

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

NICOLE MENDES DOS SANTOS

**PROPOSTA DE INTERFACES GRÁFICAS PARA MEMORIAL DIGITAL DO
TWITTER UTILIZANDO DESIGN PARTICIPATIVO**

CURITIBA

2023

NICOLE MENDES DOS SANTOS

**PROPOSTA DE INTERFACES GRÁFICAS PARA MEMORIAL DIGITAL DO
TWITTER UTILIZANDO DESIGN PARTICIPATIVO**

**Proposal of graphical interfaces for Twitter's digital memorial using
participatory design**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Sistemas de Informação do Curso de Bacharelado em Sistemas de Informação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Silvia Amelia Bim

Coorientador: Prof. Dr. Cristiano Maciel

CURITIBA

2023



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Esta licença permite compartilhamento, remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

NICOLE MENDES DOS SANTOS

**PROPOSTA DE INTERFACES GRÁFICAS PARA MEMORIAL DIGITAL DO
TWITTER UTILIZANDO DESIGN PARTICIPATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Sistemas de Informação
do Curso de Bacharelado em Sistemas de
Informação da Universidade Tecnológica
Federal do Paraná.

Data de aprovação: 23/junho/2023

Silvia Amélia Bim
Doutora
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Daniele Trevisan
Doutoranda
Universidade Federal de Mato Grosso

Daniel Fernando Pigatto
Doutor
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

**CURITIBA
2023**

RESUMO

Com o crescente uso das redes sociais, o tratamento de dados póstumos vem sendo um assunto cada vez mais estudado e pensado pelas empresas. Todos os dados gerados online são bens digitais e o conjunto desses bens digitais fazem parte do legado digital de uma pessoa, que pode ser transmitido de diversas formas. Redes sociais como o Facebook e o Instagram já possuem configurações para gerenciar os ativos digitais para fins de legado. No entanto, o Twitter ainda não oferece essa opção. Para entender como essa rede social trata o assunto, o que as pessoas que a usam pensam sobre isso e propor requisitos e interfaces para um possível memorial digital, essa pesquisa do tipo exploratória com uma abordagem qualitativa utiliza de revisões bibliográficas, análise de documentos, questionário e grupos focais. Com a pesquisa bibliográfica foi possível entender como outras redes sociais abordam o assunto em suas configurações, na análise dos Termos de uso foi visto que o Twitter não possui nenhuma configuração a esse respeito e com o questionário foi possível entender que as pessoas que utilizam a rede querem poder escolher o que vai acontecer com a conta após o falecimento. Com isso, por meio de dois grupos focais, foram gerados requisitos e protótipos de média fidelidade para o memorial digital do Twitter e a partir da análise dos dados desses dois grupos focais, criou-se a proposta das interfaces com protótipos de alta fidelidade, unindo as ideias e os requisitos dos dois grupos.

Palavras-chave: memorial digital; twitter; legado digital; redes sociais.

ABSTRACT

With the growing use of social networks, the processing of posthumous data has been a subject increasingly studied and thought about by companies. All data generated online are digital assets and all these digital assets are part of a person's digital legacy, which can be transmitted in different ways. Social networks like Facebook and Instagram already have settings to manage digital assets for legacy purposes. However, Twitter does not yet offer this option. To understand how this social network deals with the subject, what people who use it think about it and propose requirements and interfaces for a possible digital memorial, this exploratory research with a qualitative approach uses bibliographic reviews, document analysis, questionnaire and focus groups. With the bibliographical research it was possible to understand how other social networks approach the subject in their settings, in the analysis of the Terms of Use it was seen that Twitter does not have any configuration in this regard and with the questionnaire it was possible to understand that people who use the network they want to be able to choose what happens to their account after they die. With this, through two focus groups, medium fidelity requirements and prototypes were generated for the Twitter digital memorial and from the analysis of the data from these two focus groups, the proposal of the interfaces with high fidelity prototypes was created, uniting the ideas and requirements of the two groups.

Keywords: digital memorial; twitter; digital legacy; social networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Sequência de tweets sobre a inativação das contas	11
Figura 2 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 1	12
Figura 3 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 2	12
Figura 4 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 3	12
Figura 5 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 4	12
Figura 6 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 5	13
Figura 7 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 6	13
Figura 8 – Fluxo entre os estudos pilotos e os grupos focais	21
Figura 9 – Fluxo de trabalho	22
Figura 10 – Central de Ajuda do Twitter: Desativando e reativando contas	23
Figura 11 – Central de Ajuda do Twitter: Política de contas inativas - Versão 18 dos Termos de Serviço	24
Figura 12 – Central de Ajuda do Twitter: Política de contas inativas - Versão 17 dos Termos de Serviço	24
Figura 13 – Conta no Twitter	26
Figura 14 – Faixa etária de participantes da pesquisa	26
Figura 15 – Gênero de participantes da pesquisa	27
Figura 16 – Tempo de uso do Twitter	27
Figura 17 – Frequência de uso do Twitter	28
Figura 18 – Dispositivo utilizado para acessar o Twitter	28
Figura 19 – Tipo de uso do Twitter	29
Figura 20 – Bens digitais	29
Figura 21 – Legado digital	30
Figura 22 – Percepção de participantes sobre a importância de poder escolher o que acontecerá com a conta	31
Figura 23 – Percepção de participantes sobre a importância do Twitter para manter a memória de uma pessoa falecida	32
Figura 24 – Percepção de participantes sobre a importância de cada opção para o Twitter	33
Figura 25 – Template telas Twitter	37

Figura 26 – Grupo Focal 1 - Tela perfil Twitter (2021)	38
Figura 27 – Grupo Focal 1 - Tela memorial Twitter	38
Figura 28 – Grupo Focal 2 - Tela memorial Twitter	41
Figura 29 – Grupo Focal 2 - Tweet de conta com memorial	41
Figura 30 – Telas Twitter sem alterações	44
Figura 31 – Protótipo de alta fidelidade - Tela perfil Twitter	45
Figura 32 – Protótipo de alta fidelidade - Tweet de conta com memorial	46
Figura 33 – Protótipo de alta fidelidade - Tela de configurações Twitter	46

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Comparação dos critérios analisados	25
Quadro 2 – Comparação de requisitos sobre herança nos grupos focais	42
Quadro 3 – Comparação de requisitos de memorial digital nos grupos focais . . .	42

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Siglas

DAVI	Dados Além da Vida
LAVI	Laboratório de Ambientes Virtuais Interativos
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFMT	Universidade Federal de Mato Grosso
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Justificativa	10
2	REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1	Referencial Teórico	14
2.2	Trabalhos Relacionados	15
3	METODOLOGIA	18
3.1	Estudo Piloto	19
3.1.1	Estudo Piloto 1	19
3.1.2	Estudo Piloto 2	20
4	ANÁLISE DOS TERMOS DE USO DO TWITTER	23
5	ANÁLISE DAS RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO	26
6	ANÁLISE DOS GRUPOS FOCAIS	35
6.1	Grupo Focal 1	35
6.2	Grupo Focal 2	39
7	PROPOSTA MEMORIAL DIGITAL TWITTER	42
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS	49
	ANEXO A QUESTIONÁRIO	52

1 INTRODUÇÃO

A maioria das redes sociais são feitas para que as pessoas possam compartilhar a vida delas, mas em momentos de perda e luto, cada rede possui uma forma diferente de tratar os dados da pessoa que faleceu e de apresentar esses dados. Katie Gach e Brubaker (2020) dizem que em muitos casos, o conteúdo que criamos enquanto vivemos persiste nas redes sociais depois de nossa morte e que embora a literatura tenha documentado os benefícios da mídia social ao memorizar a pessoa falecida, os dados pós morte podem apresentar desafios, à medida que as redes sociais continuam a exibir esse conteúdo na vida diária das pessoas. Um exemplo disso são os lembretes de aniversário enviados pelas redes sociais, que algumas vezes são enviados mesmo depois do falecimento da pessoa, caso a rede não tenha sido notificada sobre a morte dela.

Essas redes deveriam ter opções que melhorassem a experiência da pessoa enlutada com esses dados e também que fosse possível escolher em vida o que acontecerá com o legado digital da própria conta após o falecimento, podendo escolher por exemplo se quer manter os dados, passar para uma pessoa ou excluir a conta (MACIEL, 2011).

De acordo com a Pesquisa “*Global Overview Report 2023*” (KEMP, 2023), existem 4,76 bilhões de usuários de redes sociais no mundo todo. Essa pesquisa traz diversas fontes e de acordo com a fonte da SimilarWeb, entre dezembro de 2021 e novembro de 2022, o site do Twitter foi o 4º mais visitado do mundo, com 6,91 bilhões de visitas. Todos esses acessos a plataformas digitais geram dados, tais como fotos, áudios, vídeos e emails, que Cristiano Maciel e Pereira (2012) definem como bens digitais. Esses bens digitais, quando vinculados a uma conta, fazem parte do legado digital dos usuários nas redes. Portanto, os usuários deveriam poder escolher o que gostariam que fosse feito com eles em caso de falecimento.

Algumas redes sociais possuem algumas configurações que tratam os dados após a morte dos usuários. O Instagram, por exemplo, transforma a conta do usuário em memorial, e o Facebook tem a opção de transformar em um memorial e também de passar a conta para um herdeiro (VIANA *et al.*, 2017), mas o Twitter não prevê nenhuma dessas configurações. A partir do questionamento “Quais são as necessidades de usuários do Twitter para uma possível pré-configuração de legado digital nesta rede social?”, o objetivo desse trabalho é propor soluções para pré-configuração de legado digital no Twitter, de acordo com as necessidades dos usuários. Para alcançar o objetivo, tem-se os objetivos específicos:

1. Identificar como o Twitter aborda o tema de legado digital;
2. Identificar a opinião de usuários do Twitter sobre legado digital nessa rede;
3. Definir requisitos para a criação das interfaces gráficas das configurações de legado digital;
4. Criar as propostas para as interfaces gráficas.

Essa pesquisa é do tipo exploratória usando a abordagem qualitativa (GIL *et al.*, 2002). No capítulo 2 é mostrada a revisão da literatura feita para esse trabalho, no capítulo 3 é apresentada a metodologia, o capítulo 4 mostra a análise dos termos de uso, o capítulo 5 apresenta os resultados do questionário aplicado, o 6 mostra os resultados dos grupos focais e o capítulo 7 apresenta a proposta para o memorial digital do Twitter.

1.1 Justificativa

Existem diversos estudos sobre legado digital pós-morte e é possível encontrar vários trabalhos sobre o Facebook e o Instagram, por exemplo, mas o Twitter é uma rede social pouco explorada nesses estudos, mesmo sendo uma das mais utilizadas. Como o Twitter não possui as configurações de tratamento de dados pós-morte, os usuários não conseguem escolher o que vai acontecer com a conta deles em caso de falecimento.

Em novembro de 2019, o Twitter enviou um email para as contas com inatividade prolongada, explicando que caso a pessoa quisesse continuar com a conta, era preciso fazer login para que ela não fosse inativada. Essa ação removeria também contas de quem já faleceu, já que o Twitter não compartilha dados de acesso com os familiares, para que eles possam fazer login na conta.

Após comentários de familiares e amigos de pessoas que já faleceram, que não gostariam de perder a visualização do perfil delas, a rede social decidiu não inativar essas contas até encontrar uma solução melhor para esse caso. A única exceção foi com as contas de usuários da União Europeia, onde a inativação era necessária pela lei de proteção de dados (GDPR) (SANDLER, 2019; LEE, 2019).

A sequência de tweets mostrada na Figura 1 diz:

Item 1: “Ouvimos seus comentários sobre nosso esforço para excluir contas inativas e queremos responder e esclarecer. Aqui o que está acontecendo:”

Item 2: “Isso afeta as contas apenas na União Europeia, por enquanto. Sempre tivemos uma política de contas inativas, mas não a aplicamos de forma consistente. Estamos começando com a União Europeia em parte devido a regulamentos de privacidade locais (por exemplo, GDPR).”

Item 3: “Ouvimos vocês sobre o impacto que isso teria nas contas de falecidos. Foi uma falha da nossa parte. Não removeremos nenhuma conta inativa até criarmos uma nova maneira de as pessoas memorizarem contas.”

Item 4: “Além de cumprir a GDPR, podemos ampliar a aplicação de nossa política de inatividade no futuro para cumprir outras regulamentações em todo o mundo e garantir a integridade do serviço. Nós nos comunicaremos com todos vocês se nós fizermos.”

Item 5: “Pedimos desculpas pela confusão e pelas preocupações que causamos e o manteremos informado.”

Figura 1 – Sequência de tweets sobre a inativação das contas



Fonte: Twitter (2019).

Entretanto, com a atualização dos Termos de Serviço feita no dia 18 de maio de 2023, o Twitter mudou novamente a política de contas inativas e o período de inatividade mudou para trinta dias. Porém, antes mesmo da mudança nos termos, algumas contas foram inativadas. No dia 8 de maio de 2023, um usuário postou que a conta da irmã dele que faleceu há 10 anos havia sido suspensa pelo Twitter, como mostra a Figura 2.

