

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO**

FERNANDA PERBONE SILVA

**LIMITES DO PROJETAR EXPERIÊNCIAS: SAÚDE MENTAL, ARTEFATOS
DIGITAIS E A RESPONSABILIDADE ÉTICA DE DESIGNERS**

CURITIBA

2021

FERNANDA PERBONE SILVA

**LIMITES DO PROJETAR EXPERIÊNCIAS: SAÚDE MENTAL, ARTEFATOS
DIGITAIS E A RESPONSABILIDADE ÉTICA DE DESIGNERS**

**Limits of designing experiences: mental health, digital artifacts and the ethical
responsibility of designers**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo do Curso de Tecnologia em Design Gráfico da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Orientadora: Prof.^a Dra. Claudia Bordin Rodrigues da Silva

CURITIBA

2021



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

Esta licença permite download e compartilhamento do trabalho desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es), sem a possibilidade de alterá-lo ou utilizá-lo para fins comerciais. Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

FERNANDA PERBONE SILVA

**LIMITES DO PROJETAR EXPERIÊNCIAS: SAÚDE MENTAL, ARTEFATOS
DIGITAIS E A RESPONSABILIDADE ÉTICA DE DESIGNERS**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado como requisito para obtenção do título de
Tecnólogo em Design Gráfico da Universidade
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Data de aprovação: 15 de dezembro de 2021

Claudia Bordin Rodrigues da Silva
Doutora
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Frederick Marinus Constant Van Amstel
Doutor
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Cayley Guimaraes
Doutor
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

**CURITIBA
2021**

AGRADECIMENTOS

Gostaria de dedicar este trabalho a todos que me fizeram chegar até aqui, vencendo barreiras e acreditando em mim e no meu potencial. Agradeço a presença de cada um durante a minha caminhada na graduação, em especial aqueles que coparticiparam dela.

Primeiramente à UTFPR por proporcionar e incentivar o conhecimento e a inovação tecnológica pessoal, onde pude ter acesso ao ensino superior e à expansão dos meus horizontes durante toda minha formação, sem esquecer de agradecer a engrandecedora oportunidade de ter sido contemplada como bolsista para a Mobilidade Estudantil Internacional em Tomar - Portugal. Hoje saio com uma bagagem repleta de orgulho de ter feito parte dessa instituição de ensino.

A todos os docentes do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, sobretudo do curso de Tecnologia em Design Gráfico, sempre dispostos a colaborar e incentivar os alunos a buscarem o conhecimento, não apenas intelectual, mas também a formação do caráter profissional. Quero agradecer em especial à professora Claudia Bordin Rodrigues da Silva, orientadora deste trabalho que tanto se empenhou e me incentivou na elaboração dele durante um momento tão delicado que foi o ano de 2021 para todos os brasileiros.

Aos meus familiares, que sempre estiveram ao meu lado em momentos difíceis e que dispostos a me ajudar e incentivar para que aqui chegasse. Principalmente aos meus pais, Fernando e Helena, agradeço por todo amor, força e apoio incondicional. Ao João Frederico, agradeço pelo companheirismo de sempre, pelo apoio e amor, pelo incentivo e confiança, que se fez presente em quase toda minha graduação.

E por fim, aos meus amigos e colegas que fiz durante a graduação e que sempre me deram apoio e lealdade nos trabalhos acadêmicos, nos projetos de extensão e na empresa júnior de design, agradeço pela contribuição valiosa, pela troca de experiências e pela jornada que fizeram comigo.

Em suma, a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram para a realização desse sonho, o meu singelo muito obrigada.

RESUMO

Este trabalho busca analisar e refletir as responsabilidades éticas de designers de experiências diante da concepção de artefatos digitais, os usos de técnicas para manipulação de interfaces e dos resultados negativos para a saúde mental dos usuários. A partir de reflexões recentes sobre os impactos negativos das redes sociais durante a pandemia, discute-se o desdobramento para um mundo cada vez mais digital, on-line e individual, onde deve existir uma preocupação profissional sob os efeitos colaterais dos projetos que designers colocam no mundo. Através de uma pesquisa qualitativa com profissionais da comunidade para perceber o cenário em que estamos e qual a visão geral sobre o assunto, foi possível identificar que há um constante dilema entre os profissionais no que se refere à maneira ética de agir em suas atividades profissionais. Foi possível compreender também que é necessário haver uma maior preparação na formação desses profissionais a respeito da ética profissional e da percepção dos perigos causados se não houver consciência da influência do trabalho para as pessoas. Acerca disso, foi preparada uma oficina aos alunos de Web Design da UTFPR com o intuito de trazer para os futuros profissionais, uma visão ética e responsável sobre o design e fomentar a discussão e reflexão entre os alunos. Fica evidente nesse cenário, que é importante exercitar um pensamento crítico e ético enquanto designers de experiências, garantindo um papel de responsabilidade profissional sobre aquilo que é entregue para a sociedade.

Palavras-chave: Design de Experiência. Design Ético. Saúde Mental. Redes Sociais.

ABSTRACT

This work intends to analyze and reflect about the ethical responsibilities of experience designers regarding the digital artifacts, the use of techniques for manipulating interfaces and the negative results for the users' mental health. Based on recent reflections on the negative impacts of social networks during the pandemic, the development towards an increasingly digital, online and individual world is discussed, where there must be a professional concern about the effects of projects are deliver in the world. Through a qualitative survey with professionals from the community to understand the scenario and what is the general view on the subject, it was possible to identify that there is a constant constant dilemma between professionals regarding the ethical way of acting in their professional activities who needs a greater preparation about the responsibility about design for people. In this regard, a workshop was prepared to Web Design students with the aim of bringing to future professionals an ethical and responsible view of design and encouraging discussion and reflection among students. It is evident in this scenario that it is important to exercise critical and ethical thinking as experience designers, guaranteeing a role of professional responsibility for what is delivered to society.

Keywords: UX Design. Ethic Design. Mental Health. Social Networks.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Código de Ética para Designers	22
Figura 1 – Captura da tela.....	28
Figura 2 – Indicação da ação.....	28
Figura 3 – Classificação de Dark Patterns por Gray <i>et al.</i>	31
Quadro 2 – Proposta de Thaler e Sunstein	33
Figura 4 – Qual o curso você graduou ou está graduando?	42
Figura 5 – Em qual área você trabalha?	43
Figura 6 – Há quanto tempo trabalha nessa área?.....	43
Figura 7 – Você considera que existem dilemas éticos que fazem parte do seu cotidiano como profissional responsável pela experiência do usuário?.....	45
Figura 8 – Quando se trata da sua formação profissional, já tinha tido contato e refletido sobre responsabilidades éticas da profissão?	48
Figura 9 – Você considera que possui conhecimento teórico sobre o tema?...48	
Figura 10 – Assinale quais termos você tem conhecimento sobre o tema.....	49
Figura 11 – Atividade com Caneta Desmanipiladora	52
Figura 12 – Atividade Redesign de Interfaces	53
Figura 13 – Apresentação das Modificações	54
Figura 14 – Print 01 da Pesquisa	65
Figura 15 – Print 02 da Pesquisa	66
Figura 16 – Print 03 da Pesquisa	67
Figura 17 – Print 04 da Pesquisa	68
Figura 18 – Confirmshaming	70
Figura 19 – Roach Motel pt.1.....	71
Figura 20 – Roach Motel pt.2.....	71
Figura 21 – Price Comparison Prevention	72
Figura 22 – Hidden Cost pt.1	73
Figura 23 – Hidden Cost pt.2.....	73
Figura 24 – Slide 01 Oficina.....	75
Figura 25 – Slide 02 Oficina.....	75
Figura 26 – Slide 03 Oficina.....	76
Figura 27 – Slide 04 Oficina.....	76
Figura 28 – Slide 05 Oficina.....	77
Figura 29 – Slide 06 Oficina.....	77
Figura 30 – Slide 07 Oficina.....	78
Figura 31 – Slide 08 Oficina.....	78
Figura 32 – Slide 09 Oficina.....	79
Figura 33 – Slide 10 Oficina.....	79
Figura 34 – Slide 11 Oficina.....	80
Figura 35 – Slide 12 Oficina.....	80
Figura 36 – Slide 13 Oficina.....	81
Figura 37 – Slide 14 Oficina.....	81
Figura 38 – Slide 15 Oficina.....	82
Figura 39 – Slide 16 Oficina.....	82
Figura 40 – Slide 17 Oficina.....	83
Figura 41 – Slide 18 Oficina.....	83
Figura 42 – Slide 19 Oficina.....	84
Quadro 3 – Quadro Código de Ética Mike Monteiro	86

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

D. I	Dependência de Internet
IAT	Internet Addiction Test
IHC	Interação Humano-Computador
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados
NCBI	National Center for Biotechnology Information
RSPH	Royal Society for Public Health
T. I	Tecnologia da Informação
UE	União Europeia
UI	User Interface
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná
UX	User Experience

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	Problema	13
1.2	Objetivos	15
1.2.1	Objetivos Gerais	15
1.2.2	Objetivos Específicos	16
1.3	Justificativa	15
1.4	Metodologia	15
1.5	Referencial Teórico	15
1.5.1	Ética e Design	18
1.5.2	Técnicas de Manipulação	26
1.5.3	Saúde Mental e Redes Sociais.....	33
2	DESENVOLVIMENTO	41
2.1	Pesquisa com a Comunidade	41
2.1.1	Das Perguntas e Respostas.....	41
2.1.2	Resultados Obtidos	50
2.2	Proposta	50
2.3	Oficina	51
3	CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
	REFERÊNCIAS	59
	APÊNDICE A - Questionário de Pesquisa	66
	APÊNDICE B - Templates para Oficina	71
	APÊNDICE C - Apresentação da Oficina	76
	ANEXO A - Quadro Código de Ética de Mike Monteiro	87

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problema

Entendida como uma área de conhecimento envolvida no projetar dos artefatos digitais, a Interação Humano-Computador (IHC) orienta-se a partir das expectativas, necessidades, desejos e dores dos usuários, entregando a melhor experiência possível de um serviço ou produto. São implementados estímulos visuais, sonoros e até sensitivos a fim de tornar a interação mais atrativa e estimulante, o que influencia no comportamento do usuário e o guia para tomar decisões. Portanto, ocorre a orientação e condução – ou, ainda, manipulação ou alienação – da experiência humana com os artefatos computacionais digitais.

