

UX DESIGN COMO TECNOLOGIA DE CAPTURA: ANÁLISE CRÍTICA DAS PLATAFORMAS DE APOSTAS ESPORTIVAS NO BRASIL¹

Primeiro autor (Esther de Carvalho Tavares MOREL)²

¹ GT3 – Indústrias Midiáticas

² Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC-UFF), emorel@id.uff.br

RESUMO

Este trabalho apresenta um recorte analítico derivado de pesquisa de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, que investigou criticamente o papel do UX Design nas plataformas de apostas esportivas no Brasil, compreendendo a forma com que a experiência do usuário é estruturada como dispositivo de mercantilização do lazer e de transferência de renda da classe trabalhadora para capitais privados majoritariamente estrangeiros.

O objeto empírico compreende os aplicativos móveis de Android das plataformas bet365, Betano, Betnacional e Esportes da Sorte, analisados no segundo semestre de 2025. A metodologia articula observação sistemática das interfaces com análise crítica dos elementos de design presentes nos fluxos de cadastro, depósito, aposta e saque, identificando padrões que indicam uma racionalidade produtiva no setor, articulada ao financiamento publicitário e à centralidade do futebol midiático. A arquitetura das interfaces revela-se orientada à indução contínua à ação e à aceleração do compromisso financeiro do usuário, integrando experiência, monetização e retenção em um mesmo circuito.

São três os eixos teóricos mobilizados: (1) a crítica ao UX Design (Norman, 2003; 2006; Fogg, 2009; Brignull, 2023) evidencia como princípios associados à usabilidade foram subordinados aos imperativos de acumulação do capitalismo de plataforma (Srniczek, 2016), convertendo experiência em vetor estratégico de retenção e extração de valor; (2) a Economia Política da Comunicação (Bolaño, 2000; Figueiredo; Bolaño, 2017; Marx, 2017) permite compreender as plataformas de apostas esportivas como agentes das indústrias midiáticas contemporâneas, nas quais propaganda, publicidade, programa e interatividade operam de forma articulada para expandir mercado e legitimar a aposta como extensão da cultura futebolística; (3) os conceitos de colonização do lazer (Lefebvre, 2024), pseudoconcreticidade (Kosík, 2002) e capitalismo 24/7 (Crary, 2016) situam a captura do tempo livre como dimensão estrutural desse modelo industrial.

A análise confirma a hipótese central: o UX Design atua como tecnologia de captura integrada ao modelo de negócios em contexto de plataforma (Poell; Nieborg; van Dijck, 2020), reforçando crenças midiáticas associadas à ascensão econômica rápida e à meritocracia. Três achados estruturam a investigação: a ausência de tutoriais sobre o funcionamento das plataformas desloca a aprendizagem para a experimentação marcada por tentativa e erro, dinâmica fundamental à retenção; os fluxos de cadastro e depósito reduzem fricção cognitiva e aceleram o compromisso monetário; as *odds* dinâmicas, as apostas pré-prontas e os elementos do design persuasivo produzem a aparência de objetividade técnica que encobre a lógica algorítmica orientada à maximização do lucro.

O UX Design revela-se, sob análise crítica, como tecnologia de captura de atenção, colonização do tempo e transferência direta de renda da classe trabalhadora para os proprietários das plataformas. O design, assim, não atua apenas na interface, mas na própria mediação entre capital e usuário. Longe de ser recurso técnico neutro, integra o aparato produtivo das indústrias midiáticas platformizadas e reorganiza a vida cotidiana ao naturalizar a aposta como prática permanentemente disponível e financeirizada, incorporada ao ato de torcer.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BRIGNULL, Harry. **Dark Patterns: Deceptive Design Practices**. Princeton: Princeton University Press, 2023.

CRARY, Jonathan. **24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Ubu, 2016.

FIGUEIREDO, Carlos; BOLAÑO, César. Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media. **International Review of Information Ethics**, v. 26, dez 2017. Disponível em: <https://informationethics.ca/index.php/irie/article/view/277/275>. Acesso em 13 mar 2025.

FOGG, B. J. A behavior model for persuasive design. In: **International Conference on Persuasive Technology**, 4., 2009, Claremont. Proceedings... New York: ACM, 2009. Artigo nº 40. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1541948.1541999>. Acesso em 30 jan 2026.

KOSÍK, Karel. **Dialética do concreto**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

LEFEBVRE, Henri. **Everyday Life in the Modern World**. Traduzido por Sacha Rabinovitch. Londres: Routledge, 2024.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política**. Livro I: o processo de produção do capital. 2. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.

NORMAN, Donald. **O design do dia a dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

_____. **Emotional Design: Why We Love (Or Hate) Everyday Things**. New York: Basic Books, 2003.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras**, [s.l.], v. 22, n. 1, jan-abr 2020. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em 23 maio 2025.

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2016.