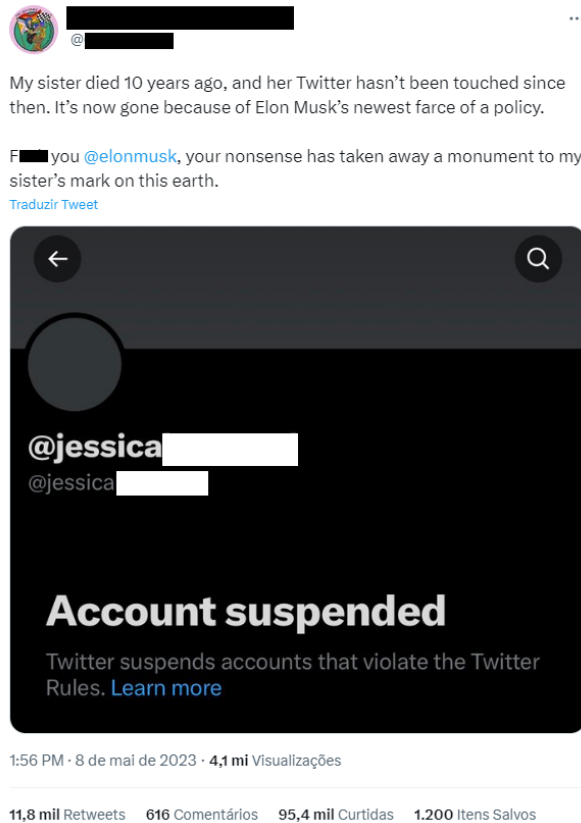
A postagem diz “Minha irmã morreu há 10 anos e seu Twitter não foi tocado desde então. Agora acabou por causa da mais nova farsa de política de Elon Musk. Seu absurdo tirou um monumento à marca de minha irmã nesta terra” e teve mais de 11 mil retweets e mais de 95 mil curtidas, além de milhares de comentários e mais de 600 retweets com comentários. Alguns dos comentários podem ser vistos nas imagens abaixo. Eles dizem:

Figura 3: “Devemos ser capazes de transformar as contas em memorial aqui. Assim elas não serão deletadas por inatividade”.

Figura 4: “Há uma razão pela qual (o) Twitter (ElonMusk) precisa entender por que algumas contas inativas precisam permanecer. Muitas pessoas compartilharam seus corações, paixões, mensagens de vida e experiências em lugares como Twitter ou Facebook. É o álbum digital deles. Não suspenda, dê opções.”

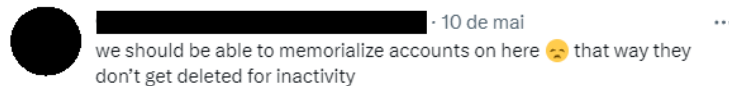
Figura 5: “Meu irmão nem se foi há 2 anos e sua conta foi suspensa. Ele morreu em julho de 2021”

Figura 2 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 1



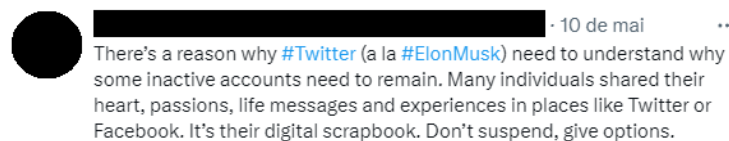
Fonte: Twitter (2023b).

Figura 3 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 2



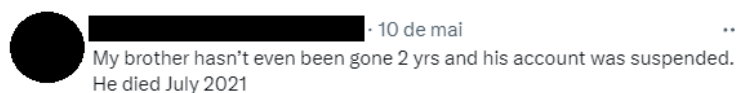
Fonte: Twitter (2023b).

Figura 4 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 3



Fonte: Twitter (2023b).

Figura 5 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 4



Fonte: Twitter (2023b).

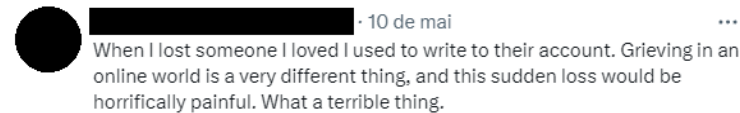
Figura 6: "Eu gostaria que o Twitter tivesse uma opção como o Facebook para converter em contas herdadas. A página do meu irmão ainda recebe tantas mensagens de pessoas que sentem saudades dele."

Figura 6 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 5



Fonte: Twitter (2023b).

Figura 7 – Tweets comentando inativação de contas - Parte 6



Fonte: Twitter (2023b).

Figura 7: “Quando eu perdia alguém que amava, costumava escrever em sua conta. O luto em um mundo online é uma coisa muito diferente, e essa perda repentina seria terrivelmente dolorosa. Que coisa terrível.”

Esses casos evidenciam a necessidade do Twitter incluir opções para a memorialização das contas, para que as pessoas possam escolher em vida o que querem que aconteça com a conta quando elas falecerem e permitindo que as pessoas no processo de luto consigam continuar visualizando a conta caso seja o desejo da pessoa que faleceu. A pesquisa deste trabalho traz resultados que contribuem para o avanço da discussão dessa questão e com base em pesquisas como essa, a indústria poderá propor soluções inovadoras neste campo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesse capítulo, a seção 2.1 mostra o referencial teórico, apresentando algumas informações teóricas que serão utilizadas no decorrer desse trabalho, sobre redes sociais, Twitter, legado digital e memorial digital. A seção 2.2 mostra os trabalhos relacionados a essa pesquisa.

2.1 Referencial Teórico

Segundo Danah Boyd e Ellison (2007), redes sociais são serviços que permitem aos indivíduos: (1) Construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com os quais compartilham uma conexão e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema. Embora cada rede social tenha suas características próprias, a maioria delas consiste em perfis que contém uma lista de amigos que também são usuários da rede e após o cadastro, a pessoa preenche alguns campos sobre ela, é convidada a colocar uma foto de perfil e a se conectar com pessoas.

Essa conexão também varia de acordo com a rede social. No Facebook, por exemplo, as conexões geralmente são com pessoas conhecidas e para ter uma “Amizade”, as duas pessoas precisam aceitar. Alguns perfis do Facebook, geralmente de pessoas famosas, possuem a opção “Seguir”, ao invés da “Amizade” e nesse caso a pessoa seguida não precisa aceitar, mas só quem vê as postagens do outro perfil é quem seguiu. No Instagram e no Twitter, qualquer pessoa pode seguir e ser seguida por outra, desde que a conta não seja fechada. Caso a conta seja fechada, é enviada uma solicitação para a pessoa, que autoriza ou não que a outra siga ela.

O Twitter é uma rede social de micromensagens que foi lançada publicamente em julho de 2006 nos Estados Unidos. Inicialmente, ele se chamava Twtr e só seis meses depois do lançamento passou a ter o nome que conhecemos hoje.

Nessa rede, é possível publicar mensagens de texto, imagens e vídeos e enviar mensagens privadas para outros usuários, além de escolher usuários para seguir e acompanhar as postagens no feed e ser seguido por outros usuários. As mensagens no Twitter, atualmente, podem ter até 280 caracteres e são chamadas de *Tweet*.

As contas podem ser públicas ou privadas - onde a pessoa pode escolher quem pode segui-la e apenas os seguidores podem ver as postagens dela. Também existem as contas verificadas, onde a conta recebe um ícone de verificação azul ao lado do nome para indicar que o criador dos Tweets é uma fonte legítima. Contas verificadas incluem figuras públicas e possíveis vítimas de falsa identidade no Twitter (TWITTER, 2021).

Sobre legado digital, assim como o legado mais comumente conhecido, que é a soma de tudo o que uma pessoa faz em vida e que é passado para outras pessoas, o legado digital também pode representar o que uma pessoa fez em vida.

Fabrizio Pereira e Prates (2017) definem que o legado digital é representado pelos bens ou posses digitais pertencentes a uma pessoa e que podem ser transmitidos para futuras gerações. E segundo Evan Carroll e Romano (2010), um legado digital é a soma dos ativos digitais que você deixa para outras pessoas.

Um memorial é um espaço criado para lembrar, homenagear e honrar a memória de uma pessoa que faleceu. Existem vários tipos, como lápides tradicionais de um cemitério, um memorial improvisado em locais físicos ou um memorial digital.

Wendy Moncur e Kirk (2014) dizem que a memorialização é um ato onipresente na experiência da humanidade e que a onipresença do memorial está ligada aos modos culturais de prática, que dizem como os memoriais devem ser, como os reconhecemos e interagimos com eles.

Os memoriais digitais podem existir em sites específicos para isso ou em sites que adaptam algumas funcionalidades para que uma página vire um memorial, como os memoriais do Facebook.

2.2 Trabalhos Relacionados

Para a busca e análise dos trabalhos relacionados foi realizada uma pesquisa bibliográfica, procurando por outros estudos sobre o tema no conjunto de produções do projeto de pesquisa “Dados Além da Vida (DAVI)”¹, executado no Laboratório de Ambientes Virtuais Interativos (LAVI), do Instituto de Computação da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e que possui participação de diversas outras universidades parceiras, como a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

O artigo de Gabriel Viana *et al.* (2017) analisa os termos de uso e política de privacidade de sete redes sociais, sendo elas: Facebook, Pinterest, Instagram, Foursquare, LinkedIn, WhatsApp e YouTube. Neste trabalho, foram utilizados os mesmos critérios de Viana *et al.* (2017) para a análise dos termos de uso do Twitter:

1. Se tem repasse de bens digitais,
2. Se tem cadastro de herança/herdeiros,
3. Se trata ativos digitais/bens digitais,
4. Se há a possibilidade de inativar as contas, e
5. Se trata a privacidade do usuário em caso de morte.

Em cada análise, foi explicado se na rede social aquele critério está presente e como fazer as configurações necessárias para cada critério. No fim, foi feita uma comparação entre

¹ <https://lavi.ic.ufmt.br/davi/>

as sete redes sociais e os critérios atendidos por cada uma delas.

Em Vinícius Faria, Maciel e Arruda (2017) as análises de termos de uso são do serviço online Steam e dos jogos World of Warcraft, Path of Exile e Elders Scrolls Online. Também foi feito um questionário com voluntários, para em conjunto com as análises dos termos de uso, entender como os bens digitais são tratados no serviço e nesses jogos e o que as pessoas acham sobre isso. Com a pesquisa, foi verificado que mais da metade das pessoas que responderam ao questionário, acreditam que os jogos adquiridos são de sua propriedade e gostariam de deixar seus jogos de herança para outras pessoas.

No trabalho de Thais Toledo (2019), a autora analisou a funcionalidade de memorial digital do Facebook e junto com um grupo de design participativo, fez um redesenho desse memorial. O trabalho com o grupo de design participativo foi dividido em seis partes. Nas três primeiras etapas, foi feita a assinatura do termo de consentimento, o preenchimento de um questionário para análise do perfil, junto com a apresentação dos integrantes e a contextualização sobre o que seria abordado nas atividades. Na etapa seguinte, foi utilizada a técnica brainwriting (MULLER; HASLWANTER; DAYTON, 1997) para que os integrantes do grupo imaginassem os cenários de utilização do memorial. Na etapa 5, foi utilizada a técnica de braindraw (MULLER; HASLWANTER; DAYTON, 1997) para fazer a prototipação do memorial. Por fim, após a atividade de design participativo, a autora fez a análise dos protótipos criados pelo grupo, usando como categoria de análise os desafios de configuração de Antecipação da Interação de Raquel Prates, Rosson e Souza (2015).

No trabalho de Aline Verhalen (2019), foi proposto um design para o memorial digital do Instagram. Este protótipo foi feito em duas partes, utilizados dois grupos focais para o design participativo. A atividade com esses dois grupos foi realizada em dias diferentes e contou com quatro etapas em cada dia, mas os participantes dos grupos eram os mesmos.

As etapas do grupo 1 foram a assinatura do termo de consentimento, atividade para que os integrantes do grupo se conhecessem e contextualização sobre o tema da atividade. Depois disso, o grupo se reuniu para discutir os assuntos do tema da pesquisa. No grupo 2, o foco era o redesenho das configurações do Instagram e o desenho de um memorial. O grupo foi dividido em dois grupos menores e como os integrantes já se conheciam da atividade anterior, as etapas foram a assinatura do termo de consentimento, a contextualização sobre requisitos e sobre como é o memorial do Instagram atualmente e as configurações, a aplicação do design participativo e por último a discussão sobre os dois protótipos que tinham sido criados.

Em Moncur e Kirk (2014) os autores exploraram as possibilidades para o design de memoriais digitais e propuseram um framework para esse tipo de memorial. As características dos memoriais digitais foram divididas em quatro categorias: atores, entradas, forma e mensagem.

Os atores podem ser: autores (pessoas que criam os memoriais) ou público (pessoas que vão “consumir” os memoriais). As entradas são divididas em sujeito e circunstância, onde o sujeito de um memorial pode ser uma ou mais pessoas falecidas e a circunstância é o motivo pelo qual o memorial foi feito, e conteúdo, que é tudo que pode ser incluído em um memorial (bens materiais ou memórias ou testemunhos fornecidos pelos vivos, por exemplo). A forma de um memorial pode ser diversa, podendo ser o “um minuto de silêncio” ou o acender de velas, por exemplo, e essa forma pode ser estática, ou pode evoluir com o tempo, ativa ou passivamente. Para os memoriais digitais, existem as formas totalmente digital ou hibridizado para incorporar elementos físicos. Já a mensagem é o que o memorial quer transmitir, e pode variar ao longo das dimensões do cultural ao pessoal e do sagrado para o secular.

Moncur e Kirk (2014) também dizem que um memorial está sempre em transformação, portanto um memorial digital é interessante, pois pode acompanhar essas transformações mais facilmente, se comparado a um memorial físico. Os autores do trabalho também dizem que um memorial digital deve ter pelo menos uma característica de cada categoria apresentada por eles.

Nessa revisão foram encontrados trabalhos de análise de termos de uso, possibilidades em memoriais e memoriais digitais em outras redes sociais, porém não foi encontrado nenhum trabalho relacionando o tema de legado digital e o Twitter. O próximo capítulo apresenta a metodologia do trabalho.