Segundo o relatório Digital In, divulgado pelas empresas We Are Social e Hootsuite (2021), em relação ao ano de 2020, houve um aumento de 7,1% do número de usuários brasileiros nas redes sociais, que representa uma parcela significativa de ativos nas principais redes sociais do mundo como YouTube, Facebook, WhatsApp e Instagram. Isso significa que a participação social da população brasileira é de 70,3%, equivalente a 150 milhões de pessoas em idade ativa conectada de alguma forma, pela mediação de uma dessas empresas do norte global digital.

Durante a pandemia de coronavírus, a necessidade de manter-se conectado aumentou, de acordo com o estudo global apresentado pela empresa Kantar (2020). Segundo ela, o engajamento das redes sociais cresceu 61% em relação às taxas de uso normais, já que com o isolamento social as interações passaram a ser completamente digitais e remotas: home office, aulas online, telemedicina, shows, conferências etc. Ainda, o estudo apresentado pela Digital In (2021) aponta que em 2021 os brasileiros passaram, em média, 10 horas e 08 minutos por dia na internet – em todos os dispositivos – e 3 horas e 42 minutos desse tempo apenas em redes sociais.

Assim, houve um aumento incremental no crescimento de soluções de serviços digitais – seja no contexto local ou global –, aplicativos de relacionamento, delivery, serviços governamentais, *e-commerces* e aplicativos relacionados a rotina. Diversos seguimentos foram atingidos pelo novo modelo de negócios, acelerando a transformação digital e mudando o comportamento de compra. A Forbes (2020) divulgou uma pesquisa da DT Index 2020 a qual aponta que cerca de 87,5% das

empresas instaladas no Brasil realizaram alguma mudança digital, ficando acima da média mundial de 80%.

O Governo do Brasil (2020), por exemplo, divulgou em seu site em julho do mesmo ano que mais de 251 serviços se transformaram em digitais, com destaque para o Auxílio Emergencial e o Seguro Desemprego do Empregado Doméstico, ampliando acessos a serviços públicos digitais na tentativa de impedir a disseminação do vírus, ainda que apresentando diversos problemas de ordem informacional e de comunicação, como vimos nos noticiários durante quase todo o ano de 2020 e 2021. Mesmo com as tecnologias, o acesso a esses serviços continuou sendo um desafio a grande parte da população – seja pela baixa qualidade dos serviços oferecidos, pela informação de má qualidade ou, infelizmente, pela baixa literacia digital.

É evidente que com esse novo cenário de mercado, de avanço dos serviços digitais, aumenta-se também a demanda de trabalho para o desenvolvimento desses serviços. Um levantamento da plataforma Catho divulgado pelo G1 (2020) registra crescimento de até 671% nas vagas do setor de tecnologia, em comparação ao número de vagas abertas no ano anterior. O mercado de vagas relacionadas à área de User Experience/ User Interface Design, inserido na área de tecnologia das empresas, também obteve crescimento, provando-se indispensável para o momento referido já que, uma vez on-line, é necessário adequar funcionalidades, melhorar a experiência do usuário, facilitar a navegação do serviço e entregar um produto de boa qualidade para o consumidor.

Porém, por mais que os artefatos digitais – sobretudo as redes sociais – possam ser considerados aliados nesse momento difícil de isolamento e se mostraram uma ótima oportunidade para empresas, podem ser uma grande fonte de possíveis problemas mentais futuros como ansiedade e depressão. Isso se dá pela carga de informações e saturação de conteúdos sensacionalistas repletos de inverdades, insônia pela exposição da luz LED que bloqueia processos naturais do cérebro, estresse, problemas com autoestima – principalmente em mulheres, com excesso de fotos manipuladas de corpos magros e esteticamente "perfeitos", como evidencia um estudo feito pela Royal Society for Public Health (2017) em Londres, antes mesmo da pandemia.

Acerca disso, trazendo para a área da Interação Humano-Computador, é curioso pensar que as funcionalidades desenhadas para tais redes sociais, a fim de desempenhar melhorias para a experiência do usuário e solucionar suas dores,

podem também se desdobrar em problemas de saúde mental para eles. O poder de projetar experiências e interações no cotidiano das pessoas às vezes não é de reconhecimento dos profissionais; por isso é de extrema importância trabalhar o lado crítico e reflexivo do impacto de nosso trabalho e das nossas decisões perante a sociedade.

A ética tem o propósito de contribuir com o estabelecimento da base que guia a conduta do ser humano para a melhor maneira de se comportar e agir dentro de um grupo de pessoas. Através da compreensão de suas ações e valores morais, busca-se classificar esses valores como certos ou errados, independente das práticas culturais morais de uma sociedade. É um exercício individual, onde se reflete sobre a moralidade coletiva.

Acerca dessa premissa, é papel do designer ser responsável pelo seu projeto e exercer um pensamento crítico de seu trabalho e suas escolhas, considerando sua influência e impacto sob a vida das pessoas. Isso por sermos responsáveis pela interferência e modificação, através de nossas soluções, da maneira em que as pessoas se divertem, alimentam, viajam, comunicam, relacionam, trabalham etc. Os artefatos digitais invadem a vida das pessoas, moldam a maneira com que elas lidam com o cotidiano e se compreendem como pessoas.

Este trabalho pretende, dentro de um recorte dessa realidade e considerando a atuação de designers de experiências, apontar os cenários possíveis de correlação entre os efeitos negativos dos artefatos digitais e o poder de manipulação do design, evidenciando as questões éticas e responsabilidades do designer. A partir dos resultados da pesquisa feita com a comunidade de profissionais propõe-se, por meio de uma oficina cocriativa com os alunos de Web Design da UTFPR, abordar a importância de desenvolver um pensamento crítico e reflexivo sobre nosso trabalho na elaboração de um projeto e quais os males que estamos expostos quando não trabalhamos a ética em primeiro lugar. Além disso, pretende-se sugerir a reconstrução de interfaces que apresentam técnicas de manipulação aos usuários.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Considerando o cenário apresentado, este projeto de pesquisa tem intenção de analisar e refletir as responsabilidades éticas de designers de experiências diante

a concepção de artefatos digitais, os usos de técnicas para manipulação de interfaces e os resultados negativos para a saúde mental dos usuários. Além disso, considerar, por meio de uma pesquisa com profissionais da área, a visão de responsabilidade ética da profissão e, a partir dela, reunir dados coletados, bem como desenvolver uma oficina para os alunos de Web Design do Departamento de Desenho Industrial da UTFPR, a fim de trazer a reflexão e inserção do tema para os estudantes.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Relacionar e compreender a Ética no Design;
- Analisar de um modo geral o uso das redes sociais e seus impactos negativos na saúde dos usuários, apontando as doenças e distúrbios causados pelo excesso do uso, com um breve apontamento do cenário da pandemia;
- Apontar algumas técnicas de manipulação utilizadas nos artefatos digitais;
- Relacionar impactos negativos com o poder de manipulação do design;
- Realizar pesquisa com profissionais de mercado acerca do tema “responsabilidade ética” e o conhecimento teórico sobre assuntos ligados à manipulação da experiência, para compreensão do cenário atual;
- Analisar resultados e elaborar uma oficina para alunos da universidade com a intenção de trazer uma reflexão sobre o assunto;
- Trazer uma reflexão teórico-crítica sobre o papel do design de experiências no contexto para a comunidade.

1.3 Justificativa

O aumento do uso das redes sociais e os impactos negativos que isso causa nos usuários motiva a realização de pesquisas a respeito da relação desses fatores com a responsabilidade ética do designer de experiência ao desenvolver e manipular funcionalidades para o meio digital. O documentário Dilema das Redes (2020), por mais que traga nas entrelinhas uma propaganda para vender uma consultoria de ética da Netflix, aborda uma realidade que enfrentamos durante a pandemia do coronavírus, percebendo o quão vulnerável estamos às redes sociais e o quanto as organizações insistem em desenvolver melhorias para que os usuários tenham motivos para permanecerem em sua plataforma.

Ainda, um estudo publicado pelo jornal acadêmico americano National Center for Biotechnology Information – NCBI (2021) aponta que na cidade de Wuhan pessoas com problemas de depressão, ansiedade e estresse tiveram um aumento nas crises durante a pandemia. Para amenização do problema, orienta-se que pais devem aumentar o monitoramento do uso de vídeo games e acesso à internet no geral.

