/2018, promoveu mudanças importantes no que diz respeito à legalidade da atividade no Brasil, que deixou de ser considerada como uma espécie de contravenção penal. Sucedeu-se a partir de então uma exploração em larga escala do mercado de prognósticos esportivos.

Com a marca associada a um total de 40 clubes das principais ligas nacionais, patrocínios a competições futebolísticas e parcerias com personalidades influentes do meio (MAGRI, 2021), é difícil não ter contato com a propaganda das *bets*. O futebol tornou-se não apenas um campo de competição esportiva, mas também um terreno fértil para as estratégias de marketing das casas de apostas *online*. A relação entre o esporte e a indústria de apostas evidencia a reestruturação econômica e os seus impactos na relação com o futebol nacional.

O processo é viabilizado pelo novo estágio do capitalismo, transestético e experiencial, focalizado na produção imaterial, que orienta um consumo de larga escala por meio da inovação, diversificação, criatividade e experiências. A interação com o esporte não depende mais unicamente da figura do clube e do torcedor, clássica relação do cenário cultural brasileiro. Entra em campo o personagem consumidor que expande as possibilidades de exploração comercial dessa modalidade. Nesse cenário, o valor estético é o que possibilita a criação de valor econômico. No caso das *Sports Betting*, a estética transgressiva e subversiva ocupa uma posição fundamental na sua comodificação em produto cultural.

Isso ocorre, pois a transgressão, assim como o crime a violência, pode ser transformada em objetos de consumo. A comodificação permite que produtos anteriormente definidos como criminosos deixem de receber essa denominação legal para serem transformados em produtos comercializáveis. A partir da atuação do capitalismo artista, a atividade empreendida pelas casas de apostas, classificada anteriormente como contravenção penal, passa ao *status* de produto cultural com a criação da modalidade de loteria em aposta de quota fixa.

Deste modo, a relação entre cultura e crime é um aspecto que não pode ser ignorado no processo de análise deste fenômeno. Só é possível compreender a ascensão dessa modalidade de aposta no mercado brasileiro destacando os aspectos culturais, sociais e econômicos dessa interação.

O objetivo central dessa monografia é compreender de que modo o processo de comodificação da estética transgressiva no produto “casas de apostas esportivas online” foi constituído no Brasil. Ou seja, a análise fenômenos jurídicos, culturais, sociais e econômicos que compõem esse sistema. Por outro lado, os objetivos específicos permeiam o campo do entendimento acerca da atuação do capitalismo artista e a estética transgressiva.

Destaca-se que os objetivos foram alcançados. A partir das análises empreendidas é possível conceber que o processo de estetização do mundo, estratégia do capitalismo artista para enfrentar as dinâmicas derivadas de uma sociedade tardo-moderna, tal como o tédio, a massificação e o descontentamento com o mundo, permitiu a hiperespetacularização do futebol que, em um primeiro momento foi comodificado em um produto cultural, dissociando-se das bases puramente esportivas as quais era ligado.

O estudo demonstrou que, embora esteja explorando o signo do imaterial, o capitalismo artista precisa oferecer, para além de um arsenal de sentimentos e experiências, produtos que se diferenciem na economia global. Uma das estratégias de diferenciação recorrentemente utilizadas diz respeito à estética subversiva, transgressiva. O foco com essa estratégia é oferecer ao consumidor um bem inédito, singularizado, que jogue com os valores culturais, sociais e jurídicos.

A comodificação pode então recair sobre qualquer ação, coisa, pessoa, sentimento. No caso das *Sports Betting*, essa dinâmica se estruturou a partir do processo de legalização. Nada mais transgressivo do que subverter diretamente as convicções e os princípios presentes na sociedade. A partir do momento que a modalidade de apostas em loteria de cota fixa é legalizada, o significado que envolve a atividade entra em disputa e quem irá determinar o que ela é a partir de então é o capitalismo artista. Foram os anseios do econômicos do capital, orientado agora para uma produção imaterial, que modificaram toda sistemática que envolvia o futebol, confirmando a hipótese inicial apresentada.