3 METODOLOGIA

A pesquisa desse trabalho é do tipo exploratória e de abordagem qualitativa. Segundo Gil *et al.* (2002), a pesquisa do tipo exploratória tem como objetivo promover maior familiaridade com o problema, com o objetivo de torná-lo mais claro ou construir hipóteses sobre ele. Foram utilizadas pesquisas bibliográficas, análise de documentos, questionário e um grupo focal. Ela faz parte do projeto de pesquisa DAVI. O projeto possui aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Área das Ciências Humanas e Sociais da UFMT sob o número CAAE: 64403416.6.0000.5690.

A primeira etapa do trabalho foi a realização da pesquisa bibliográfica apresentada na seção 2.2 para compreender os conceitos importantes sobre o tema. Para alcançar o objetivo específico 1, identificar como o Twitter aborda o tema de legado digital, a segunda etapa desse trabalho foi a análise do documento chamado de “Acordo do Usuário do Twitter” - que contém os “Termos de Serviço”, a “Política de Privacidade” e as “Regras do Twitter e políticas” - e de regras e políticas que não aparecem no documento do “Acordo do Usuário do Twitter”, mas que estão disponíveis no site.

A terceira etapa foi a aplicação de um questionário com usuários do Twitter, para atingir o objetivo específico 2, identificar a opinião de usuários do Twitter sobre legado digital nessa rede. O questionário foi feito no Google Forms e possuía 18 perguntas obrigatórias e 5 perguntas não obrigatórias. Desse total de 23 perguntas, 16 eram com respostas fechadas e 7 abertas. Antes de responder o questionário, o participante precisava ler e concordar com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMT, que mostrava todas as informações da pesquisa.

O questionário foi encaminhado em listas de emails, para alcançar o maior número de pessoas, e o único critério de inclusão era ter uma conta no Twitter. Caso a pessoa respondesse que não possuía uma conta no Twitter, o questionário era direcionado para a página final para ser encerrado. As respostas eram anônimas, mas uma das perguntas não obrigatórias era para a pessoa deixar o email caso quisesse participar das próximas fases da pesquisa.

Para alcançar os objetivos específicos 3 e 4, definir requisitos para a criação das interfaces gráficas das configurações de legado digital e criar as propostas para as interfaces gráficas, a quarta etapa do trabalho foi a criação das propostas de layout utilizando design participativo.

O foco do design participativo é a co-pesquisa e co-design, onde pesquisadores/designers devem chegar a conclusões em conjunto com os usuários. Segundo Clay Spinuzzi (2005), design participativo é pesquisa, e mesmo que seja visto às vezes como uma abordagem de design, tem sua própria metodologia, métodos e técnicas.

Embora o design participativo baseie-se em vários métodos de pesquisa, como observações, entrevistas e análises de artefatos, esses métodos são usados para gerar o design que vai constituir o resultado da pesquisa co-interpretada pelos pesquisadores e os usuários que usarão o design. Essa etapa ficou dividida em quatro partes:

1. Definição de qual método seria utilizado para o grupo focal de design participativo (FLICK; BARBOUR, 2009).
2. Definição da ferramenta que seria utilizada - como essa etapa teria que ser feita de maneira online ao invés de presencial, era preciso escolher uma ferramenta que fosse de fácil acesso para os participantes e que se adequasse ao método escolhido.
3. Envio de convite para as pessoas que deixaram o email no questionário dizendo que gostariam de participar das próximas etapas da pesquisa.
4. Realização do encontro para a execução do design participativo.

A seção 3.1 apresenta como foram feitas as escolhas de método e ferramenta para o design participativo.

3.1 Estudo Piloto

Para avaliar se o experimento era viável e se traria os resultados esperados, decidiu-se fazer um estudo piloto com pessoas participantes do grupo de pesquisa DAVI. Com o primeiro estudo piloto, foi vista a necessidade de ajustes no experimento e após os ajustes, um segundo estudo piloto foi feito.

Após os ajustes e o teste do segundo estudo piloto que o experimento daria certo, foram feitos dois Grupos Focais para os resultados do trabalho. Os estudos pilotos são descritos nas subseções a seguir.

3.1.1 Estudo Piloto 1

O método escolhido para ser utilizado no design participativo foi o *BrainDraw*. Segundo Michael Muller, Haslwanter e Dayton (1997), o *BrainDraw* é um brainstorming gráfico onde cada participante desenha um design inicial para o projeto em uma estação de desenho e no fim de um intervalo de tempo pré-estabelecido, cada participante vai para próxima estação de desenho e continua o design encontrado lá. O processo termina quando todos os participantes tiverem participado um do design do outro.

O grupo indicado para o *BrainDraw* é de 2 a 8 pessoas e o resultado são vários designs diferentes, pois tiveram pontos de partida diferentes, mas onde todos os participantes contribuíram. O projeto final é uma fusão de todas essas ideias dos designs feitos pelos participantes.

No caso desse trabalho, como o design participativo teria que ser feito em um ambiente online em decorrência da pandemia de COVID-19, foi escolhida a ferramenta de *BrainDraw* da plataforma OpenDesign (OPENDESIGN, 2021), de um grupo de pesquisa da Universidade de Campinas (UNICAMP), por já ser originalmente pensada para esse método de design participativo e a adaptação para o online ser bastante fiel ao método na maneira presencial.

Nesse piloto participaram 5 pessoas do grupo de pesquisa DAVI. Ele foi realizado no dia 21 de setembro de 2021 pelo Google Meet e teve uma hora de duração. Inicialmente foi apresentada a ferramenta e a tarefa para as pessoas participantes e criado o projeto. As configurações para esse *BrainDraw* foi de *rounds* de 40 segundos, 2 turnos e 120 segundos de análise, então cada pessoa teria 40 segundos para trabalhar em cada desenho, o mesmo desenho passaria duas vezes por ela e no final o tempo para análise e ajustes seria de dois minutos.

Durante o Estudo Piloto 1 ocorreram algumas dificuldades com o experimento criado. O tempo escolhido para os *rounds* foi pouco, cada pessoa pensou em uma coisa diferente para desenhar - algumas escolheram desenhar a interface de configuração do memorial e outras como seria a interface do memorial mesmo, houve dificuldade por não ser possível colocar imagens de fundo como referência de interface do Twitter, não haver formas pré definidas disponíveis e não ser possível escolher a cor e grossura do pincel para desenhar.

Apesar dessas dificuldades, o grupo conseguiu finalizar todas as etapas propostas, mas com isso verificou-se que os resultados obtidos não eram os resultados esperados. A ideia inicial era ter como resultado protótipos para a interface do memorial digital no Twitter, mas da maneira que o experimento foi feito, o resultado foram vários desenhos diferentes sobre coisas diferentes.

Com isso, viu-se a necessidade de fazer alterações no design participativo e de definir melhor o protocolo que seria seguido, para que os resultados ficassem mais próximos do esperado. Na conversa com as pessoas participantes sobre os resultados obtidos, foi sugerida a utilização de um grupo focal para levantamento de requisitos e prototipação das interfaces e da ferramenta Figma (FIGMA, 2021).

Sobre a ferramenta de *BrainDraw* do OpenDesign, as pessoas participantes disseram que não conheciam anteriormente, mas que acharam interessante e que usariam para outros projetos, que realmente esperassem os resultados de um *BrainDraw*.

3.1.2 Estudo Piloto 2

Para esse estudo piloto, escolheu-se fazer um Grupo Focal no qual foi feito um teste com levantamento de requisitos que as pessoas consideravam importantes para as configurações de legado digital no Twitter e a prototipação em grupo da proposta de interface gráfica para o memorial.

Um grupo focal é uma técnica de coleta de dados para pesquisas qualitativas, ele tem como objetivo gerar uma discussão entre um grupo de pessoas e essa discussão é conduzida por um moderador (BARBOSA; SILVA, 2010). O número ideal de participantes de um grupo focal varia de acordo com a visão de cada autor. Claudia Dias (2000) diz que “O número de pessoas deve ser tal que estimule a participação e a interação de todos, de forma relativamente ordenada”.

Nesse Estudo Piloto participaram 5 pessoas do grupo de pesquisa DAVI. Entre essas pessoas, 4 já haviam participado também do primeiro piloto realizado. Ele foi realizado no dia 28 de setembro de 2021 pelo Google Meet e teve uma hora e meia de duração. A primeira etapa do piloto foi apresentar brevemente alguns dos conceitos apresentados na Seção 2.1. Como as pessoas participantes já fazem parte do grupo de pesquisa e conhecem esses conceitos, essa parte foi apenas para mostrar como seria feito no experimento real.

Após a introdução dos conceitos, a ferramenta Figma também foi apresentada. A ideia inicial era que as pessoas fossem conversando sobre os requisitos e desenhando em seguida, então o piloto foi feito assim. Inicialmente ocorreram algumas dificuldades com relação ao zoom da página e tamanho da fonte ao escrever, mas após ver como essas coisas eram alteradas, o grupo conseguiu seguir sem mais problemas com a ferramenta.

No fim do piloto, verificou-se que o grupo focal para o levantamento de requisitos e a prototipação realmente era uma opção melhor que o BrainDraw, pois trazia resultados mais próximos do esperado. Alguns ajustes no protocolo ainda precisaram ser feitos antes do experimento real, como separar as etapas de levantamento de requisitos e da prototipação, para que o grupo pudesse discutir melhor sobre quais seriam realmente os requisitos e pudesse depois disso fazer a prototipação com base nesses requisitos.

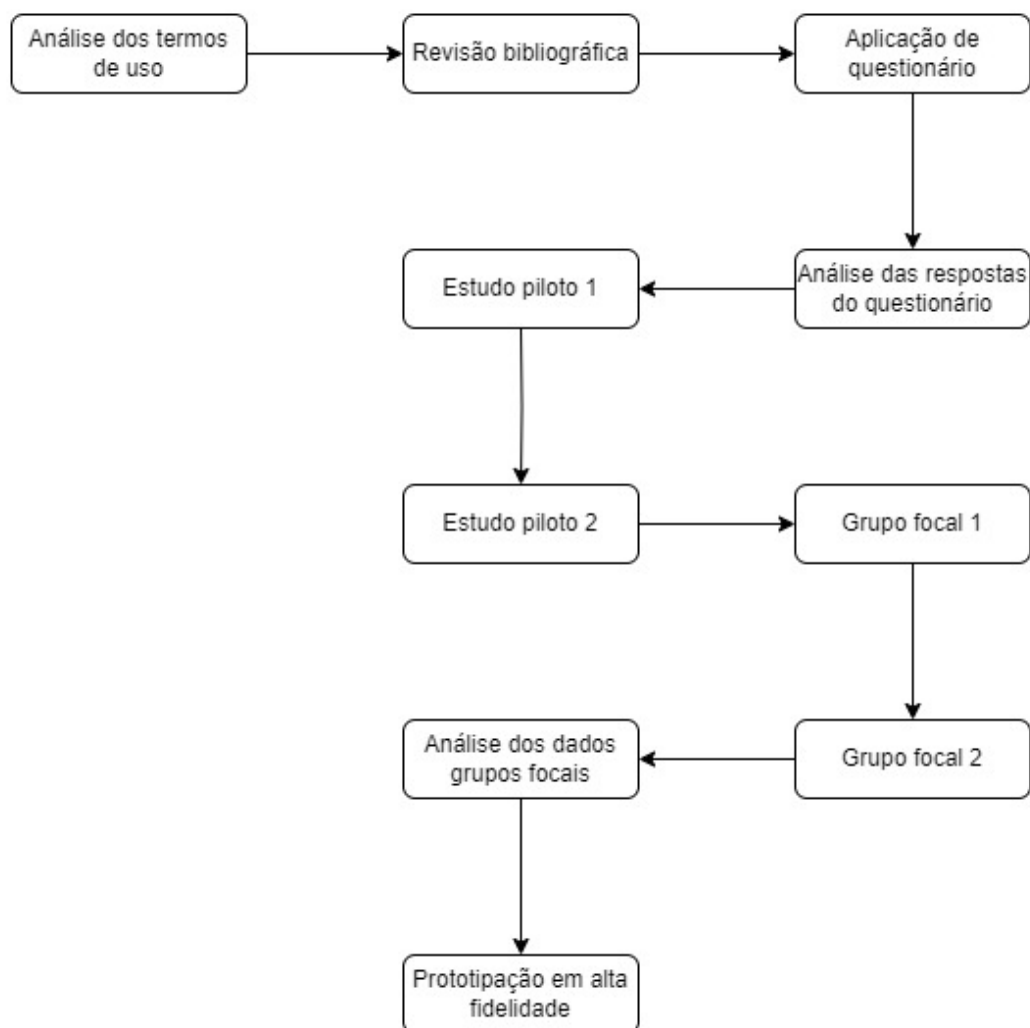
Após o teste deste estudo piloto, foram executados os dois grupos focais que geraram os resultados de requisitos e protótipos das telas. A análise dos grupos pode ser vista no Capítulo 6 e a Figura 8 explica o fluxo entre os dois estudos pilotos realizados para definir o experimento que seria feito e após os testes no experimento, os dois grupos focais.

Figura 8 – Fluxo entre os estudos pilotos e os grupos focais



Fonte: Autoria própria (2023).

A Figura 9 mostra o fluxograma com o processo linear das etapas que serão apresentadas nos capítulos seguintes desse trabalho.

Figura 9 – Fluxo de trabalho

Fonte: Autoria própria (2023).