Nesse contexto, sabemos que o papel de designers de experiência do usuário, juntamente com um time de tecnologia de empresas no mundo digital é, sobretudo, desenvolver funcionalidades que atraem e mantêm o usuário em seu produto, satisfazendo suas necessidades e proporcionando assim o melhor ambiente de navegação e interação para quem usa. Nir Eyal, autor de *Hooked: How to Build Habit-Forming Products* (2013), reflete sobre a ética no design como fator principal do profissional ao desenvolver e influenciar o usuário em algum produto ou serviço. Ele defende que o design deve ser responsável e que designers devem usar poderes para o bem e criarem produtos que não causem danos.

Em uma entrevista para a Adobe (2017), Nir afirma que qualquer produto suficientemente bom pode ser viciante para alguém e trazer problemas à saúde. Ademais, aponta que empresas de jogos e redes sociais sabem o quanto as pessoas usam seus produtos e, portanto, elas podem e devem fazer algo acerca disso para impedir tais danos.

Visto que o poder de manipulação nos artefatos digitais está atrelado ao papel do designer de experiência, e que em muitos casos os usuários acabam sendo empurrados para ações que não almejam ou despendem muito mais tempo em um aplicativo do que gostariam, o presente trabalho pretende relacionar o papel ético que os profissionais da área de tecnologia apresentam ao desenvolver funcionalidades e os impactos negativos para a saúde mental do usuário. Com isso, espera-se atrair a atenção da comunidade para um olhar ético de nossos papéis quanto construtores de experiências e contribuir para tornar o ambiente digital mais agradável e saudável.

1.4 Metodologia

A natureza deste trabalho possui uma abordagem predominantemente qualitativa, considerando diferentes fenômenos, e pretende-se analisá-los através de ferramentas posteriormente apresentadas. O método de pesquisa que foi utilizado neste trabalho é a Revisão Sistemática de Literatura, reunindo estudos semelhantes para elaborar perguntas-chave da pesquisa. Para a pesquisa com a comunidade, definiu-se o uso

da pesquisa qualitativa de caráter explicativa, buscando os porquês e identificando fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência das situações.

Já sobre a metodologia para a oficina, inspirada nas ideias de educação democrática e de transformação social proposta por Paulo Freire (1970), pretendeu-se por meio de uma abordagem cocriativa incluir todos os participantes e trazer suas dores e valores acerca do tema para construir melhores interfaces pensando na integridade do usuário – utilizando a ferramenta Figma que permite interação entre todos os participantes –, despertar o pensamento crítico individual e gerar um amadurecimento profissional após uma introdução teórica sobre ética e design. Ao utilizar uma postura problematizadora e questionadora com os alunos, pretendeu-se incentivá-los a refletir e receber estímulos para analisar criticamente suas tomadas de decisões, assim como Freire (1970) preconiza.

A proposta, portanto, foi trazer para a universidade a reflexão colaborativa e inserção do tema trabalhado, mediante uma atividade envolvendo interfaces com técnicas de manipulação do usuário e utilizando a ideia de “Caneta Desmanipuladora”, que surgiu de uma página do Facebook em 2016, cuja proposta é revelar manipulações discursivas em manchetes jornalísticas (KIST e CATTELAN, 2020). Nesta oficina, a Caneta Desmanipuladora atuou neste trabalho como ferramenta para os alunos poderem criticar e redesenhar as interfaces a fim de chegar a uma melhor solução de experiência do usuário. A oficina contou com a participação de duas turmas da disciplina de Web Design do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial da UTFPR e ocorreu em novembro de 2021.

Para essa oficina acontecer, foi entregue aos participantes um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O material utilizado pode ser encontrado também nos Apêndices B e C deste trabalho e está mais bem descrito no capítulo 2.2.

1.5 Referencial Teórico

1.5.1 Ética e Design

É fato que os artefatos digitais são parte da cultura e do dia a dia das pessoas, e que vêm transformando nossas maneiras de interagir e viver no mundo. Eles moldam a maneira que as pessoas se comunicam, comem, compram, locomovem, viajam, trabalham, aprendem, relaxam, relacionam etc.

Cecília Baranauskas (2018) menciona que a presença da tecnologia trouxe mudanças nas relações interpessoais, digitais e no processo de construção do nosso conhecimento. Por ser uma criação humana, afirma que não há neutralidade nessa relação humano-computador – sofreremos com suas consequências, somos responsáveis pela forma que ela assume e pelos efeitos que ela causa.

A tecnologia foi moldada sobretudo por fatores sociais. Os artefatos que produzimos interferem diretamente nas dinâmicas sociais, pois transformam também a forma como a sociedade se estrutura e invade também a vida das pessoas e como elas lidam com o cotidiano. Diante disso, fica o questionamento: qual a responsabilidade do design? Chan (2016) defende que a responsabilidade do design é obrigação do profissional, e foi compreendida e definida de forma problemática. Segundo ele,

Uma primeira forma de considerar a responsabilidade é uma forma de ética profissional ou código de conduta para com clientes e usuários; a segunda forma, entretanto, admite uma intenção social mais ampla, como responsabilidades sociais e morais do design. (CHAN, 2016)

Para a discussão de Ética e Design, é necessário definir o conceito de ética em primeiro lugar. De origem grega (*ethikē*) pode ser traduzido como: costume e/ou propriedade do caráter. Para a tradução costume, é o que se considera base para a palavra Moral, enquanto a segunda, propriedade do caráter, é a que orienta o entendimento atual que damos à palavra Ética e a que mais cabe nesse recorte.

Segundo o Dicionário Oxford, Ética é

Parte da filosofia responsável pela investigação dos princípios que motivam, distorcem, disciplinam ou orientam o comportamento humano, refletindo esp. a respeito da essência das normas, valores, prescrições e exortações presentes em qualquer realidade social. (OXFORD, 2021)

E buscando significado de Ética Profissional, o dicionário Michaelis apresenta que ela é

A que abrange todos os setores profissionais da sociedade industrializada e tem por objetivo interrogar mais amplamente o papel social da profissão, sua responsabilidade, sua função, e sua atitude frente a riscos e ao meio ambiente (MICHAELIS, 2015).

A ética pode ser entendida popularmente como o que é certo e errado na sociedade como um todo; pode ser entendida também como um sinônimo de moral ou a boa conduta das pessoas em qualquer ambiente social. Porém, é muito

importante ressaltar que o presente trabalho se refere ao conceito de Ética, pois considera que pela compreensão das ações de acordo com os valores morais, busca classificá-los como certos ou errados, independente da prática cultural.

No Design, a ética é um tema que deveria ser mais recorrente entre os profissionais. É a partir do exercício do pensamento crítico que conseguimos perceber e entender o que estamos entregando para a sociedade e qual o nosso valor dentro dela. Ashley Karr (2014), um importante nome da comunidade de Design de Experiência, defende que não se pode considerar uma pessoa ética apenas em um ato ético durante a vida do indivíduo, a ética para ela deve estar presente em todas as etapas e momentos.

Como parte da comunidade de UX, Karr aponta alguns motivos principais da ética ser essencialmente importante para o trabalho de desenvolvimento de tecnologias de computação interativa enquanto cultura, métodos e métricas.

O primeiro motivo é que produtos ou serviços que vão à público tem efeitos reais em pessoas reais, então tem de existir a certeza de que o que é desenvolvido está sendo atingido de maneira positiva aos usuários. O segundo, é sobre a capacidade que os computadores e tecnologias têm de aumentar o desempenho humano em diversos níveis e se expandir em tempo recorde. E por fim, o terceiro motivo é em razão do projetar e desenvolver tecnologias de computação, que hoje é tão essencial e importante quanto a alfabetização de pessoas em dois mil anos atrás. Karr critica que somos alfabetizados em tecnologia numa realidade em que pessoas sequer sabem ler, e que esse poder que temos não sabemos mensurá-lo, mas que por conta dele, existe grandes responsabilidades.

A Autora cita três grandes designers que usam a ética em seu trabalho, portanto é de grande importância citá-los nesse trabalho. O Trabalho de Florian Egger trata de tecnologias enganosas, e segundo ele, existe uma linha tênue entre experiência do usuário e manipulação do usuário, já que técnicas e insights da psicologia e o estudo do comportamento humano podem ser usados tanto para o bem, quanto para o mal e que ao identificarmos algum jogo sujo vindo de um colega de trabalho, os usuários podem ser avisados antes de serem vítimas.

O segundo trabalho é de Sarah Deighan, que conduz pesquisas acerca de questões éticas envolvidas na área de UX, como os profissionais veem essas questões e como é possível disponibilizar recursos éticos para os profissionais. E por último, Rainer Kuhlen, autora de "A matriz de ética da informação: valores e direitos

em ambientes eletrônicos" (2020), um livro que explora novas atitudes em relação ao conhecimento e à informação, onde comunicação é um processo social fundamental e uma necessidade humana básica em que todos devem ter a mesma oportunidade de se comunicar e ter acesso à informação.

Quando se trata de Design Ético, Karr define: "permite que designers e equipes de design criem produtos, serviços e sistemas que não causam danos e melhoram as situações humanas" (KARR, 2014), em que abrange todas as pessoas que estão de alguma forma envolvidas no produto, serviço e / ou ciclo de vida do sistema. Em sua defesa, a autora apresenta o que ela almeja evitar e alcançar usando o Design Ético, como quase forma de manifesto, apontando também rápidos tópicos para fim didático de sua proposta.

Smartphones foram feitos para serem dispositivos auxiliares - eles não foram feitos para a dependência humana completa. Não podemos dirigir nossas vidas a partir de nossos telefones celulares, nem podemos construir sistemas onipresentes e de alta prioridade, como sistemas transacionais, com base nessa tecnologia. (KARR, 2014).