O que possibilitou a criação de um produto comercializável, as casas de apostas *online*, a partir de uma conduta anteriormente classificada como contravenção penal, foi a junção de

diversos fatores. Primeiro, um capitalismo artista que explora o valor econômico a partir do valor experiencial, que utiliza da estética transgressiva para diferenciar o produto e provocar o consumidor. Arelado a isso um processo de comodificação da transgressão, cujo significado é alterado de modo provocar o consumo em uma sociedade tardo-moderna, que precisa lidar com o mundo em constante transformação, em que construções sociais são colocadas em dúvida, abrindo espaço para a proliferação de incertas e ambiguidades. Por fim, é neste contexto de ambiguidades e incertas que a dimensão do significado é tomada pelo capitalismo para reestruturar completamente o que são as apostas esportivas *online* e permitir a comercialização dessa mercadoria.

Destaca-se como desdobramentos futuros a investigação acerca das consequências do processo de regularização, hoje em andamento, para a atuação das *Sports Betting* no Brasil. Assim poderá ser observado como a dimensão do significado será trabalhada novamente no campo jurídico e, do mesmo modo, se o capitalismo cultural continuará seguindo no universo das estratégias de diferenciação para criar produtos que provoquem, cada vez mais, os seus consumidores.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA CÂMARA NOTÍCIAS. **Deteção de fraudes leva em conta movimentações improváveis em apostas de futebol, explica especialista.** Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/995247-deteccao-de-fraudes-leva-em-conta-movimentacoes-improvaveis-em-apostas-de-futebol-explica-especial>. Acesso em: 13 nov. 2023.

AGÊNCIA SENADO. **Medida provisória regulamenta apostas esportivas e prevê taxa de 18%.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/07/25/medida-provisoria-regulamenta-apostas-esportivas-e-preve-taxa-de->. Acesso em: 03 nov. 2023.

ALBUQUERQUE DA CUNHA, Andreia Pinho; NÓBREGA, Marcos. Apostas esportivas **virtuais**: aspectos criminais e econômicos das plataformas de *sports betting*. **Revista Brasileira de Direito Público**. n. 81, p. 67-89, 2023.

AMORIM, Lucas. **Pandemia tira R\$ 1 bi dos clubes brasileiros e eleva dívida para R\$ 10 bi**: Estádios vazios escancararam dificuldade crônica dos 20 maiores times do país em equilibrar as finanças, mostra estudo exclusivo. Exame. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://exame.com/negocios/pandemia-tira-r-1-bi-dos-clubes-brasileiros-e-eleva-divida-para-r-10-bi/>. Acesso em: 09 nov. 2023.

BATAGLIN, Bruno. **O que é handicap asiático nas apostas?** Aprenda como funciona. GOAL, 2024. Disponível em: <https://www.goal.com/br/apostas/handicap-asiatico/bltedbf80b2b2232367>. Acesso em: 08 jan. 2024

BRASIL. **Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018.** Dispõe sobre o Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP), sobre a destinação do produto da arrecadação das loterias e sobre a promoção comercial e a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa. Brasília, DF, 12 dez. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13756.htm. Acesso em: 18 out. 2023.

BRASIL. **Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023.** Dispõe sobre a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa. Brasília, DF, 29 dez. 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/114790.htm. Acesso em: 05 jan. 2024.

BRASIL. **Medida Provisória nº 1.182, de 24 de julho de 2023.** Altera a Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018, para disciplinar a exploração da loteria de aposta de quota fixa pela União. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 25 jun. 2023. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/norma/37419713/publicacao/37419929>. Acesso em: 18 out. 2023.

CHAMELLETE, Mariana. **Manipulação Nas Apostas Esportivas: Por Que A Prática Cresceu No Esporte Brasileiro?**. Aposta Legal, 2023. Disponível em: <https://apostalegal.com/manipulacao-de-resultados-e-apostas-esportivas/>. Acesso em: 21 dez. 2023.

FERREL, Jeff; HAYWARD, Keith; YOUNG, Jock. **Criminologia cultural: um convite.** Belo Horizonte: Casa do Direito, 2019. 372 p.

FERREIRA, Leticia Helen Almeida. **O controle estatal de jogos de apostas esportivas frente a mecanismos de manipulação de atos e o crime de estelionato.** 2023. 74 f. Monografia (Bacharelado em Direito) - Fundação Universidade Federal de Rondônia, Porto Velho, 2023. Disponível em: <https://ri.unir.br/jspui/handle/123456789/4855>. Acesso em: 19 out. 2023.

FISHER, Mark. **Realismo capitalista: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?** 1 ed. São Paulo: Autonomia Literária, 2020. 218 p.