4 ANÁLISE DOS TERMOS DE USO DO TWITTER

Esse capítulo mostra a análise dos Termos de Uso do Twitter. A primeira análise foi realizada no dia 21 de junho de 2020 e após essa análise houveram mais três atualizações nos Termos de Uso do Twitter, nos dias 19 de agosto de 2021, 10 de junho de 2022 e 18 de maio de 2023.

A análise apresentada nesse capítulo foi feita no dia 23 de maio de 2023, com a versão em português dos documentos citados. Os Termos de Serviço são a versão 18 e a Política de Privacidade a versão 19, ambos em vigor desde o dia 18 de maio de 2023. Os critérios de análise utilizados neste trabalho foram definidos pelos membros do projeto de pesquisa DAVI e utilizados anteriormente no trabalho de Viana *et al.* (2017). São eles:

1. Se tem repasse de bens digitais,
2. Se tem cadastro de herança/herdeiros,
3. Se trata ativos digitais/bens digitais,
4. Se há a possibilidade de inativar as contas, e
5. Se trata a privacidade do usuário em caso de morte.

O Acordo do Usuário do Twitter e as Regras e Políticas não prevêem o repasse de bens digitais ou o cadastro de herdeiros. Assim, também não tratam os ativos digitais. Porém, há a opção de inativar a conta de uma pessoa que já faleceu, como mostra o item 1 da Figura 10.

Figura 10 – Central de Ajuda do Twitter: Desativando e reativando contas

The screenshot shows the Twitter Help Center interface. The main heading is "Como entrar em contato com o Twitter para falar sobre a conta de um familiar falecido". Below this, there is a section titled "Usuário falecido" with three numbered red boxes:

- 1. Caso um usuário do Twitter faleça, podemos trabalhar com uma pessoa autorizada a agir em nome do Estado ou com um familiar direto verificado do falecido para efetuar a desativação da conta.
- 2. Solicite a remoção da conta de um usuário falecido. Depois de enviar sua solicitação, enviaremos a você um e-mail com instruções para fornecer mais detalhes, incluindo informações sobre a pessoa falecida, uma cópia de sua identidade e uma cópia da certidão de óbito da pessoa. Esta é uma etapa necessária para evitar denúncias falsas e/ou não autorizadas. Garantimos que essas informações permanecerão confidenciais e serão excluídas assim que as tivermos examinado.
- 3. Observação: não podemos fornecer informações de acesso à conta a ninguém, independente do seu grau de relacionamento com o falecido. Veja mais informações sobre mídia no Twitter relacionada a um familiar falecido.

Fonte: Twitter (2022a).

O primeiro passo para a desativação de uma conta é responder o formulário disponibilizado pela rede social. Nesse formulário, é preciso fornecer alguns detalhes para a inativação, como o motivo (falecimento ou incapacitação), dados do usuário, dados da pessoa que está

preenchendo o formulário e o grau de relacionamento entre o usuário e essa pessoa. Após o preenchimento, a equipe do Twitter entrará em contato por email para pedir documentos adicionais, como mostra o item 2 da Figura 10. O Twitter também não fornece informações de acesso à conta de nenhum usuário, independente do grau de relacionamento com a pessoa falecida (item 3 da Figura 10).

Nos Termos de Serviço, é prevista a inativação de uma conta por inatividade prolongada. Essa inatividade é determinada por acesso, independente do usuário fazer alguma ação pública de atividade (tweetar, curtir ou retweetar). Caso o usuário fique mais de trinta dias sem acessar, o Twitter pode desativar a conta, como mostra a Figura 11. Na versão anterior dos Termos de Serviço (Versão 17), em vigor de 10 de junho de 2022 até 18 de maio de 2023, o tempo de inatividade para a remoção da conta era de seis meses ao invés de trinta dias, como mostra a Figura 12.

Figura 11 – Central de Ajuda do Twitter: Política de contas inativas - Versão 18 dos Termos de Serviço



Fonte: Twitter (2023a).

Figura 12 – Central de Ajuda do Twitter: Política de contas inativas - Versão 17 dos Termos de Serviço



Fonte: Twitter (2022b).

No Quadro 1, adaptado de Viana *et al.* (2017) para comparação entre as redes sociais, vemos que o Twitter só atende dois dos critérios analisados, assim como o Pinterest e o FourSquare. As linhas em cinza representam dados do trabalho de Viana *et al.* (2017).

Quadro 1 – Comparação dos critérios analisados

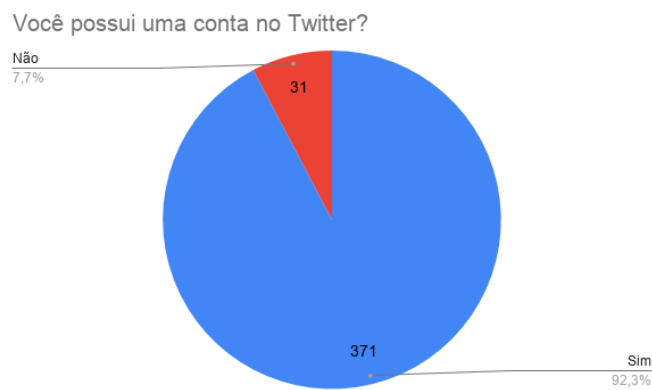
Critérios	Facebook	Pinterest	Instagram	FourSquare	LinkedIn	WhatsApp	Youtube	Twitter
Se tem repasse de bem digital	X						X	
Se tem cadastro de herança / herdeiro	X						X	
Se trata ativos digitais / bens digitais	X		X		X		X	
Se há a possibilidade de inativar as contas	X	X	X	X	X		X	X
Se trata a privacidade do usuário em caso de morte	X	X	X	X	X		X	X

Fonte: Adaptada de Viana *et al.* (2017).

5 ANÁLISE DAS RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO

Esse capítulo mostra o resultado do questionário aplicado para usuários do Twitter. O questionário ficou aberto no Google Forms para respostas durante 22 dias, entre os dias 09 de fevereiro de 2021 e 03 de março de 2021. Nesse período, foram recebidas 402 respostas. Dessas, 371 são de pessoas que possuem uma conta no Twitter, e 31 de pessoas que não possuem, como mostra a Figura 13. Todas as respostas analisadas a seguir são de pessoas que possuem uma conta no Twitter e a análise das respostas desse questionário foi publicada em Nicole Santos, Bim e Maciel (2021) como parte dos resultados desse estudo.

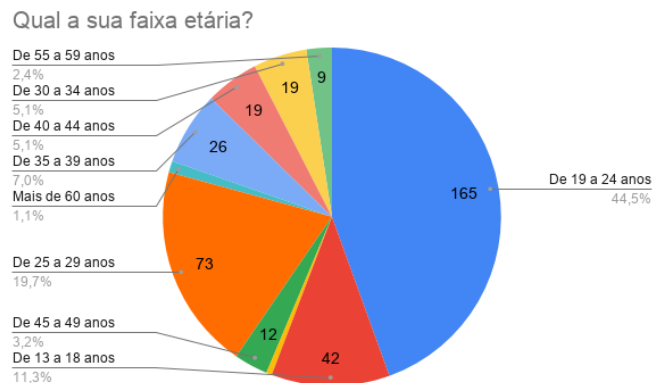
Figura 13 – Conta no Twitter



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

A maior parte das pessoas que participaram da pesquisa estão na faixa etária entre 19 e 24 anos, com 165 respostas, seguida pela faixa etária de 25 a 29 anos, com 73 respostas, mas podemos ver na Figura 14 que o questionário teve respostas de pessoas de todas as faixas etárias. A faixa etária com menos participantes foi entre 50 e 54 anos, com 2 respostas.

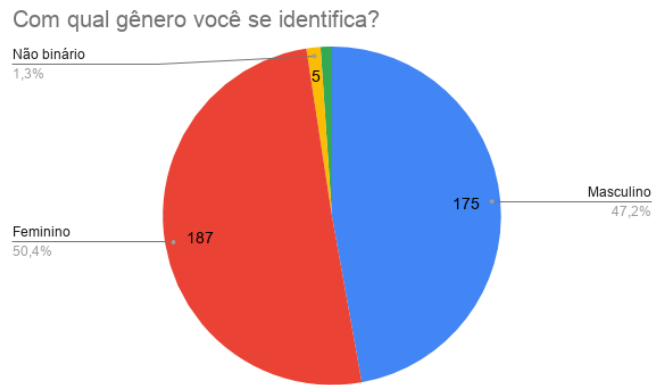
Figura 14 – Faixa etária de participantes da pesquisa



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Na pergunta sobre com qual gênero a pessoa se identifica (Figura 15), 187 respostas foram gênero feminino, 175 masculino, 5 não binário e 4 pessoas preferiram não responder.

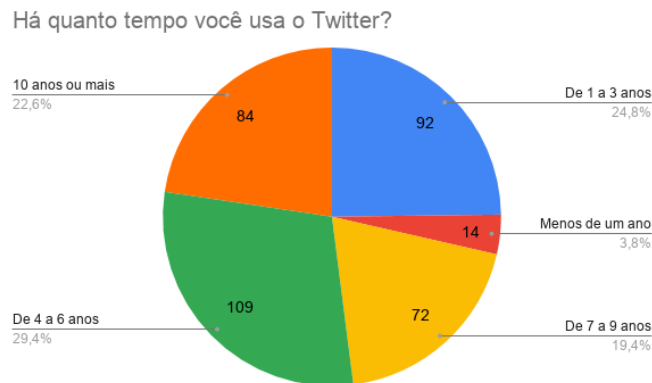
Figura 15 – Gênero de participantes da pesquisa



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Para entender o perfil de uso de cada participante, perguntou-se há quanto tempo a pessoa usa o Twitter e qual a frequência de uso. Na Figura 16 vemos que a maioria das pessoas que participou da pesquisa já usa o Twitter entre 4 a 6 anos, com 109 respostas. A opção com menos respostas foi a “menos de um ano”, com 14 respostas. Sobre a frequência de uso (Figura 17), 236 pessoas responderam que usam o Twitter todos os dias, 57 usam algumas vezes por semana, 55 ocasionalmente, 11 uma vez por semana, 10 algumas vezes por mês e 2 uma vez por mês. Essas duas perguntas mostram que a maioria das pessoas usa frequentemente a rede social e sabe bastante sobre ela.

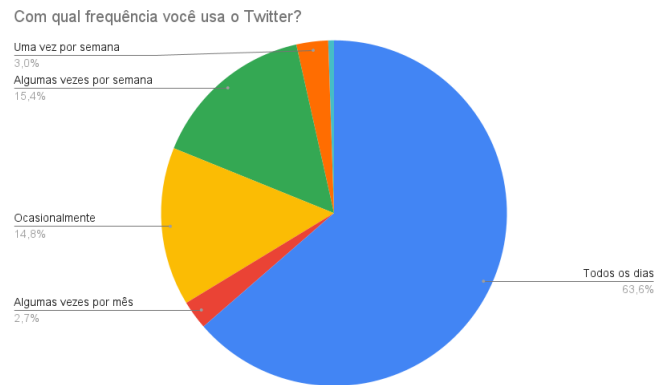
Figura 16 – Tempo de uso do Twitter



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Como mostrado na Figura 18, a experiência de interação das pessoas participantes da pesquisa com o Twitter acontece principalmente pelo celular - 297 respondentes. Em seguida, 73 respondentes indicaram o uso do computador. Apenas 1 pessoa indicou o uso do tablet para acessar o Twitter. Essa pergunta foi feita para decidir qual seria a base para a criação das interfaces gráficas com design participativo. Com essas respostas, ficou decidido que seria feito para a interface do aplicativo para celular.

Figura 17 – Frequência de uso do Twitter



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Figura 18 – Dispositivo utilizado para acessar o Twitter



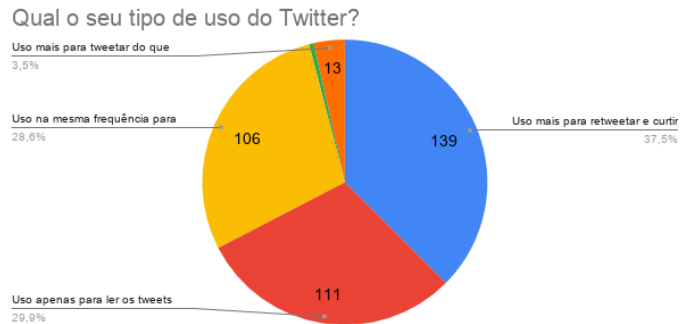
Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

A pergunta sobre o objetivo de uso tinha as opções “Pessoal”, “Profissional”, “Pessoal e profissional” e “Outro”, onde a pessoa poderia escrever outra opção. Para serem representadas no gráfico, as respostas “Outro” foram agrupadas de acordo com as respostas das pessoas em outras duas opções, sendo elas “Acompanhar notícias” e “Acompanhar política”. 299 pessoas responderam que utilizam com objetivo “Pessoal”, seguido de 52 pessoas que utilizam com objetivo “Pessoal e profissional”. Nas duas novas opções, 4 pessoas responderam que usam para “Acompanhar notícias” e 3 pessoas disseram que usam para “Acompanhar política”.

Após responder sobre o objetivo de uso, a pessoa podia comentar sobre essa questão na pergunta seguinte. 44 pessoas fizeram esse comentário e mesmo que a maioria das pessoas tenha escolhido a opção de objetivo “Pessoal”, 18 pessoas citaram nessa resposta que usam o Twitter para se manter informadas e acompanhar notícias.