Ética e Design devem andar juntos. O Design trabalha diretamente com as pessoas, solucionando problemas, projetando melhorias, em que sempre o usuário é o principal foco, ou deveria ser. É preciso temer o impacto que o projeto causa quando é entregue para o usuário, quais consequências negativas obteve, quais sentimentos e frustrações geraram. Por mais que exista organizações que consideram leis e boas práticas da profissão, isso não é suficiente. É necessário que exista o mapeamento dos desdobramentos em relação aos impactos e reações que nossos trabalhos apresentam para a sociedade, para que possamos adaptar processos e tentar diminuir resultados negativos de nossas entregas. Além disso, a prática e reflexão ética é de contexto individual, sendo responsabilidade de cada um reconhecer e refletir sobre suas tomadas de decisões.

Mike Monteiro (2018), profissional de UX, escreve um artigo expondo algumas opiniões sobre para quem realmente os designers trabalham. Ele traz algumas reflexões acerca do tema da responsabilidade ética de se projetar para pessoas reais e que possuem problemas reais. Para Monteiro, é necessário perceber as repercussões causadas pelo nosso trabalho, pois projetamos sistemas que afetam a vida de pessoas, afetam seus relacionamentos e inegavelmente afetam a saúde mental.

Em seu livro *Ruined by Design* (2019) há uma frase emblemática e conhecida pela comunidade: “Projetar sem entender as ramificações do que pode acontecer é tão antiético quanto projetar sabendo que é perigoso” (MONTEIRO, 2019). Com esse pensamento, Mike conseguiu apresentar um Código de Ética para Designers (2017) que foi traduzido por Ibrahim Cesar e Victoria Bevilacqua (2019) e que serão brevemente apontados a seguir no Quadro 1 – o conteúdo completo do código se encontra no Anexo A deste documento.

Quadro 1 – Código de Ética para Designers

Premissa	Descrição
Designers são antes de tudo e principalmente humanos	Antes de ser designer, você é um ser humano. Como todo outro ser humano no planeta, você faz parte do contrato social. Ao escolher ser designer, você escolhe impactar como pessoas que entram em contato com seu trabalho, e com as suas ações você pode ajudá-las ou prejudicá-las. O efeito daquilo que você coloca no mundo deve sempre ser um ponto focal do seu trabalho.
Designers são responsáveis pelo trabalho que colocam no mundo	Design é uma disciplina de ação. Você é responsável pelo que você cria. Suas criações têm o seu nome nelas. Apesar de ser impossível prever com exatidão como qualquer um de seus trabalhos vai ser usado, não deveria ser uma surpresa quando um trabalho feito para ferir alguém alcança em sua meta. Não podemos nos surpreender quando uma arma que projetamos mata alguém.
Designers valorizam o impacto sobre a forma	O design não existe em um vácuo. A sociedade é maior sistema que podemos impactar, e tudo o que você faz é uma parte desse sistema, para bem ou para mal. Sendo assim, devemos julgar o valor de nosso trabalho baseado em seu impacto, ao acionar de julgá-lo por sua estética. Um objeto que seja projetado para ferir pessoas não pode ser considerado “um bom design”, não importa o quão esteticamente agradável seja, pois, seu design é feito para ferir.
Designers devem às pessoas que os contrataram não apenas seu trabalho, mas seu conselho	Quando você é contratado para fazer o design de algo, você foi contratado por sua área de conhecimento. Seu trabalho não é apenas realizar este trabalho, mas também de avaliar o seu impacto. Seu trabalho é comunicar como resultado do projeto para seu cliente ou empregador. E caso este impacto seja negativo, é seu trabalho transmitir um seu cliente, juntamente com formas de eliminar (se possível) esse impacto negativo.
Designers valorizam as críticas	Nenhum código de ética deve proteger seu trabalho de críticos, sejam de clientes, do público ou de outros designers. Ao desencadear, devemos encorajá-las para criarmos trabalhos melhores no futuro. Se seu trabalho é tão frágil que não suporte a qualquer crítica, ele não deveria existir. A hora de colocar um projeto à prova é no momento em que ele sai para o mundo.
Designers devem conhecer sua audiência	O design é uma solução intencional para problemas dentro de um conjunto de limitações. Para saber se está resolvendo esses problemas de forma adequada, você precisa se encontrar com as pessoas que vivem. E se você faz parte de um tempo, seu tempo deve ter como meta refletir estas pessoas. Quanto mais um tempo mede uma audiência para a qual se está trabalhando, mais profundamente ele conseguirá resolver esses problemas.
Designers não acreditam em casos elegíveis	Quando você decide qual grupo de pessoas é seu público final, você está implicitamente declarando qual grupo não é. Por anos nos referimos às pessoas que não eram essenciais ao sucesso dos projetos como “casos concedidos”.
Designers são parte de uma comunidade profissional	Você faz parte de uma comunidade profissional, e a forma como você faz o seu trabalho e se porta profissionalmente afeta a todos nessa comunidade. Da forma mesma como marés altas afetam todos os barcos, cagar na praia afeta todos os banhistas. Se você for desonesto com um

	cliente ou empregador, o designer depois de você pesquisar o preço por isso. Se você trabalha de graça, o designer depois de você terá isso como a expectativa do cliente.
Designers valorizam um campo diverso e competitivo	Ao longo de suas carreiras inteiras, designers buscam aprender. Isso significa confrontar o que não sabem. Isso significa ouvir as experiências de outras pessoas. Isso significa valorizar e encorajar pessoas de diversos perfis e culturas. Isso significa abrir espaço na mesa para pessoas que a sociedade tem historicamente deixado de fora. Nós devemos abrir espaço para que vozes tradicionalmente marginalizadas sejam ouvidas na profissão. A diversidade leva a melhores resultados e melhores soluções. A diversidade gera um design melhor.
Designers investem em autorreflexão	Ninguém acorda um dia fazendo design para jogar sua ética pela janela. Isso acontece lentamente, um passo em falso por vez. É uma sequência de pequenas decisões que podem parecer tranquilas na hora, até que eventualmente você nota que está fazendo o design da UI de uma loja de armamentos. Invista em tempo para autorreflexão de tempos em tempos. Avalie as decisões que tomou recentemente. Você está se mantendo verdadeiro a quem você é? Ou você está lentamente aumentando seus limites éticos em alguns metros a cada vez que recebe um aumento ou promoção? Você saiu do rumo? Corrija-o.

Fonte: CESAR; BEVILACQUA (2019)

Ademais, em 01 de julho de 2021, um grupo de profissionais da área de UX desenvolveram o Manifesto UX partindo da premissa de que "Devemos buscar um mercado profissional, diminuindo o amadorismo e as promessas que iludem os novos profissionais" (COLI *et al.*, 2021) e através dele, exploram ideologias acerca do termo UX e sua origem, num contexto em que há a preocupação sobre o futuro da profissão e dos profissionais. Até o presente momento, o Manifesto conta com o apoio de 1.445 nomes do mercado brasileiro de UX.

Fato é que essa iniciativa movimentou a comunidade, com opiniões polarizadas sobre o Manifesto, mas não podendo desconsiderar que essa atitude foi pelo menos um passo adiante do que percebemos como responsabilidade ética da profissão. O Manifesto UX busca através de questionamentos abrir discussões acerca do tema e apontar a partir de princípios como resolver as questões.

Para esse estudo, serão apontados alguns desses questionamentos e princípios para direcionar o recorte deste trabalho, mas considera-se que todos eles defendidos pelo Manifesto UX tem sua relevância na discussão. O primeiro questionamento é: "Qual a nossa responsabilidade e o impacto na vida das pessoas com o que estamos construindo através da UX?". Com essa pergunta, busca-se compreender como é possível mensurar o impacto do nosso trabalho com Design e se estamos tendo esse olhar crítico acerca dos resultados do nosso trabalho.

A segunda pergunta é "Qual o posicionamento ético que queremos assumir diante das pessoas que são afetadas pelos serviços e produtos que projetamos?". Com isso surge o questionamento se sabemos por onde começar a discutir sobre esse

assunto, se nós como comunidade temos acesso a esse conhecimento suficiente para tomarmos algum posicionamento, se tivemos durante nossa formação profissional uma preparação acerca da ética na profissão

E uma última pergunta: "Qual o impacto da forma como estamos exercendo nossa profissão no campo da UX no mercado?". Como no próprio Manifesto é colocado, é preciso sair do contexto em que UX é trabalhado apenas como objeto de marketing para trazer retorno financeiro rápido e fácil para as empresas e começar a pensar no impacto social sobre nossos projetos no mercado, ou seja, como está sendo o impacto nas pessoas e não apenas no faturamento.

Já sobre os princípios expostos pelo Manifesto UX, se referem aos valores que os profissionais deveriam ter durante todo o processo de um desenvolvimento de um projeto, que ajudam a pensar em como solucionar as questões citadas acima e refletir sobre nossa atuação no mercado. Alguns deles são: a) Construir o conhecimento e desenvolver a consciência do papel de projetos com foco no usuário e seu entorno; b) Manter e zelar pelos valores éticos e sociais no exercício ou ensino da profissão; c) Manifestar-se em defesa da educação e profissão com o objetivo de evitar, na medida do possível, que se cometa injustiças ou desvios e manipulações conceituais com objetivos financeiros ou obscuros e d) Buscar o equilíbrio e a construção desse conhecimento em colaboração com profissionais atuantes na academia e no mercado.