HORTA, Ricardo Garcia; SOUZA, Claudio Ganda. **Apostas esportivas: desafios e aspectos da cooperação jurídica internacional no combate à manipulação de resultados.** Revista Eletrônica de Direito Internacional e Globalização Econômica DIGE. v. 11, n. 11, p. 33-39, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.23925/2526-6284/2023.v11n11.63499>. Acesso em: 18 out. 2023.

KHALED JUNIOR, Salah H. **Crime e Castigo: Ensaios de resistência, controle social e criminologia cultural.** Belo Horizonte: Letramento, 2018. 173 p.

LISBOA, Fábio. **Flávio Dino determina que PF investigue fraudes em jogos de futebol: CBF afirma que não interromperá o Campeonato Brasileiro.** Agência Brasil, Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2023-05/flavio-dino-determina-que-pf-investigue-fraudes-em-jogos-de-futebol>. Acesso em: 03 nov. 2023.

LISBOA, Fábio. **Ministério Público investiga manipulação de resultados na Série A: esquema teria como objetivo favorecer apostas esportivas.** Agência Brasil, Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2023-04/mp-investiga-suspeita-de-manipulacao-de-resultados-em-jogos-da-serie>. Acesso em: 03 nov. 2023.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **Estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista.** 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. 467 p.

MAGRI, Diogo. **Casas de aposta esportiva tomam o Brasil, mas movimentam seus bilhões de reais fora do país.** El País, 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/esportes/2021-09-25/casas-de-aposta-esportiva-tomam-o-brasil-mas-movimentam-seus-bilhoes-de-reais-fora-do-pais.html>. Acesso em: 09 out. 2023.

MAGATTI, Ricardo. **Como os sites de apostas se tornaram o maior financiador do futebol brasileiro.** Estadão, 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/esportes/futebol/como-os-sites-de-apostas-se-tornaram-o-maior-financiador-do-futebol-brasileiro/>. Acesso em: 09 out. 2023.

MOURA, Athos. **Copa do Brasil tem novo nome: casa de apostas passa a deter o *namings right* da competição.** O Globo, 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/panorama-esportivo/post/2022/12/copa-do-brasil-tem-novo-nome.ghtml>. Acesso em: 09 nov. 2023.

OXLEY DA ROCHA, Álvaro (org.). **Explorando a Criminologia Cultural.** Belo Horizonte: Letramento, 2018. 208 p.

PONTES, Gustavo Vieira. **Análise de estratégias de patrocínio de casas de apostas no futebol brasileiro: um estudo de caso da empresa Estrela Bet.** 2023. 47 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) — Universidade de Brasília, Brasília, 2023. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/35678>. Acesso em: 7 nov. 2023.

SAMPAIO, Marina. **Apostas de futebol: guia passo a passo sobre como apostar.** GOAL, 2024. Disponível em: <https://www.goal.com/br/apostas/apostas-futebol/bltfe541034cea2fef6>. Acesso em: 08 jan. 2024.

SILVA, Ana Júlia. **O Que São Odds?.** Aposta Legal, 2023. Disponível em: <https://apostalegal.com/o-que-sao-odds/>. Acesso em: 17 out. 2023.

SOARES, Igor de Camargo. **Regulação e Tributação de apostas esportivas no Brasil: lei 13.756/18 e a compatibilidade com o ordenamento jurídico brasileiro.** 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/16211>. Acesso em: 22 out. 23.

SOUZA, Antonio. **Empresas de apostas já representam 75% dos patrocínios máster dos times da Série A: 'Bets' esperam crescimento exponencial neste ano após a regulamentação do setor no país.** Exame, 2024. Disponível em: <https://exame.com/esporte/empresas-de-apostas-ja-representam-75-dos-patrocinius-master-dos-times-da-serie-a/>. Acesso em: 14 jan. 2024.

VAL, Fernando de Arruda do. **A regulamentação das apostas esportivas no Brasil.** 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/31752>. Acesso em: 18 out. 2023.

VASCONCELOS, Heloísa. **Com a regulamentação, quais os próximos passos para as apostas?.** Aposta Legal, 2024. Disponível em: <https://apostalegal.com/proximos-passos-regulamentacao-apostas/>. Acesso em: 12 jan. 2023.

VASCONCELOS, Heloísa. **Setor de apostas esportivas mais que dobrou em 2023.** Aposta Legal, 2024. Disponível em: <https://apostalegal.com/crescimento-setor-apostas-esportivas/>. Acesso em: 21 dez. 2023.