No tipo de uso, que pode ser visto na Figura 19 a maioria das pessoas respondeu “Uso mais para retweetar e curtir postagens do que para tweetar”, com 139 respostas. As opções “Uso apenas para ler os tweets” e “Uso na mesma frequência para tweetar, retweetar e curtir postagens” tiveram uma quantidade parecida de respostas, com 111 e 106 respectivamente, o

Figura 19 – Tipo de uso do Twitter

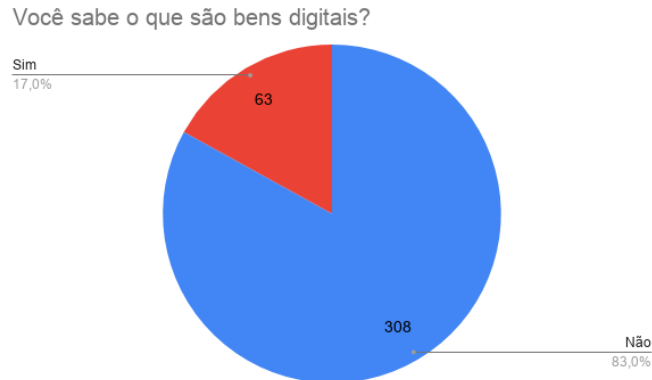


Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

que indica que as respostas estavam equilibradas com todos os tipos de uso e que o questionário conseguiu respostas de perfis diferentes de pessoas que utilizam o Twitter.

Sobre bens digitais e legado digital, 83% dos participantes (308 respostas) responderam que não sabiam o que são bens digitais, e 80,9% (300 respostas) disseram que não sabiam o que é legado digital, como mostram as Figuras 20 e 21.

Figura 20 – Bens digitais

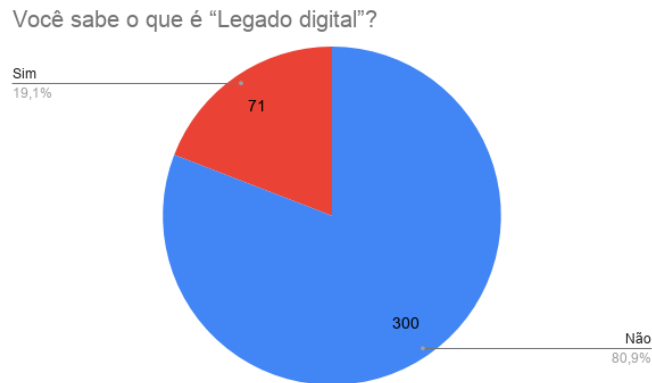


Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Depois de perguntar se a pessoa sabia o que são bens digitais e legado digital, havia uma pergunta sobre o que ela achava que são bens digitais e outra sobre o que ele achava que é legado digital.

Na pergunta sobre bens digitais, das 308 pessoas que responderam que não sabiam o que são bens digitais, apenas 44 responderam essa questão aberta dizendo que não sabiam ou não responderam (colocaram somente um ponto). Entretanto, as outras pessoas descreveram corretamente o conceito na questão aberta, embora tenham sinalizado na questão fechada que não sabiam o que significava o conceito. Isso mostra que as pessoas sabem ou tem uma ideia do que são bens digitais, mas não conhecem por esse nome ou se sentiram inseguras para responder sem saber uma definição formal.

Figura 21 – Legado digital



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Compartilhamos aqui algumas descrições feitas por este grupo de participantes: *“aquilo que você tem no meio digital, parecido com bens materiais, só que digitais”* (F - 19 a 24 anos), *“Até então, desconheço esse termo. Imagino que qualquer conta, perfil ou informações pessoais disponíveis na WEB.”* (M - 25 a 29 anos), *“dados deixados pelo uso da internet”* (M - 25 a 29 anos) e *“Qualquer tipo de “coisa” que alguém tenha produzido e que está no formato digital, como um texto, foto, música, código...”* (M - 19 a 24 anos).

Na pergunta aberta sobre o que a pessoa achava que é legado digital, 47 pessoas responderam “não sei” ou não responderam. As outras 253 pessoas que responderam que não sabiam mas disseram o que achavam que é, ficaram divididas, algumas colocaram uma explicação parecida com a que deram sobre os bens digitais, deixando os dois como sinônimos, outras responderem uma coisa diferente mas que não está relacionada a legado digital e outras fizeram a ligação de bens digitais e legado digital e responderam corretamente.

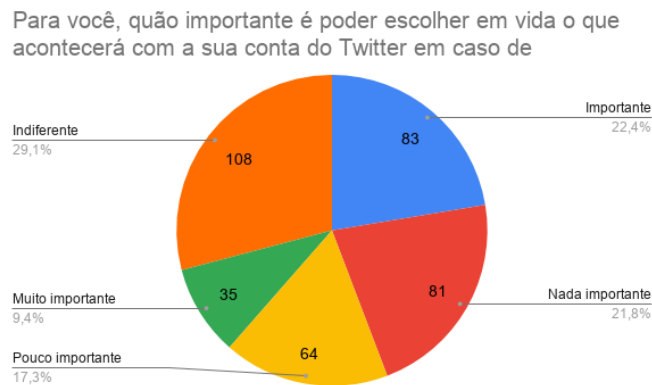
Com isso, podemos ver que para as pessoas que responderam a pesquisa, foi mais difícil explicar o que é legado digital, por não saberem o que é ou por acabarem se confundindo com o conceito de bens digitais. Algumas respostas para essa pergunta foram: *“Não sei o que é mas deve estar relacionado com o que a gente posta. Se tem a ver com legado, é uma marca pessoal que nós deixamos por aí. E na internet deve ser o que a gente compartilha, posta etc...”* (F - 13 a 18 anos), *“O que fica no ambiente digital quando eu “Morrer””* (M - 25 a 29 anos), *“Talvez seja a soma de tudo o que você postou ou publicou na internet.”* (F - 19 a 24 anos), *“São os bens digitais deixados quando um indivíduo morre”* (M - 35 a 39 anos), *“Seguindo o palpite anterior, diria que é o conjunto dos bens digitais.”* (M - 25 a 29 anos).

Após essas perguntas, no início da próxima seção, havia a explicação do conceito de bem digital e outras perguntas sobre esse tema. Na pergunta sobre se a pessoa considerava que a conta dela no Twitter é um bem digital, 237 respostas foram “Sim”, 123 “Não” e 11 “Não sei”. Nessa questão vemos que mesmo após a leitura da definição do conceito de bens digitais, 134 pessoas (123 “Não” e 11 “Não sei”) ainda não souberam classificar os dados do Twitter como bens digitais. Isso pode ser porque a maioria das pessoas usa o Twitter mais para ler e

para curtir e retweetar do que para tweetar, então podem não considerar que possuem dados que são bens digitais. Outra alternativa é as pessoas nunca terem pensado sobre isso antes de responder o questionário e na hora, mesmo com a leitura do conceito, ainda terem ficado com dúvidas.

Sobre o quanto a pessoa acha que é importante poder escolher em vida o que vai acontecer com a conta dela em caso de falecimento, a Figura 22 mostra que maioria das respostas foi “Indiferente”, com 108 respostas, seguido de “Importante” e “Nada importante” que ficaram com um número bem parecido de respostas, 83 e 81, respectivamente. 64 pessoas responderam que é “Pouco importante” e 35 que é “Muito importante”.

Figura 22 – Percepção de participantes sobre a importância de poder escolher o que acontecerá com a conta



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Depois dessa pergunta, também era possível deixar um comentário sobre ela na questão seguinte, caso a pessoa quisesse. 69 pessoas responderam essa questão, e analisando essas respostas, conseguimos ver que no geral, as pessoas que responderam que era “pouco importante” ou “nada importante”, comentaram que ou não possuem muitos tweets na conta, por usar só para ler, ou que possuem dados mais importantes em outras redes sociais, então preferem que os dados dessas outras redes sejam mantidos.

Já quem respondeu “Indiferente”, no geral ou disse que nunca tinha pensado nisso, ou que como teria falecido, para ela não faria diferença ou responderam indiferente, mas escreveram o que queriam que acontecesse, o que mostra que elas gostariam sim de poder escolher em vida o que acontece com os dados da conta. Algumas respostas de pessoas que responderam “indiferente” na questão anterior são: “Gostaria que tivesse um tweet falando que eu morri e depois nada mais seria postado, mas outras pessoas ainda poderiam vê-la.” (F - 13 a 18 anos), “Mas gostaria que caso em morte fosse pelo menos restrito apenas para ver” (F - 25 a 29 anos), “Acredito que depois do falecimento essa conta poderá continuar existindo, porém não pode ser alterada (no caso de novas publicações), pois estarão usando a minha imagem.” (F - 13 a 18 anos), “Minha conta é anônima, deveria ser excluída para ser menos vergonhoso.” (F -

19 a 24 anos), “Acho que assim como todas as informações legais da pessoa são bloqueadas e “apagadas”, deveriam fazer o mesmo com as mídias” (F - 25 a 29 anos).

Também foi perguntado o quanto a pessoa considera que o Twitter é importante para manter a memória de uma pessoa que já faleceu. A Figura 24 mostra que a maioria das pessoas (158 respostas) considera que o Twitter é “Importante” para isso. Aqui vemos que as pessoas se importam com os perfis de outras pessoas e acham que eles são importantes para manter a memória da pessoa que faleceu. Entretanto, comparando com as questões anteriores quando falamos da conta da própria pessoa, a maioria das pessoas não consegue ver a conta delas como algo importante, talvez pelo tipo de uso ou por não terem pensado no assunto.

Figura 23 – Percepção de participantes sobre a importância do Twitter para manter a memória de uma pessoa falecida



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

Na última seção do questionário havia a explicação do conceito de legado digital e duas perguntas do tipo “Grade de múltipla escolha” do Google Forms, onde cada participante escolhia uma resposta para cada linha e cada linha falava sobre uma configuração de legado. As configurações escolhidas para essa parte foram: cadastro de herdeiro, transformação da conta em memorial e inativação da conta e também era explicado no começo da seção o que significava cada uma dessas configurações, para que todas as pessoas conseguissem responder as perguntas.

A primeira pergunta dessa seção era para entender se cada participante **conhecia ou utilizava** as configurações que são apresentadas por outras redes sociais. As opções para cadastro de herdeiro e transformação da conta em memorial são as menos conhecidas pelo público que respondeu o questionário. A maioria das pessoas, 215 respondentes, não conhece a opção de cadastro de herdeiros, seguido de 95 pessoas que conhecem a opção mas não utilizam, 44 que conhecem e utilizam em algumas redes sociais que oferecem essa opção, 9 que conhecem a opção e utilizam em todas as redes sociais que apresentam essa opção e 8 que não utilizam outras redes sociais.

Na opção “Transformação da conta em memorial, 188 respostas foram “Não conheço”, 143 “Conheço, mas não utilizo”, 23 “Conheço e utilizo em algumas redes sociais que apresen-

tam essa opção”, 9 “Conheço e utilizo em todas as redes sociais que apresentam essa opção” e 8 “Não utilizo outras redes sociais”. Comparando com a opção anterior, essa opção mostra que as pessoas sabem que existem configurações para o tratamento do legado, mas que não conhecem totalmente as opções, pois sabem que a conta pode ser transformada em um memorial, mas não sabem que podem cadastrar um herdeiro para a conta.

A última opção dessa pergunta, sobre inativação da conta, mostra que a maioria das pessoas conhece essa opção mas não utiliza, com 175 respostas, seguido de “Não conheço”, com 138 respostas, “Conheço e utilizo em todas as redes sociais que apresentam essa opção” com 38 respostas, “Conheço e utilizo em todas as redes sociais que apresentam essa opção” com 12 respostas e “Não utilizo outras redes sociais” com 8 respostas. Isso pode significar que as pessoas sabem que é possível configurar a inativação da conta após o falecimento, mas não desejam que a conta delas sejam inativadas, ou que as pessoas conhecem a possibilidade, mas nunca fizeram a configuração na conta da rede social.

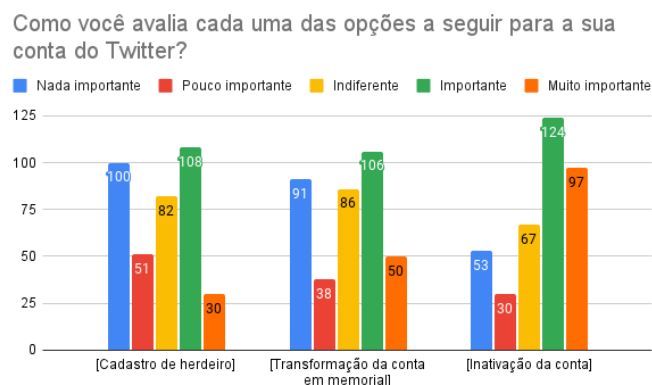
Após essa pergunta que era dividida em três tópicos, havia uma questão para as pessoas comentarem a questão caso quisessem. Foram recebidas 29 respostas e elas estavam divididas entre pessoas comentando que não conheciam essas configurações e de pessoas que já conheciam em outras redes sociais. A rede social mais falada por quem conhecia as configurações foi o Facebook, onde algumas pessoas só sabiam que existe e outras usam as opções.

A segunda pergunta dessa seção (Figura 24) era para entender quão importante as pessoas acham que essas configurações são para a conta do Twitter. Seguindo as mesmas opções da questão anterior, no cadastro de herdeiro, a maior parte das respostas ficaram divididas entre “Importante” e “Nada importante”, com 108 e 100 respostas, respectivamente.

Sobre a transformação da conta em memorial, 106 pessoas consideram “Importante”, seguido de 91 respostas “Nada importante” e 86 “Indiferente”.

Na opção de inativação da conta, a maior parte das pessoas considera “Importante” com 124 respostas e “Muito importante”, com 97 respostas.