Nota-se que o intuito desses princípios é trazer o debate entre a comunidade e não taxar regras obrigatórias. Isso tem como objetivo melhorar a qualidade do nosso trabalho, prezando sempre pelo bem-estar dos usuários com os quais lidamos e solucionamos problemas através do Design.

Por mais que haja, ainda que poucas publicações e discussões acerca do tema, e no caso de Mike Monteiro, até um "Código de Ética para Designers" é muito importante ressaltar que a ética não pode ser colocada no espaço da legalidade, já que advém da filosofia e não do direito. Ética é, sobretudo, o que se refere ao individual, ao que a partir da reflexão pessoal se percebe certo ou errado e a partir daí, a transformação pessoal do profissional. Sendo assim, não seria correto um indivíduo por sua própria e individual experiência desenvolver um código de ética esperando que os outros compreenda-o e façam como ele.

Os valores éticos são verdadeiros porque nascem naquilo que cada homem é. De resto, não há verdades universais senão na medida em que cada verdade tem a possibilidade de ser vivida por cada um dos homens. (MARIA,2008).

Ainda sobre o tema, é natural do ser humano que se compreenda como ético. Porém, considerando o mercado de trabalho e o cotidiano de um profissional que está no meio corporativo, devemos olhar sob um outro ponto de vista. É comum que percebemos nossa profissão como solucionadores de problema das pessoas, mas na verdade, quando inseridos no mercado competitivo de trabalho, percebemos que nosso papel dentro de uma corporação é principalmente gerar negócios, e por consequência solucionar os problemas das pessoas. As empresas que almejam solucionar os problemas das pessoas recebem algo em troca, e é assim que o mercado gira e que a competitividade acontece.

Por conta disso, é muito comum que, devido à alta demanda e à necessidade de manter o usuário o maior tempo possível no seu ambiente digital – ainda mais no que se percebeu durante a pandemia – as empresas adotam algumas posturas muitas vezes antiéticas. Isso se dá em relação à maneira que utilizam da tecnologia para reter o usuário em seu produto ou serviço e para convencê-lo de que ali é o melhor lugar no qual ele poderia estar.

É fato que, ao estarmos inseridos em um meio corporativo, devemos cumprir metas, entregas de prazo e resultados. É um ambiente em que por vezes não há tempo e liberdade para discussões acerca das consequências da tomada de decisão, ou até mesmo, não há mapeamento e controle do pós lançamento de alguma funcionalidade ou serviço. Por isso, por mais que nós nos consideramos éticos e corretos, e porque solucionamos os problemas das pessoas, não podemos deixar que nosso pensamento crítico seja ausente nas nossas tomadas de decisões diárias.

Sem a reflexão ética na vida profissional, não conseguimos nos projetar no lugar do outro, caímos no automático da execução do trabalho, focamos na estética e na forma, e então não temos a consciência do mal que podemos causar, banalizando essa possibilidade. Devemos refletir na ação, como indica Schön (1987), o que significa que a teoria – no caso a ética, está incorporada na prática, sendo a possibilidade de o indivíduo parar de agir automaticamente e pensar sobre a situação e assim tentar fazer um trabalho melhor (VAN AMSTEL, 2011).

Ainda sobre esse desenvolvimento massivo de artefatos digitais, deve-se considerar que a discussão não é apenas sobre como as pessoas utilizam os

artefatos, mas sim como o produto ou serviço desenvolvido interfere no comportamento humano e quais os impactos negativos e positivos atrelados a essa invasão do cotidiano dos usuários. Além disso, é importante ressaltar que atualmente estamos inseridos num contexto em que tais efeitos colaterais dos artefatos digitais são colocados num patamar em que as empresas se isentam de punições que o mau uso de seu serviço pode causar ao usuário por conta da proteção assegurada por lei, por exemplo, no caso da LGPD.

Nesse caso, por mais que as empresas sejam transparentes nos usos dos dados pessoais dos usuários, pode haver situações em que essas empresas se apropriam da legalidade jurídica para poderem tirar sua parcela de responsabilidade dos resultados negativos para as pessoas que utilizam daquele artefato digital, como por exemplo exigir que ela aceite os termos de uso ou os cookies de armazenamento de informação, caso contrário, a pessoa não pode prosseguir a navegação. Acerca disso, o próximo tópico tem como objetivo expor algumas práticas consideradas comuns no mundo corporativo de grandes produtos e serviços digitais e que se desencontram com a ética profissional.

1.5.2 Tecnologias de Manipulação

Com o propósito de melhorar a experiência do usuário e induzir ações desejadas, as tecnologias de manipulação da interação digital surgem para melhorar a experiência e facilitar o uso de funcionalidades, utilizando de abordagens e princípios de design. Porém, fica evidente que, na tentativa de “facilitar” a tomada de decisão do usuário, muitas vezes essas funcionalidades são utilizadas para manipular as interações e induzir o usuário ao “erro” em prol os acionistas. A seguir, um estudo de algumas tecnologias de manipulação que são habitualmente utilizadas em projetos de produtos digitais.

Harry Brignull (2010) criou o termo "Dark Patterns", para se referir a funcionalidades de design de interface que foram desenhadas para induzir o usuário efetuar ações que não pretendia, beneficiando o acionista. Cancelar a inscrição de um serviço pago em um website, pode ser uma tarefa muito mais complexa e de difícil acesso propositalmente, por exemplo. O autor do termo, propôs discussões sobre os modos que empresas e serviços têm produzido esses padrões de interação, a partir de uma crítica aos modelos comerciais e a produção de legislação atuante em casos de regulação do mercado de aplicativos e websites.

Ao usar websites e aplicativos, você não lê todas as palavras em todas as páginas – você lê e faz suposições. Se uma empresa quiser induzi-lo a fazer algo, ela pode tirar vantagem disso fazendo com que uma página pareça que está dizendo uma coisa quando na verdade está dizendo outra. (BRIGNULL, 2010).

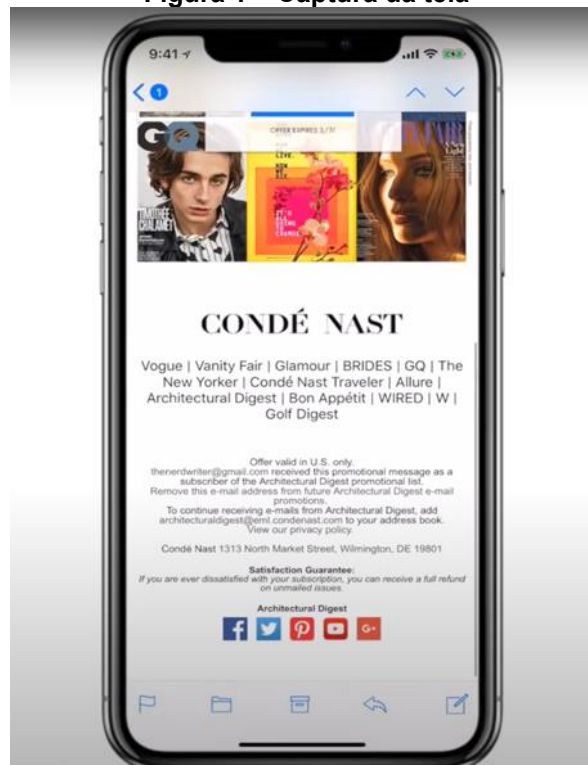
No site oficial, é possível encontrar vários exemplos de *dark patterns* em diversas interfaces web e aplicativos, que reforçam os aspectos de persuasão na interação a partir de elementos de interface e interação. O caso mostrado na página inicial, mesmo desatualizado, mostra a dificuldade em deletar a conta do usuário na *Amazon*. Para conseguir efetuar essa tarefa, o usuário precisa passar por uma imensa quantidade de informações e abas. A ação de cancelar a conta não é explícita, uma vez que ela é acessível no final da página, no rodapé.

A jornada que o usuário precisa percorrer até efetivamente conseguir cancelar sua conta é: 'Ajuda' > 'Precisa de mais ajuda?' > 'Entre em contato conosco' > 'Prime ou Equivalentes' > 'Sobre seu problema' > 'Login e Segurança' > 'Fechar minha conta' > 'Entrar em contato com a Amazon via live chat' > Enviar uma mensagem pedindo o cancelamento da conta. O usuário tem acesso à todas as informações que está em volta da ação que ele quer realmente fazer, sendo cansativo e desgastante percorrer todo esse trajeto, como um labirinto, se perdendo no processo.

Seguindo a tentativa de excluir contas em inscrições de sites, o narrador do mesmo vídeo da página inicial, ao tentar excluir a inscrição de um e-mail marketing com o nome de *Architectural Digest*, percorre para o fim da página e encontra a tela, representada pela Figura 1.