Figura 24 – Percepção de participantes sobre a importância de cada opção para o Twitter



Fonte: Santos, Bim e Maciel (2021).

A pergunta seguinte de comentários sobre essa questão recebeu 15 respostas e as pessoas no geral comentaram sobre o que gostariam que acontecesse com a conta delas, justificando a resposta que foi dada na pergunta anterior. Uma pessoa que respondeu com “pouco importante” no cadastro de herdeiro, comentou *“Falando sobre eu mesmo, creio que não gostaria de ter um herdeiro controlando minhas contas. As propostas mais aceitáveis seriam a transformação da conta em memorial (mas ainda acho um pouco desnecessário) e principalmente a inativação da conta.”* (M - 19 a 24 anos).

Já outra pessoa que escolheu “muito importante” em todas as opções da questão anterior respondeu *“Acredito que todas as opções são importantes, pois cada um gostaria que fosse feito uma delas pelo menos.”* (F - 19 a 24 anos).

Outras pessoas também fizeram comentários gerais com a opinião sobre o assunto: *“Essa questão é muito importante e esse debate deveria ser público. As redes não são donas dessas informações, somos nós.”* (M - 35 a 39 anos), *“Em todos os casos, a opção do usuário poder escolher a opção que mais lhe agrada (independente de qual), para mim é o mais importante.”* (F - 45 a 49 anos), *“Ter opções sobre o destino dos dados é importante. Inclusive o direito ao esquecimento é primordial.”* (M - 40 a 44 anos).

Após a análise do questionário, a próxima etapa foi a realização de grupos focais a partir do resultado do questionário sobre o que seria importante ou não ter como opção no Twitter e também levando em consideração a opinião das pessoas que participaram dos grupos.

6 ANÁLISE DOS GRUPOS FOCAIS

Esse capítulo detalha as atividades realizadas para coleta de dados via grupos focais. Foram feitos dois grupos com participantes diferentes e os dois possuíam o mesmo objetivo, levantar requisitos para as possíveis configurações de legado digital no Twitter e depois fazer uma prototipação de interface para um possível memorial digital nessa rede social.

6.1 Grupo Focal 1

O Grupo Focal 1 foi realizado de forma online pelo Google Meet no dia 01 de outubro de 2021, com duração de uma hora e quarenta minutos. O grupo foi formado por 4 pessoas que tinham respondido o questionário aplicado entre fevereiro e março de 2021 e que sinalizaram que gostariam de fazer parte da segunda fase da pesquisa.

A primeira etapa foi mostrar para as pessoas participantes o termo de consentimento e destacar as partes mais importantes - como seria a participação delas, quais dados seriam registrados e como esses dados seriam utilizados. O grupo já tinha tido acesso ao termo de consentimento anteriormente e no início da reunião todas as pessoas já tinham feito o aceite dele.

Com isso, foi feita uma introdução sobre os conceitos de bens digitais, legado digital e memorial digital. O grupo também já tinha tido contato com esses conceitos quando responderam o questionário, mas pelo intervalo de tempo entre a resposta e o grupo focal, foi explicado novamente e perguntado se haviam dúvidas sobre esse assunto.

As respostas do questionário aplicado anteriormente com as pessoas que usam o Twitter mostram que a maioria das pessoas que respondeu utiliza o Twitter pelo celular, então ficou definido que a interface gráfica para o memorial seria feita para essa versão. Ao perguntar para as pessoas participantes do grupo focal por onde elas acessavam o Twitter, a maioria disse que era pelo computador, então foi mostrada a interface do aplicativo para que todas as pessoas estivessem familiarizadas com ela para a segunda fase do experimento.

A segunda etapa foi o levantamento de requisitos, a partir de perguntas direcionadoras o grupo foi conversando e decidindo o que achariam interessante que tivesse como opções para as configurações de legado digital e um possível memorial. Os requisitos levantados para a configuração de herança são:

1. Ter a opção de cadastro de pessoa herdeira da conta.

Aqui o grupo achou que o ideal seria ter a opção de cadastrar no máximo 3 pessoas como possíveis herdeiras e ter ordem de prioridade nesse cadastro. Primeiro seria enviado para a primeira pessoa, caso ela não aceite passa para a segunda e depois para a terceira. Também, caso a pessoa não aceite e a herança seja repassada, essa pessoa não poderá mais reivindicar a herança.

2. Quando for feito o cadastro de herança, um aviso é enviado para a pessoa e ela precisa aceitar o cadastro como pessoa herdeira. Caso ela não aceite, a pessoa dona da conta pode cadastrar outra pessoa no lugar.
3. A pessoa titular da conta pode alterar a configuração de herança a qualquer momento e a pessoa cadastrada como herdeira anteriormente recebe uma mensagem avisando que não está mais cadastrada para a herança da conta.
4. Os dados necessários para cadastro da herança seriam: nome, email, conta do twitter e nível de relacionamento.
5. Titular da conta pode escolher as permissões no cadastro da herança (se vai poder publicar tweets, ver mensagens diretas, apagar mensagens e tweets antigos).
6. Twitter enviar notificações regularmente sobre as configurações de herança, para caso a pessoa titular da conta queira alterar essas configurações.

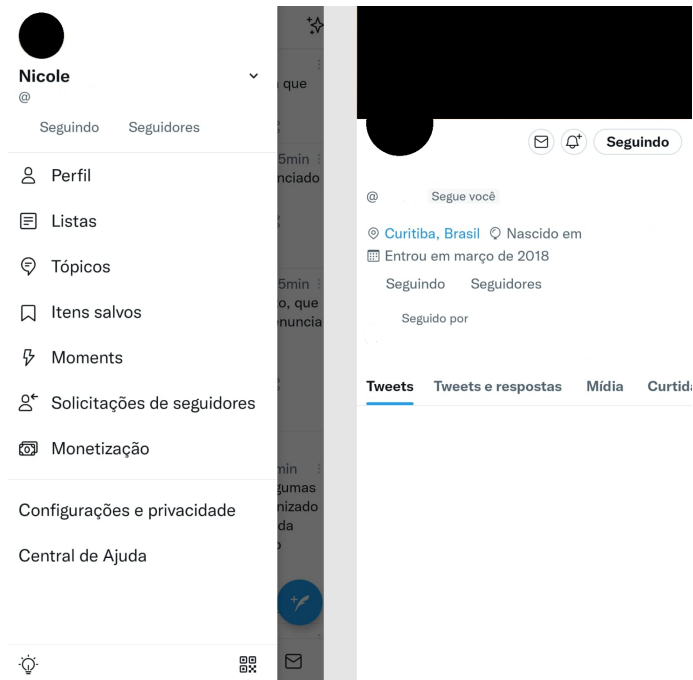
E os requisitos levantados pelo grupo para o memorial digital são:

1. Mudar a interface da página para mostrar visualmente que é um memorial
O grupo sugeriu criar uma nova aba para o memorial. A pessoa em vida poderia escolher algumas coisas para aparecer nesse memorial, como textos e fotos e após o falecimento a pessoa herdeira poderia fazer alterações também.
2. Mostrar a partir de quando a conta virou memorial
3. Diferenciação nos tweets publicados pela pessoa titular da conta e pela pessoa herdeira
4. Possibilidade de outras pessoas deixarem mensagens no memorial.
Essas mensagens seriam moderadas pela pessoa herdeira e ela poderia aceitar ou não antes de aparecer no memorial
5. Opção de mais tweets fixados no memorial do que na conta normal, que poderiam ser escolhidos pela pessoa titular e pela herdeira.
6. Acesso da pessoa herdeira às mensagens diretas somente a partir do momento que a conta vira um memorial, para que as outras pessoas possam se comunicar com a herdeira.
7. Outras pessoas podem ativar notificações sobre o memorial, quando ele for atualizado ou a cada nova postagem da pessoa herdeira.

Como o grupo achou importante a opção de transformação da conta em memorial digital, a última etapa foi a prototipação da interface desse possível memorial no Twitter. Para essa etapa, cada pessoa criou uma conta no site Figma para utilizar a ferramenta de projeto em equipe. A ideia era que o grupo após o levantamento dos requisitos fizesse em conjunto o protótipo da tela, conversando enquanto estavam fazendo o protótipo sobre como achavam melhor que ficasse cada elemento e com todos participando.

Foram disponibilizados templates de duas telas do Twitter (Figura 25) e caso o grupo quisesse, poderia criar na página em branco uma nova tela. Uma das participantes teve dificuldades para criar a conta e acessar, mas foi resolvido com uma nova explicação do passo a passo de criação de conta e todo o grupo conseguiu acessar a ferramenta.

Figura 25 – Template telas Twitter



Fonte: Autoria própria (2023).

Na primeira tela, que seria o menu lateral do Twitter (tela à esquerda na Figura 25), o grupo não fez nenhuma alteração. Na tela da visualização do perfil de outra pessoa (Figura 26), foi adicionado pelo grupo um botão para acessar o memorial e as informações de que o perfil é um memorial e a partir de qual data ele virou memorial e também quem herdou o perfil.

Para a tela do memorial (Figura 27), o grupo decidiu usar o mesmo template da segunda tela mas fazer algumas alterações, trocando o nome das abas de Tweets para serem abas com as homenagens de outras pessoas e com as memórias que a pessoa titular da conta teria escolhido em vida. Além disso, foi adicionada pelo grupo uma frase mostrando que esse é o memorial da pessoa e o texto da bio com as coisas que essa pessoa gostava, que também seria configurado pela pessoa titular da conta em vida. Essa etapa de prototipação durou aproximadamente 30 minutos.

Figura 26 – Grupo Focal 1 - Tela perfil Twitter (2021)



Fonte: Grupo Focal 1 - Autoria própria (2021).

Figura 27 – Grupo Focal 1 - Tela memorial Twitter



Fonte: Grupo Focal 1 - Autoria própria (2021).

6.2 Grupo Focal 2

O Grupo Focal 2 foi realizado remotamente pelo Google Meet no dia 04 de abril de 2022, com duração de uma hora e quarenta e cinco minutos. O grupo foi formado por 5 estudantes da disciplina de Computação e Sociedade ministrada pela professora Silvia Amélia Bim na UTFPR - Curitiba.

A etapa de aceite do termo de consentimento foi feita como no Grupo anterior e antes do encontro as pessoas participantes assistiram a uma palestra online do professor Cristiano Maciel, onde ele apresentava os principais conceitos para tratamento de legado digital, mas no encontro a explicação também foi repassada para que ficasse claro o contexto do trabalho.

Como algumas pessoas do grupo não possuíam conta no Twitter, a rede social também foi apresentada e a interface do aplicativo foi mostrada para que elas entendessem como era para o levantamento de requisitos e a prototipação.

Para o levantamento de requisitos foram usadas as mesmas perguntas direcionadoras usadas anteriormente no Grupo Focal 1 e o grupo foi conversando e decidindo o que achavam importante. Os requisitos levantados para a configuração de herança são:

1. Ter a opção de cadastro de pessoa herdeira da conta.
Cadastro de no máximo 3 pessoas como possíveis herdeiras com ordem de prioridade nesse cadastro. Quando a conta for ser herdada, um email seria enviado para a primeira pessoa, caso ela não aceite passa para a segunda e depois para a terceira.
2. Quando for feito o cadastro de herança, um aviso é enviado para a pessoa para que ela fique ciente da possibilidade de virar herdeira.
3. Quando a conta for ser herdada, mostrar para o herdeiro que receber o email quem são os outros herdeiros cadastrados.
4. No caso de herança de conta, Twitter envia para o herdeiro um link e um código de verificação para garantir que é ele mesmo acessando.
5. A pessoa titular da conta pode alterar a configuração de herança a qualquer momento e a pessoa cadastrada como herdeira anteriormente recebe uma mensagem avisando que não está mais cadastrada para a herança da conta.
6. Titular da conta pode escolher as permissões no cadastro da herança (se vai poder publicar tweets, ver mensagens diretas e trocar foto).
7. Twitter enviar emails após um período grande de inatividade na conta para verificar se ela precisa ser transformada em um memorial
8. Se a pessoa titular da conta for menor de idade, a herança vai para as pessoas responsáveis dela, sem a possibilidade de escolher outras pessoas como herdeiras.

E os requisitos para o memorial digital são:

1. Adicionar no perfil uma nova aba para o memorial.
Aba com os tweets da pessoa e um espaço para outros usuários do Twitter postarem a sua homenagem. As outras abas continuariam como já são atualmente.
2. Thread fixada com os textos e mídias selecionados para o memorial
Nessa thread ficariam os tweets mais relevantes e mídias que a titular da conta poderia escolher em vida. Caso a pessoa não quiser fazer essa configuração, deixar a opção para o herdeiro fazer ou o Twitter gerar automaticamente.
3. Possibilidade de outras pessoas deixarem mensagens no memorial.
Essas mensagens seriam moderadas pela pessoa herdeira e ela poderia aceitar ou não antes de aparecer no memorial. Caso a conta não tenha uma pessoa herdeira, a opção de escrever uma mensagem não é habilitada.
4. Ter ícone ao lado do nome do usuário mostrando que a conta é um memorial.
5. Mostrar ano de nascimento e falecimento
Titular da conta e pessoa herdeira poderiam escolher se isso apareceria ou não no perfil.
6. Diferenciação nos tweets publicados pela pessoa titular da conta e pela pessoa herdeira.

Para a última etapa, de prototipação das telas, o segundo grupo também criou uma conta no Figma para a utilização da ferramenta de projeto em equipe. Foram disponibilizados os mesmos templates que o Grupo Focal 1 utilizou (Figura 25), com as telas do menu lateral do Twitter e da visualização de um perfil.