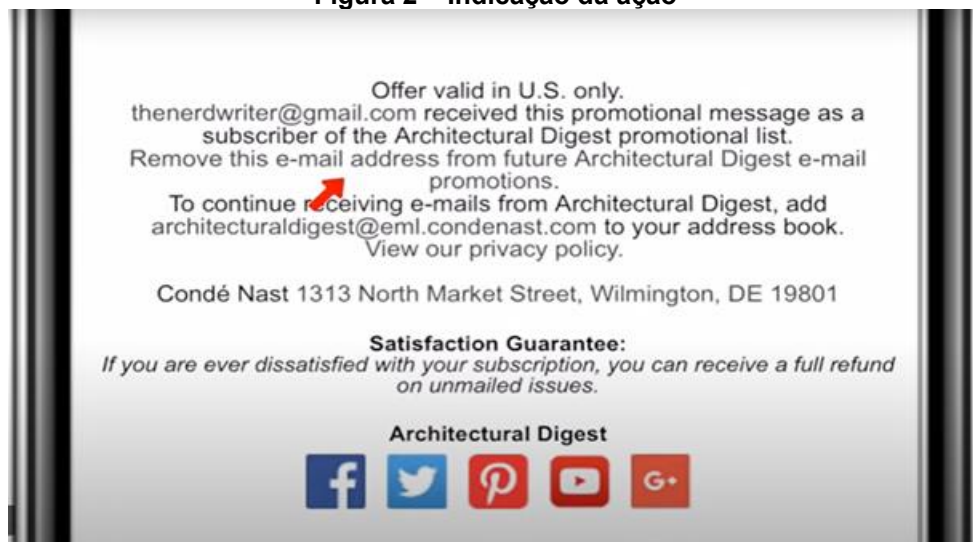
A interface é confusa, sem hierarquia de pesos e informações, de propósito. O link para remover o e-mail para a lista de promoções está ali, porém sem nenhum destaque ou distinção dos outros textos, sendo praticamente da mesma cor que o restante, como pode ser percebido na Figura 2.

Figura 1 – Captura da tela



Fonte: Dark Patterns. Acesso em: maio de 2021

Figura 2 – Indicação da ação



Fonte: Dark Patterns. Acesso em: maio de 2021

Brignull também define padrões de *dark patterns* durante seus anos de estudo sobre o tema e com ajuda da comunidade ao expor esses truques que as interfaces às vezes apresentam para enganar o usuário. Esses tipos de padrões estão apresentados no mesmo site e são classificados em: "*Trick questions*"; "*Sneak into Basket*"; "*Roach Motel*"; "*Privacy Zuckering*"; "*Price Comparison Prevention*";

"Misdirection"; "Hidden Costs"; "Bait and Switch"; "Confirmshaming"; "Disguised Ads"; "Forced Continuity" e "Friend Spam".

O padrão *"Trick questions"* pode ser traduzido literalmente por "Truques de perguntas", o que significa dizer que são perguntas que quando respondidas sem muita atenção, o usuário interpreta de uma forma e responde algo que não pretendia, mas que na verdade quando lidas novamente com maior atenção, tem um outro significado.

"Sneak into Basket", também conhecido como "Venda por inércia", que empurra um item a mais no carrinho de compra do usuário por meio de um botão de cancelamento, por exemplo. Segundo a fonte, esse tipo de intervenção é ilegal no Reino Unido e vários países da UE, determinado pela Diretiva de Direitos do Consumidor.

"Roach Motel" é o exemplo já comentado sobre o cancelamento de uma inscrição ou assinatura de site. Geralmente é fácil para entrar, mas muito difícil e burocrático para sair de determinada situação. A analogia do nome se dá a partir da premissa que popularmente falamos de "é fácil ou bom demais para ser verdade".

"Privacy Zuckering" foi nomeado por Tim Jones, após pedir sugestões nas suas redes sociais para definir "o ato de criar jargões e interfaces de usuário deliberadamente confusos, que induzem seus usuários a compartilhar mais informações sobre si mesmos do que realmente desejam". A coleta de sugestões lhe trouxe alguns insights de bases e então chegou-se à um consenso: *"Privacy Zuckering"*. O termo designa ao ato de compartilhar publicamente mais informações pessoais do que pretendia, por mais que atualmente com o setor de corretagem de dados essas informações já não são tão mais fáceis de acontecer.

Existe um debate acerca da maneira que essas condições de uso são expostas aos usuários, uma vez que estão apresentadas, mesmo que em letras miúdas e sem contraste com o restante do texto, no início do uso do serviço. Essas instruções raramente são lidas pelos usuários, pelo desinteresse deles em ler a quantidade exaustiva de páginas sobre termos de uso daquele determinado serviço.

"Price Comparison Prevention" ou *"Prevenção de Comparação de Preços"*, é a dificuldade projetada para impedir que o usuário consiga comparar preços de itens em uma loja, não tendo a oportunidade de tomar decisões por conta do preço.

"Misdirection" é a manipulação de orientação do usuário para uma certa ação através do design para induzi-lo a visualizar apenas o que mais interessa para o

acionista, distraíndo-o de outras informações, por exemplo mostrar a opção de frete mais caro como principal forma de escolha. É a desorientação genuína do usuário em determinada situação.

"*Hidden Costs*" é quando no processo de compra online o usuário se encontra na última etapa para finalização e descobre que existem tarifas a mais que não foram lhe apresentadas anteriormente.

"*Bait and Switch*" é o termo que se dá quando o usuário pretende fazer uma coisa, mas ao seguir em frente, acontece outra coisa indesejável.

"*Confirmshaming*" é definido como o ato de culpar o usuário por ter feito uma escolha que não era a melhor no ponto de vista do acionista. Normalmente é apresentada como uma frase afirmativa do que ele acabou de realizar como por exemplo: "Não, eu estou bem sem promoções".

"*Disgusted Ads*" são anúncios de outros sites ou produtos que aparecem no meio da navegação de uma página, para que você clique e seja redirecionado para a página do produto ou serviço anunciado. Os botões apresentados podem ser enganosos e atrapalhar a própria navegação do usuário.

"*Forced Continuity*" é o tipo de *dark pattern* que se caracteriza pela continuidade forçada de algum serviço pago que o usuário se inscreveu para testar a versão gratuita e que quando encerra o prazo de teste o cartão de crédito é cobrado automaticamente sem nenhuma notificação prévia.






Por fim, "*Friend Spam*" acontece quando o usuário permite o uso do e-mail para uma finalidade aparentemente positiva para ele, como encontrar amigos, mas que na prática é enviado um spam para todos seus contatos admitindo que a mensagem é do usuário.

O autor reforça em uma matéria dada à *Fast Company* (2016) que para além dos problemas de interação, os *dark patterns* afetam as relações democráticas, políticas, sociais e culturais de uso dos sistemas, principalmente ao criar modos pouco transparentes nas relações entre os produtos digitais e os usuários. Para Brignull, o ano de 2016 foi marcado por implementações de *dark patterns* estranhamente exageradas, alegando que "nós os vimos sendo usados como armas contra a democracia", ao se referir aos diversos acontecimentos na política que para ele se caracterizam como *dark patterns*, como a quantidade de *fake news* pró-Trump disseminada pela sociedade, notícias essas fabricadas por uma empresa da

Macedônia para obter o máximo de alcance no *Google* e no *Facebook*, gerando milhares de dólares em receita de publicidade por mês.

Também temos outros autores que classificam padrões de *dark patterns*, como Gray *et al.* (2018) que consideram cinco categorias principais de estratégias que designers usam além das apresentadas anteriormente. A partir das classificações apresentadas por Brignull, fizeram uma segunda análise usando uma abordagem de codificação aberta, mantendo as categorias de Brignull como base, mas destacando aspectos antes não mencionados, como qualidade de interação, contexto e grupo de usuários, além de algumas estratégias e sobreposições antes não articuladas. As categorias adicionadas foram: "*Nagging*"; "*Obstruction*"; "*Sneaking*"; "*Interface Interference*" e "*Forced Action*". Essa nova classificação, segundo autores, foi estruturada para atender as motivações e estratégias utilizadas pelos designers e pode ser conferida na Figura 3.

Figura 3 – Classificação de Dark Patterns por Gray et al.

 <p>NAGGING</p> <p>Redirecionamento da funcionalidade esperada que persiste além de uma ou mais interações</p>	 <p>OBSTRUCTION</p> <p>Torna um processo mais difícil do que precisa ser, com a intenção de dissuadir certas ações. INCLUI: "Roach Motel," "Price Comparison Prevention" de Brignull e "Intermediate Currency."</p>	 <p>SNEAKING</p> <p>Tenta ocultar, disfarçar ou atrasar a divulgação de informações relevantes para o usuário. INCLUI: "Forced Continuity," "Hidden Costs," "Sneak Into Basket," e "Bait and Switch", de Brignull</p>	 <p>INTERFACE INTERFERENCE</p> <p>Manipulação da interface do usuário que privilegia certas ações sobre outras. INCLUI: Informações escondidas, Preselection, Aesthetic Manipulation, Toying with Emotion, False Hierarchy, "Disguised Ad," e "Trick Questions", de Brignull</p>	 <p>FORCED ACTION</p> <p>Exige que o usuário execute uma determinada ação para acessar (ou continuar acessando) determinada funcionalidade. INCLUI: Pirâmide Social, Gamification e "Privacy Zuckering" de Brignull</p>
--	---	---	--	---

Fonte: Gray et al. traduzida (2018)

Os autores se atentam para uma questão ética ao implementar tais estratégias persuasivas para os usuários. Para eles, designers de experiência devem se atentar a forma que essas estratégias são escolhidas com a responsabilidade ética do profissional. Apresentam que essa preocupação ética no design de IHC e UX revela um design raramente solitário e como contrasta com a responsabilidade do profissional perante as organizações neoliberais, que frequentemente priorizam o lucro acima de outras motivações sociais.

Ainda, já que tais estratégias persuasivas podem ser usadas – em teoria – para o bem ou para o mal, trazem a reflexão: Como os profissionais podem diferenciar o lado "*dark*" da persuasão e o uso da persuasão pelo designer? Ou seja, como

separar a intenção maliciosa da persuasão da falta de habilidade e maturidade do designer?

Também, o autor Sebnem Ozdemir (2020) reflete sobre as diferenças entre *dark patterns* e o termo *nudges*, que será definido em seguida. Para o autor, *nudges* e *dark patterns* pretendem induzir usuários à determinadas ações, mas, o que diferencia as duas estratégias é que os *nudges* são teoricamente projetados para melhorar um tipo de comportamento, sendo majoritariamente positivo para o usuário, enquanto *dark patterns* enganam estrategicamente o usuário, manipulam e são uma grande ameaça.

Porém, na prática, não há como constatar que *nudges* são essencialmente positivos para os usuários, pois não existe um mapeamento regular sobre essas técnicas e seus desdobramentos. Sobretudo porque é de conhecimento, nesta altura da discussão, que as manipulações em interfaces digitais, intencionais ou não intencionais, moldam e mudam a forma como a sociedade se estrutura e invade a vida das pessoas e como elas lidam com o cotidiano.

Um "*Nudge*", ou traduzindo, "Empurrão", é uma alteração feita num ambiente para induzir usuários a determinados comportamentos, e devem ser usados a fim de ajudar as pessoas tomarem melhores decisões durante uma interação de um produto ou serviço, na teoria. Na prática, por mais bem intencionado que possam ser, não há a mensuração ou metrificação se essa "ajuda" ao usuário não está sendo na verdade, prejudicial para ele.

É qualquer aspecto da arquitetura de escolha que altere o comportamento das pessoas de uma maneira previsível, sem proibir nenhuma opção ou alterar significativamente seus incentivos econômicos. Para contar como um simples "empurrão", a intervenção deve ser fácil e barata de evitar. (THALER; SUNSTEIN, 2008).

Existem princípios traçados pelos autores sobre a construção dos *nudges* que se encaixam para que a manipulação do comportamento aconteça, são eles: "Incentivo", "Mapeamento do Entendimento", "Padrão", "*Feedback*", "Espera do erro" e "Estruturação de escolhas complexas", que estão abaixo no Quadro 2 exemplificados. Segundo Weinmann *et al.* (2016, apud CUNHA *et al.* 2020), "*digital nudging*" são "elementos de design de interface de usuário para guiar o comportamento das pessoas em ambientes digitais que envolvam escolha".

Quadro 2 – Proposta de Thaler e Sunstein

Princípio do Nudge	Descrição	Exemplo
Incentivo	Incentivos mais salientes para aumentar sua eficácia.	Telefones programados para mostrar o custo das ligações em tempo real.
Mapeamento do entendimento	Mapeamento das informações difíceis de se avaliar para esquemas mais simples.	Uso de imagens para indicar a qualidade de impressão em vez de simplesmente indicar os megapixels ao anunciar uma câmera digital.
Padrão	Pré-seleção de opções através da configuração de opções padrão.	Alterando os padrões (de <i>opt-in</i> para <i>opt-out</i>) para aumentar a percentagem de doadores de órgãos.
Feedback	Prover usuários com <i>feedback</i> quando eles estão fazendo algo certo ou errado.	Sinais eletrônicos nas estradas com faces sorrindo ou tristes dependendo da velocidade do veículo.
Espera do erro	Esperar que os usuários cometerão erros, perdendo-os sempre que possível.	Requerer às pessoas para retirar o cartão em caixas eletrônicos antes de receber o dinheiro para evitar que esqueçam os cartões.
Estruturação de escolhas complexas	Listar todos os atributos de todas as alternativas, permitindo que as pessoas façam os <i>trade-offs</i> quando necessário.	Sistemas online de configuração de produtos que permitem escolhas simples guiando os usuários através do processo de compra.

Fonte: Cunha *et al.* (2020)

Visto que estas técnicas de manipulação usadas para interferir na interação e na experiência do usuário são antiéticas e que trazem problemas de saúde mental às pessoas que as utilizam – já que ao invadir o sistema do comportamento humano estamos expondo à diversas situações que o usuário pode não saber que está se envolvendo. O próximo tópico tem como objetivo expor quais os desdobramentos negativos em relação à saúde mental do usuário e o uso excessivo de artefatos digitais.

1.5.3 Saúde Mental e Redes Sociais

Um estudo feito pela instituição de saúde pública do Reino Unido, Royal Society for Public Health (RSPH, 2017), em parceria com o Movimento de Saúde Jovem, apontou que as redes sociais podem ser nocivas à saúde mental, sendo comparados ao vício do cigarro ou álcool. De acordo com a pesquisa, redes sociais diretamente ligadas à imagem, como *Instagram* e *Snapchat*, aumentam transtornos psicológicos de insegurança, ansiedade, insônia e síndrome de FoMo (*Feeling of Missing Out*), sendo consideradas as mais nocivas à saúde. “A mídia social foi descrita como mais viciante do que cigarros e álcool, e agora está tão arraigada na vida dos jovens que não é mais possível ignorá-la ao falar sobre problemas de saúde mental dos jovens.” (CRAMER, 2017).

A psicóloga Ana Belém Medialdea (El País, 2020), explica à uma entrevista que as redes sociais devolvem um feedback positivo aos usuários, liberando endorfina ao

nosso corpo, que nos dá a sensação de bem-estar. Portanto, ao receber curtidas em uma foto, ou uma interação com um amigo em um bate-papo, nos atraímos e associamos essas sensações agradáveis instantaneamente, que por sua vez, se torna um aditivo. E ainda:

Entre 16 e 38 anos. O coletivo de maior risco costuma ser o dos adolescentes, por essa necessidade de busca da novidade e de se sentirem reconhecidos e parte do grupo, própria da idade. Viciam-se graças à gratificação imediata, ao estímulo positivo e reforço iminente. São perfis que têm certa vulnerabilidade psicológica como, por exemplo, a busca de emoções fortes, a impulsividade, a intolerância à frustração... ou inclusive pessoas que já apresentam um problema clínico prévio de baixa autoestima, rejeição à sua própria pessoa, timidez excessiva, necessidade de aprovação... Nestes casos, além disso, o vício em redes sociais pode representar uma via de escape para não confrontar mudanças que precisam ser feitas em sua vida para poder abordar estes problemas. (MEDIALDEA, 2020).

Uma pesquisa feita com 4.000 pessoas para o novo Plano Nacional sobre Drogas ao Ministério da Saúde da Espanha (2019), divulgado pelo El País (2019), aponta que um em cada 5 espanhóis entre 10 e 25 anos sofre de transtornos comportamentais por conta da tecnologia.

No Brasil, segundo a pesquisa *ICT Kids Online Brazil* (2019), a maioria das crianças entre 9 e 17 anos (73%) usam a internet para usar redes sociais. Outra pesquisa feita da *Global Mobile Customer*, divulgada pela Deloitte (2017), aponta que 63% dos pais avaliam que seus filhos usam muito o smartphone, ainda que os próprios (50% dos participantes) também considerem que excedem no uso também.

Embora algumas classificações dos transtornos mentais não considerem o vício em telas uma doença, como no caso da Associação Norte-Americana de Psiquiatria, a Nomofobia, FoMo e Cibercondria são alguns distúrbios e doenças que surgiram dentro do cenário do uso exagerado do aparelho celular, computadores e jogos digitais de maneira geral, e que são mais bem descritos a seguir.

A Nomofobia, como trata André Senador (2020), é um distúrbio causado pelo medo de ficar incomunicável (*off-line*) por intermédio do celular, computador ou telefone. O indivíduo se sente ansioso pela possibilidade de não possuir sinal do aparelho, por ficar sem bateria, por esquecer o celular em casa ou até mesmo por perceber que não está recebendo chamadas, textos ou notificações por um certo tempo.

Segundo o autor, a nomofobia ocorre porque nossa existência compartilha um ambiente totalmente tecnológico e não natural, em contato com uma série de

máquinas e tecnologias e como consequência, os indivíduos passam a desempenhar vários papéis sociais ao mesmo tempo, e por isso os conflitos entre eles são muito mais complexos e demanda uma maior necessidade da comunicação entre eles por meio dos aparelhos digitais, que ao perceberem dependentes dessa comunicação ativa, é que a nomofobia se torna presente. O autor expõe ainda que, por causa dessa dependência, o indivíduo desencadeia uma série de outros transtornos psicológicos como depressão, insônia, baixa autoestima, fobias sociais etc.

O autor do livro *iDisorder* (2012), Larry D. Rosen, numa entrevista dada à *KPBS*, classifica um distúrbio bem parecido com a Nomofobia como Distúrbio Compulsivo Obsessivo, no qual o indivíduo se sente perdido e inseguro quando está sem o seu celular por perto, e não consegue sair ou fazer alguma atividade sem checar se está com seu aparelho móvel.

Ainda mais, uma entrevista dada à *The Guardian* (2017), o ex-presidente do *Facebook*, Sean Parker afirma que o *Facebook* sabia que estava criando uma rede social viciante que explora a vulnerabilidade da psicologia humana desde o início. Parker conta que o objetivo do *Facebook* era: "Como consumimos o máximo possível do seu tempo e atenção consciente?", e foi a partir disso que criaram o conceito de "curtir" nas publicações, que proporcionaria aos usuários uma dose de dopamina e assim um incentivo para as pessoas poderem publicar mais conteúdo na rede. "É um ciclo de *feedback* de validação social ... exatamente o tipo de coisa que um hacker como eu faria, porque você está explorando uma vulnerabilidade na psicologia humana" (PARKER, 2017).