Assim como o primeiro grupo, os participantes não fizeram alterações na tela do menu lateral. Para a tela do memorial (Figura 28), adicionaram uma nova aba na tela do perfil, onde ficaria um tweet fixado com os conteúdos selecionados previamente para o memorial e os depoimentos deixados por outras pessoas. Também adicionaram a frase "em memória de" e um símbolo de estrela para representar que aquele perfil foi transformado em memorial, além dos anos de nascimento e morte da pessoa.

O grupo também usou o template de um tweet (Figura 29), para colocar o símbolo da estrela representando que a conta é um memorial e um texto indicando que o tweet foi postado pelo herdeiro da conta, se for o caso da publicação.

Figura 28 – Grupo Focal 2 - Tela memorial Twitter



Fonte: Grupo Focal 2 - Autoria própria (2022).

Figura 29 – Grupo Focal 2 - Tweet de conta com memorial



Fonte: Grupo Focal 2 - Autoria própria (2022).

7 PROPOSTA MEMORIAL DIGITAL TWITTER

A partir da análise dos Grupos Focais 1 e 2 e dos requisitos e protótipos de média fidelidade produzidos neles, foi desenvolvido pela pesquisadora um protótipo único de alta fidelidade como proposta para o memorial digital do Twitter.

Os requisitos levantados pelos dois grupos são similares, o Quadro 2 mostra os que foram desenvolvidos para a configuração de herança e Quadro 3 os requisitos para o memorial digital. Cada tabela contém o tema do requisito e o número correspondente em cada Grupo Focal e nessa proposta final.

Quadro 2 – Comparação de requisitos sobre herança nos grupos focais

Tema do Requisito	Nº Grupo Focal 1	Nº Grupo Focal 2
Cadastro de pessoa herdeira	1	1
Aceite prévio do cadastro como herdeiro	2	2
Alteração das configurações de herança	3	5
Aviso mudança de configuração	3	5
Mostrar para a pessoa herdeira as outras pessoas cadastradas	-	3
Enviar código de verificação na hora de herdar a conta	-	4
Titular da conta pode escolher permissões do herdeiro	5	6
Enviar notificações sobre a revisão dos cadastros de herança	6	-
Enviar notificações em períodos grandes de inatividade	-	7

Fonte: Autoria própria (2023).

Quadro 3 – Comparação de requisitos de memorial digital nos grupos focais

Tema do Requisito	Nº Grupo Focal 1	Nº Grupo Focal 2
Mudança visual para mostrar que é um memorial	1	1
Mostrar a partir de quando virou um memorial	2	-
Diferenciação nos tweets feitos pelos herdeiros	3	6
Possibilidade de pessoas deixarem mensagens no memorial	4	3
Titular da conta escolher em vida os conteúdos do memorial	5	2
Acesso da pessoa herdeira às mensagens diretas	6	-
Ícone mostrando que a conta é um memorial	-	4
Opção de ativar notificações sobre o memorial	7	-
Mostrar ano de nascimento e falecimento	-	5

Fonte: Autoria própria (2023).

Sobre a configuração de herança, o primeiro requisito dos dois grupos foi de ter a possibilidade de cadastrar herdeiros e sugeriram no máximo três pessoas, com ordem de prioridade na hora de receber a herança, sendo assim, para essa proposta o Requisito 1 também é que seja possível cadastrar até três pessoas com ordem de prioridade para quem vai ter primeiro a opção de herdar a conta. Caso a pessoa não aceite ser a herdeira, o convite é enviado para a próxima pessoa na lista e caso ninguém aceite, a conta vira um memorial sem herdeiros.

Após o cadastro, os dois grupos colocaram como requisito o envio de um aviso para que a pessoa saiba que foi cadastrada como herdeira e possa dar um pré aceite. Sendo assim, o Requisito 2 é que um aviso seja enviado por email para as pessoas escolhidas no cadastro de herdeiro e que essa pessoa possa aceitar ou não estar nesse cadastro de herança.

Na possibilidade de alteração das configurações de herança, os dois grupos definiram que a pessoa titular da conta poderia alterar as configurações a qualquer momento e que a pessoa cadastrada anteriormente seria avisada. O Requisito 3 também permanece igual ao definido pelos grupos, com a pessoa que foi removida sendo avisada por email que não faz mais parte do cadastro da herança.

Somente o Grupo Focal 2 levantou o requisito para quando a conta for ser herdada por alguém, mostrar para essa pessoa quem são os outros herdeiros cadastrados. Por motivos de privacidade da pessoa titular da conta, a pesquisadora decidiu não adicionar esse requisito na proposta final do trabalho.

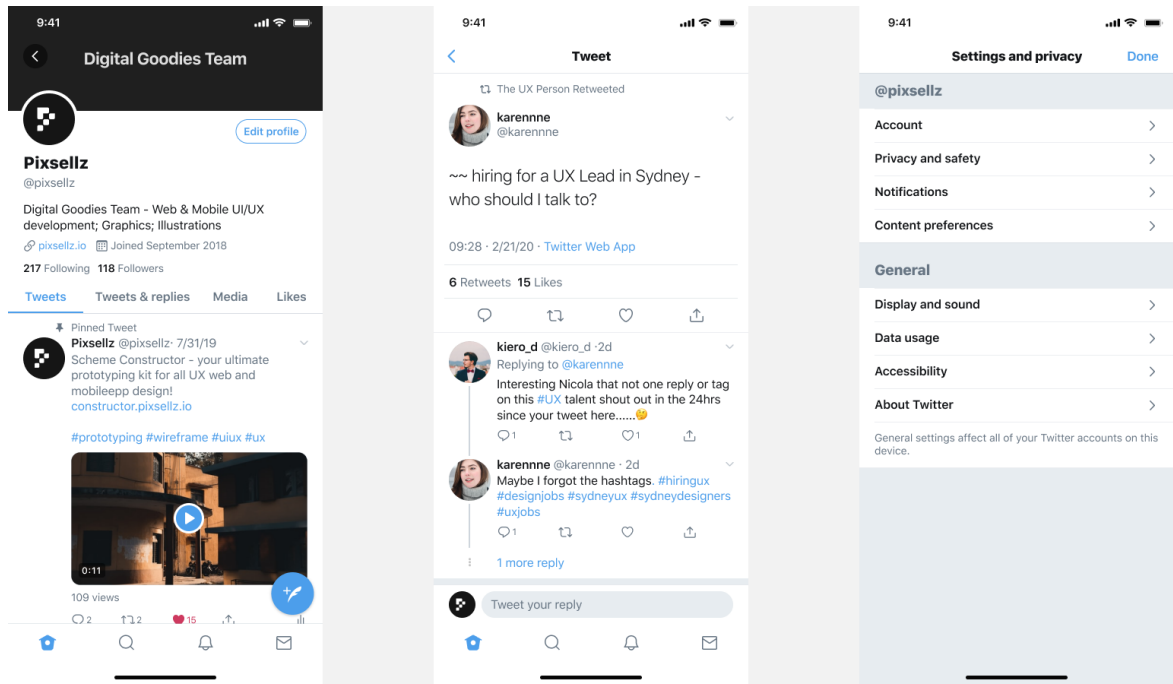
No cadastro de herdeiros, os dois grupos colocaram a possibilidade da pessoa titular da conta poder escolher quais permissões a pessoa terá como herdeira, como por exemplo se poderá postar novos tweets, trocar a foto de perfil e visualizar as mensagens diretas. Desse modo, o Requisito 4 também é sobre as permissões de acesso do herdeiro.

Sobre as notificações, o Grupo Focal 1 definiu o requisito de notificações regulares para a pessoa titular da conta fazer a revisão do cadastro de herdeiro e o Grupo Focal 2 definiu o envio de notificações após períodos grandes de inatividade na conta, para verificar se a conta precisa ser transformada em memorial ou não. Os dois entram na proposta como Requisitos 5 e 6, respectivamente, com tempo de notificação a cada seis meses, período que o Twitter utilizava anteriormente para definir a inatividade prolongada.

O Grupo Focal 2 também definiu o requisito de envio de um código de verificação quando a conta for herdada, confirmando que é realmente a pessoa cadastrada como herdeira que está recebendo a herança, sendo então o Requisito 7.

Por fim, os protótipos e requisitos para o memorial digital criados pelos grupos focais foram analisados e mesclados no protótipo de alta fidelidade. O protótipo foi feito utilizando um projeto gratuito disponibilizado na Comunidade do Figma com as telas e os componentes visuais do Twitter (PIXSELLZ, 2023). A Figura 30 mostra as interfaces originais do projeto no Figma e as Figuras 31, 32 e 33 as interfaces propostas para o memorial.

Figura 30 – Telas Twitter sem alterações



Fonte: Pixsellz (2023).

O primeiro requisito para o memorial dos dois grupos é a mudança visual, para indicar que aquele perfil agora é um memorial. O Grupo Focal 1 sugeriu um novo botão para acessar o memorial, enquanto o Grupo Focal 2 adicionou uma nova aba na página do perfil.

Como no desenho do grupo 1 ao clicar no botão de memorial a página ficaria com uma nova aba, foi decidido pela pesquisadora utilizar a opção como sugerida pelo grupo 2, adicionando apenas uma aba a mais com o memorial. Isso facilitaria a implementação da funcionalidade, pois não sairia do padrão de páginas do Twitter e também deixaria mais claro para qualquer pessoa que acessasse o perfil que ele é um memorial e quais são os conteúdos dele.

Os dois grupos adicionaram a frase "Em memória de" em cima do nome da pessoa no perfil, a frase foi mantida na versão final do protótipo, além da informação de quem é a pessoa herdeira da conta, definido pelo Grupo Focal 1 e do símbolo mostrando que a conta é um memorial, definido pelo Grupo Focal 2.

Na parte do perfil, o Grupo Focal 1 também adicionou quando a conta virou um memorial, embaixo da informação de quando a conta foi criada e o Grupo Focal 2 adicionou o ano de nascimento e morte da pessoa. No protótipo final os dois dados foram mantidos mas como opcionais, então a pessoa titular da conta poderia escolher se apareceriam ou não quando a conta virasse um memorial, assim como é a opção de data de nascimento atualmente, que é possível escolher se aparece ou não no perfil.

No conteúdo do memorial, ambos os grupos colocaram a opção de tweets fixados, a diferença é que o Grupo 1 sugeriu vários tweets fixados enquanto o Grupo 2 sugeriu uma thread fixada com todos os tweets. Para se assemelhar ao funcionamento atual do Twitter, foi

Figura 31 – Protótipo de alta fidelidade - Tela perfil Twitter



Fonte: Autoria própria (2023).

decidido pela pesquisadora usar o modelo sugerido pelo Grupo 2 com apenas um tweet fixado com todos os conteúdos escolhidos pela pessoa titular da conta antes do falecimento.

Para os depoimentos e homenagens no perfil da pessoa falecida, foi usado o modelo definido pelo Grupo 1, já que também é o mais parecido com a operação atual da rede social. Como no Twitter não é possível entrar no perfil e fazer uma postagem, as publicações que apareceriam nessa aba seriam as que marcassem o usuário da pessoa após o momento que a conta virou um memorial. Como definido pelos dois grupos, essas publicações poderiam ser moderadas pela pessoa herdeira antes de aparecer. A Figura 31 mostra o protótipo de alta fidelidade com todos os requisitos apontados acima sobre o perfil como memorial.

Sobre a diferenciação dos tweets publicados pela pessoa herdeira, o primeiro grupo adicionou no tweet ao lado do nome no perfil o usuário da pessoa herdeira e o segundo grupo adicionou a informação que foi postado pela pessoa herdeira ao lado da informação de por onde a publicação foi postada. Para o protótipo de alta fidelidade foi feita uma mistura das duas ideias, colocando o usuário da pessoa herdeira embaixo dos dados do tweet. A Figura 32 mostra essa tela.

Além das telas de perfil e de visualização de tweet, também foi criada no protótipo de alta fidelidade a tela do menu de configurações (Figura 33), com a opção da configuração de herança onde ficariam todas as opções levantadas nos requisitos apresentados no Quadro 2.

O próximo capítulo apresenta as considerações finais deste trabalho.

Figura 32 – Protótipo de alta fidelidade - Tweet de conta com memorial



Fonte: Autoria própria (2023).

Figura 33 – Protótipo de alta fidelidade - Tela de configurações Twitter



Fonte: Autoria própria (2023).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso de redes sociais está cada vez mais comum entre a população mundial e isso faz com que muitos conteúdos como fotos, vídeos e textos sejam produzidos digitalmente. Com isso, cria-se a necessidade das redes sociais se adaptarem a esse cenário e lidarem com as questões de bens e legados digitais. Algumas delas já possuem ferramentas para que o legado de uma pessoa que faleceu continue ativo dentro da rede, outras, como o Twitter, ainda não começaram a pensar nisso, mas com a grande quantidade de conteúdos sendo postados todos os dias, os bens digitais tem um valor tão grande quanto os bens físicos para as pessoas e para o processo de luto, como visto em alguns exemplos de tweets de pessoas que gostariam de continuar visitando o perfil de um ente querido mesmo após o seu falecimento.

Assim, o objetivo deste trabalho foi identificar como o Twitter aborda a questão de legado digital, entender a opinião das pessoas que utilizam a rede social sobre esse assunto e criar propostas de interfaces gráficas para um possível memorial no Twitter.

Na etapa de coleta de dados, com os trabalhos relacionados foi possível entender como as outras redes sociais tratam o assunto e quais as possibilidades no design de um memorial digital, além de ouvir a opinião sobre bens e legado digital de pessoas que usam o Twitter através da aplicação do questionário e dos grupos focais. A utilização de design participativo nos grupos focais foi importante para que a proposta das interfaces gráficas fosse feita a partir das ideias de pessoas diferentes, com experiência na rede social e vivências diferentes mas que conseguiram se juntar para criar algo que poderia ser utilizado por várias outras pessoas.

Tanto no questionário quanto nos grupos focais, percebeu-se que a chave para o tratamento de legado digital nas redes sociais é dar opções para cada pessoa poder escolher o que quer que aconteça com a sua própria conta. Foi possível ver nas respostas do questionário pessoas que gostariam que a conta fosse excluída e outras que ela fosse transformada em memorial. Durante os grupos focais, notou-se a importância da opção de personalização de permissões e também dos conteúdos que apareceriam no memorial.

Alguns requisitos levantados que tornam essa proposta de memorial para o Twitter diferente dos memoriais de outras redes como o Facebook e o Instagram, é a possibilidade de cadastrar mais de uma pessoa como possível herdeira, para que as chances de uma conta ficar sem herdeiro sejam menores, além da pessoa poder escolher quais conteúdos quer que apareçam no seu próprio memorial, fazendo assim com que mesmo usando a mesma interface e configurações parecidas, cada memorial fique mais pessoal e único para a pessoa titular da conta e seus familiares e amigos.

Na análise dos dados obtidos nas etapas iniciais e na criação dos protótipos de alta fidelidade, tentou-se seguir ao máximo o que foi definido pelas pessoas que participaram dos grupos focais para não se perder o sentido de cada parte definida anteriormente pelo design participativo, ajustando somente o necessário para que as ideias dos dois grupos funcionassem

juntas e para que fosse o mais próximo possível do funcionamento atual do Twitter, já que não é comum acontecerem mudanças drásticas nas ferramentas e na interface de uma rede social.

Com esse trabalho, espera-se ampliar a discussão sobre legado digital e redes sociais e incentivar que as pessoas pensem e conversem sobre o assunto para poderem ter e usar o direito de escolha sobre o que desejam que aconteça com as contas após o seu falecimento. Com base em pesquisas como essa, outras ideias também podem ser desenvolvidas e aplicadas nas soluções para tratamento de dados póstumos.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, S.; SILVA, B. **Interação humano-computador**. [S.l.]: Elsevier Brasil, 2010.
- BOYD, d. m.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210–230, 10 2007.
- CARROLL, E.; ROMANO, J. **Your digital afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter are your estate, what's your legacy?** [S.l.]: New Riders, 2010.
- DIAS, C. A. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. **Informação & Sociedade**, Universidade Federal da Paraíba-Programa de Pós-Graduação em Ciência da . . . , v. 10, n. 2, 2000.
- FARIA, V.; MACIEL, C.; ARRUDA, N. Uma análise da herança digital no mundo dos jogos. *In: XVI SBGames*. [S.l.: s.n.], 2017.
- FIGMA. **Figma: the collaborative interface design tool**. 2021. Disponível em: <https://www.figma.com/>.
- FLICK, U.; BARBOUR, R. Grupos focais. *In: Grupos focais*. [S.l.: s.n.], 2009. p. 216–216.
- GACH, K. Z.; BRUBAKER, J. R. Experiences of trust in postmortem profile management. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, v. 3, n. 1, 2020. ISSN 2469-7818. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3365525>.
- GIL, A. C. *et al.* **Como elaborar projetos de pesquisa**. [S.l.]: Atlas São Paulo, 2002. v. 4.
- KEMP, S. **DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT**. 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>.
- LEE, D. **Twitter prepares for huge cull of inactive users**. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-50567751>.
- MACIEL, C. Issues of the social web interaction project faced with afterlife digital legacy. *In: Proceedings of the 10th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems and the 5th Latin American Conference on Human-Computer Interaction*. Porto Alegre, BRA: Brazilian Computer Society, 2011. (IHC+CLIHC '11), p. 3–12. ISBN 9788576692577.
- MACIEL, C.; PEREIRA, V. C. The internet generation and its representations of death: Considerations for posthumous interaction projects. *In: Proceedings of the 11th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems*. [S.l.: s.n.], 2012.
- MONCUR, W.; KIRK, D. An emergent framework for digital memorials. *In: Proceedings of the 2014 conference on Designing interactive systems*. [S.l.: s.n.], 2014. p. 965–974.
- MULLER, M. J.; HASLWANTER, J. H.; DAYTON, T. Participatory practices in the software lifecycle. *In: Handbook of human-computer interaction*. [S.l.]: Elsevier, 1997. p. 255–297.
- OPENDESIGN. **A Collaborative Platform for Community-driven Design**. 2021. Disponível em: <https://opendesign.ic.unicamp.br>.
- PEREIRA, F. H. S.; PRATES, R. O. A conceptual framework to design users digital legacy management systems. *In: . New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2017. (IHC 2017)*. ISBN 9781450363778. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3160504.3160508>.

PIXSELLZ. **Twitter UI Screens**. 2023. Disponível em: <https://www.figma.com/community/file/874600772514053297>.

PRATES, R. O.; ROSSON, M. B.; SOUZA, C. S. de. Interaction anticipation: communicating impacts of groupware configuration settings to users. *In*: SPRINGER. **International Symposium on End User Development**. [S.l.], 2015. p. 192–197.

SANDLER, R. **Twitter Delays Plan To Remove Inactive Accounts**. 2019. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/rachelsandler/2019/11/27/twitter-delays-plan-to-remove-inactive-accounts/#301342037aa1>.

SANTOS, N. M. dos; BIM, S. A.; MACIEL, C. I have a twitter profile: What do i want to happen to it if i die? *In*: **Proceedings of the XX Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems**. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2021. (IHC '21). ISBN 9781450386173. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3472301.3484369>.

SPINUZZI, C. The methodology of participatory design. **Technical communication**, Society for Technical Communication, v. 52, n. 2, p. 163–174, 2005.

TOLEDO, T. J. Novas soluções para identidade e volição em memoriais digitais no facebook. 2019.

TWITTER. **Sequencia de tweets sobre inativação das contas**. 2019. Disponível em: <https://twitter.com/TwitterSupport/status/1199777312054493184>.

TWITTER. **Glossário**. 2021. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/glossary>.

TWITTER. **Como entrar em contato com o Twitter para falar sobre a conta de um familiar falecido**. 2022. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/managing-your-account/contact-twitter-about-a-deceased-family-members-account>.

TWITTER. **Política de contas inativas - Versão 17 dos Termos de Serviço**. 2022. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/inactive-twitter-accounts>.

TWITTER. **Política de contas inativas - Versão 18 dos Termos de Serviço**. 2023. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/inactive-twitter-accounts>.

TWITTER. **Tweets comentando inativação de contas**. 2023. Disponível em: <https://twitter.com/emdashreed/status/1655617761077342217>.

VERHALEN, A. E. C. Perfis, lembranças e histórias: Projetando memoriais digitais para o instagram via design participativo. 2019.

VIANA, G. *et al.* Análise dos termos de uso e políticas de privacidade de redes sociais quanto ao tratamento da morte dos usuários. *In*: **Anais do VIII Workshop sobre Aspectos da Interação Humano-Computador na Web Social**. [S.l.: s.n.], 2017.

ANEXO A – Questionário

Questionário Twitter

Esse questionário faz parte da pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso da estudante Nicole Mendes dos Santos, do curso de Sistemas de Informação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) sob orientação da Prof^a Dr^a Silvia Amélia Bim (DAINF/UTFPR-CT) e coorientação do Prof. Dr. Cristiano Maciel (UFMT).

Sua participação nesta pesquisa consistirá em responder a um questionário com questões relacionadas ao seu uso do Twitter e à sua opinião sobre legado digital nessa rede social. Sua participação é voluntária e durante todo o processo, se você se sentir desconfortável por qualquer motivo que seja, poderá não responder ou até mesmo cancelar a sua participação, sem nenhuma necessidade de explicação a esta pesquisadora ou a qualquer outra parte relacionada a esta pesquisa. Caso ocorra a interrupção do preenchimento, todos os dados coletados até então serão apagados e não entrarão para a análise dos dados da pesquisa.

Todos os dados coletados serão utilizados somente para os fins da pesquisa. Não é necessário se identificar, mas no final do questionário você pode deixar o seu email caso queira participar das próximas fases da pesquisa. Os dados não serão divulgados de forma a possibilitar sua identificação.

Essa pesquisa faz parte de um projeto que possui aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da UFMT, sob o número 1.918.626.

Caso tenha alguma dúvida, entre em contato pelos emails nicolesantos@alunos.utfpr.edu.br, sabim@utfpr.edu.br e cmaciel@ufmt.br ou pelo telefone 41998100454.

Ao prosseguir para a próxima seção desse questionário, você está automaticamente concordando em participar dessa pesquisa.

* **Indica uma pergunta obrigatória**

Conta no Twitter

1. Você possui uma conta no Twitter? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a seção 8 (Agradecimento)*

Identificação

2. Qual a sua faixa etária? *

Marcar apenas uma oval.

- De 13 a 18 anos
- De 19 a 24 anos
- De 25 a 29 anos
- De 30 a 34 anos
- De 35 a 39 anos
- De 40 a 44 anos
- De 45 a 49 anos
- De 50 a 54 anos
- De 55 a 59 anos
- Mais de 60 anos

3. Com qual gênero você se identifica? *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Não binário
- Prefiro não responder
- Outro: _____

4. Há quanto tempo você usa o Twitter? *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de um ano
- De 1 a 3 anos
- De 4 a 6 anos
- De 7 a 9 anos
- 10 anos ou mais

5. Com qual frequência você usa o Twitter? *

Marcar apenas uma oval.

- Todos os dias
 Uma vez por semana
 Algumas vezes por semana
 Uma vez por mês
 Algumas vezes por mês
 Ocasionalmente

6. Qual o dispositivo que você mais utiliza para acessar o Twitter? *

Marcar apenas uma oval.

- Computador
 Celular
 Tablet
 Outro: _____

7. Com qual objetivo você usa o Twitter? *

Marcar apenas uma oval.

- Pessoal
 Profissional
 Pessoal e Profissional
 Outro: _____

8. Caso queira deixar algum comentário sobre a questão anterior, use o campo abaixo

9. Qual o seu tipo de uso do Twitter? *

Marcar apenas uma oval.

- Uso somente para tweetar
- Uso mais para tweetar do que para retweetar e curtir outras postagens
- Uso mais para retweetar e curtir postagens do que para tweetar
- Uso na mesma frequência para tweetar, retweetar e curtir postagens
- Uso apenas para ler os tweets
- Outro: _____

Seção sem título

10. Você sabe o que são bens digitais? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

11. O que você acha que são bens digitais? *

12. Você sabe o que é “Legado digital”? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

13. O que você acha que é legado digital? *

Bens digitais

Maciel e Pereira (2012) chamam de bens digitais os dados gerados em plataformas digitais (como fotos, áudios, vídeos e emails).

14. Você considera que a sua conta do Twitter é um bem digital? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Outro: _____

15. Para você, quão importante é poder escolher em vida o que acontecerá com a sua conta do Twitter em caso de falecimento? *

Marcar apenas uma oval.

- Nada importante
- Pouco importante
- Indiferente
- Importante
- Muito importante

16. Caso queira deixar algum comentário sobre a questão anterior, use o campo abaixo

17. Quão importante você considera que o Twitter é para manter a memória de uma pessoa que já faleceu? *

Marcar apenas uma oval.

- Nada importante
- Pouco importante
- Indiferente
- Importante
- Muito importante

18. Quão úteis você acha que os dados das contas do Twitter de pessoas que já faleceram poderiam ser para questões computacionais futuras de recriação da vida por software, como criação de avatares, por exemplo? *

Marcar apenas uma oval.

- Nada útil
- Pouco útil
- Indiferente
- Útil
- Muito útil

Legado Digital

Segundo Carrol e Romano (2010), um legado digital é a soma dos ativos digitais que você deixa para outras pessoas.

Cadastro de herdeiro: poder cadastrar uma pessoa para cuidar da sua conta no caso do seu falecimento.

Transformação da conta em memorial: sua conta continuar visível para as pessoas da rede social após o seu falecimento, mas com algumas alterações que indicam que você faleceu.

Inativação da conta: poder escolher excluir a sua conta na rede social no caso do seu falecimento.

19. Você conhece e/ou usa as configurações de legado digital em suas contas de outras redes sociais, como Facebook, Instagram e Youtube? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não conheço	Conheço, mas não utilizo	Conheço e utilizo em algumas redes sociais que apresentam essa opção	Conheço e utilizo em todas as redes sociais que apresentam essa opção	Não utilizo outras redes sociais
Cadastro de herdeiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transformação da conta em memorial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inativação da conta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Caso queira deixar algum comentário sobre a questão anterior, use o campo abaixo

21. **Como você avalia cada uma das opções a seguir para a sua conta do Twitter ***

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Indiferente	Importante	Muito importante
Cadastro de herdeiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transformação da conta em memorial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inativação da conta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. **Caso queira deixar algum comentário sobre a questão anterior, use o campo abaixo**

23. **Caso queira participar das próximas etapas da pesquisa, deixe seu email abaixo**

Agradecimento

Muito obrigada por responder a pesquisa, sua participação é muito importante. Por favor, clique em "Enviar" para concluir.

Agradecimento

Obrigada pelo seu interesse na pesquisa, mas nesse momento, o questionário é direcionado para pessoas que possuam uma conta no Twitter. Por favor, clique em "Enviar" para concluir.