Ademais sobre o mesmo tópico, em uma reportagem do mesmo jornal, Justin Rosenstein - engenheiro que desenvolveu o botão curtir, descreve a funcionalidade como "brilhos de pseudo-prazer" (ROSENSTEIN, 2017). Rosenstein deixou o *Facebook* e hoje lidera a empresa *Asana*, que tem como o intuito melhorar a produtividade no escritório, se preocupando com os efeitos psicológicos da tecnologia nas pessoas, já que além do vício, existe uma preocupação também na questão de produtividade e está contribuindo no aumento da chamada "atenção parcial contínua", em que apenas a presença de smartphones pode reduzir a capacidade de concentração das pessoas, mesmo quando desligados e até reduzir o Q.I., segundo o estudo da Universidade de Chicago (2017).

Além disso, a pesquisa traz, nos resultados dos experimentos, que essas falhas cognitivas são mais altas para aqueles que dependem de smartphones para

fazer as atividades básicas do cotidiano do que para as pessoas que não usam tais aparelhos tecnológicos.

Nir Eyal, passou anos de perto analisando como as grandes indústrias do Vale do Silício operam e com isso pôde com seus aprendizados vender essas informações em forma de consultoria para empresas de tecnologia e vendendo essas informações de como manipular as pessoas para o uso de seus produtos ou serviços em conferências nos Estados Unidos.

As tecnologias que usamos se transformaram em compulsões, senão em vícios completos... É o impulso de verificar uma notificação de mensagem. É a atração de visitar o YouTube, Facebook ou Twitter por apenas alguns minutos, apenas para descobrir que ainda está tocando e rolando uma hora depois. Nada disso é um acidente, é tudo “tal como os seus designers pretendiam”. (EYAL, 2017).

Loren Brichter, designer que desenvolveu o recurso de deslizar para baixo para a tela atualizar, que na época foi apenas uma solução de otimizar o espaço para a função "atualizar" para a empresa *Tweetie* em 2009. Um ano depois, a empresa foi comprada pelo Twitter, que adotou a funcionalidade *pull-to-refresh* em sua plataforma. Desde então, a funcionalidade é uma das mais viciantes e onipresentes dos aplicativos modernos. Tristan Harris, um ex-gerente de produto da Google - rotulado também como "o mais próximo de uma consciência que o Vale do Silício tem", considera a funcionalidade desenvolvida por Brichter como "Uma máquina de caça-níqueis" (HARRIS, 2017) e que cada novo deslize para baixo é uma nova surpresa: às vezes uma foto bonita, às vezes apenas um anúncio.

Brichter confessa que, na época que desenvolveu a funcionalidade, nunca passou pela sua mente desenvolver algo viciante. Também diz que concorda com a definição de máquina caça-níquel feita por Harris e até faz uma outra comparação com o botão "fechar a porta" de elevadores com fechamento de portas automáticas, que é tão instigante quanto, pois “As pessoas simplesmente gostam de apertar o botão.” (BRICHTER, 2017)

A obra *Nomofobia* (2014) organizada por Ana Lúcia King *et al.*, além de abordar e relacionar a nomofobia com os vários tipos de transtornos que uma pessoa pode desenvolver, como ansiedade, pânico, impulso, fobia social, transtorno obsessivo-compulsivo, dependência patológica etc., também expõe as implicações para os impactos ambientais ocasionados pela quantidade elevada de equipamentos eletroeletrônicos no mundo. O livro deixa claro a dura relação entre humano e a

tecnologia, fazendo uma comparação aos sintomas apresentados por pessoas viciadas em drogas, já que esses aparelhos tecnológicos têm causado dependência às pessoas, que estão vendo suas vidas se restringirem muito pelo uso inadequado da tecnologia, interferindo consideravelmente na qualidade de vida do usuário, resultando em uma conduta compulsiva e sem controle por parte do usuário. De acordo com os autores, qualquer indivíduo pode ser vítima da Nomofobia, e que aos poucos o usuário se distancia das relações pessoais presenciais de amigos e famílias para se isolarem no mundo digital, um paradoxo entre relações pessoais virtuais e presenciais, em que afasta quem está perto e aproxima quem está longe.

Agora, passando para o tópico da síndrome "*FoMo - Fear of Missing Out*" ou "Medo de estar perdendo algo", foi classificada pela primeira vez em 1996, através de um estudo de grupo focal para um cliente do Dr. Dan Herman, um profissional de reconhecimento mundial em comportamento do consumidor, estratégia competitiva, inovação, marketing e branding. Herman definiu e descreveu FoMo como um fenômeno sociocultural, como uma motivação e como um fator de personalidade em um artigo publicado no *Journal of Brand Management* (2000). É classificada, portanto, como um estado psicológico onde a pessoa se encontra ansiosa por pensar que está perdendo oportunidades que não estão sendo aproveitadas, que as pessoas ao redor dela estão vivendo e experienciando momentos muito interessantes sem ela e, portanto, se sente na necessidade de acompanhar tudo e todos de alguma forma a fim de tentar suprir a necessidade de aproveitamento dos acontecimentos. O autor descreve FoMo como "é o nosso desejo de ter opções disponíveis para nós e de nossa tentativa de exaurir o maior número possível...A concentração da atenção na metade vazia do copo" (HERMAN, 2000).

A FoMo, segundo o autor, é um resultado de um processo cognitivo e emocional do esgotamento das oportunidades em relação à três principais fatores, cujas percepções foram moldadas em nossa cultura e sociedade a longo prazo. São elas: Oportunidades atraentes; Senso básico de importância, em que o indivíduo se encontra na necessidade e capacidade de aproveitar todas as oportunidades que deseja e a Percepção de aproveitamento de oportunidades pelos outros.

Sobre o fator Oportunidades aparentes, podemos destacar para este recorte em ter uma quantidade grande de opções e informações. As pessoas estão se acostumando com o comportamento de busca de variedade, que conforme o autor explica, significa que alternar entre uma opção e outra no cotidiano é muito comum

porque são motivadas a atualizarem e descartarem coisas muito mais frequentemente, por conta da necessidade da variedade e da mudança. A estimulação causada pelo novo se torna muito mais prazeroso e interessante, o poder da escolha traz felicidade e satisfação.

Acerca da Cibercondria, conhecida também por Hipocondria da era digital ou Fenômeno *Dr. Google*, é classificada como uma doença psicopatológica ligada ao espaço cibernético, na qual os indivíduos, “obcecados com seu estado de saúde” (IBCMED, 2019), consultam através da internet o que está afetando-os. Com a presença marcante das tecnologias no cotidiano das pessoas, a internet se torna mais um espaço para busca de informações sobre doenças e por ser um ambiente carregado de diferentes fontes de pesquisa, o indivíduo recebe muitas respostas possíveis para o que sente e acaba cometendo o equívoco acreditando que possui todas aquelas enfermidades encontradas na internet.

Os principais problemas da Cibercondria, segundo a neuropsicóloga Joselene Alvim, destacado numa reportagem ao G1(2019), estão acerca do perigo em se autodiagnosticar e por consequência a automedicação, já que uma vez que o indivíduo pensa que possui o que encontrou na internet, pode se automedicar com substância que se tomadas sem orientação trazem sérios problemas. Além disso, Alvim destaca a ansiedade causada pela busca incessante das informações na internet, o que causa mais incertezas e tornando o quadro em um ciclo vicioso.

A revista Terra (2015) publicou uma reportagem sobre doenças que estão relacionadas ao fator internet e dentre elas, além das citadas anteriormente, existe aquela chamada Dependência de Internet (D.I), que é a necessidade de estar sempre conectado e quando o usuário se percebe sem o acesso à internet fica irritado, ansioso e impaciente.

O indivíduo é capaz de deixar de fazer o que deve fazer para ficar conectado ao mundo virtual, mesmo que perceba que essa atitude prejudica sua produtividade e relações interpessoais como um todo. Existem testes específicos que são feitos para ajudar no diagnóstico da pessoa, como é o caso do *Internet Addiction Test (IAT)* e o *Depression Anxiety and Stress Scale (DASS-21)*, ou até mesmo no site dependenciadeinternet.com.br é possível fazer um teste rápido para saber qual seu nível de dependência e receber ajuda para tratar a doença.

Portanto, sobre os transtornos mentais e a relação com a tecnologia, sobretudo redes sociais, ainda que poucos estudos sobre o assunto, uma pesquisa

feita por Adriana Scatena (2017) apontou que quanto mais tempo se passa na internet, maiores as chances de desenvolvimento de problemas psiquiátricos dentre alunos de graduação e pós-graduação, considerando que o público da pesquisa não faz parte do grupo "nativos digitais", do qual fazem parte crianças e adolescentes nascidos no século XXI.

Através da pesquisa, foi possível observar através do teste IAT, que dos 5.986 estudantes, 10,7% apresentam alto risco de Dependência de Internet (DI), com os maiores níveis de depressão, estresse e ansiedade em relação aos demais, além disso, com média de uso de 6,8 horas diárias do uso de smartphones, um número significativamente maior em relação aos demais. É interessante pensar que das pessoas que foram classificadas com DI, foram apontados também alguns preditores de risco para esses resultados, como tipo de universidade, a quantidade de filhos, e o nível de gravidade para depressão, ansiedade e estresse.

Ainda, podemos apontar também o aumento de casos de pessoas que, durante a pandemia, buscaram procedimentos estéticos e cirúrgicos em busca do corpo perfeito, do rosto harmonizado e que não se veem mais satisfeitos pela aparência que têm quando olham no espelho. Esse é um dos efeitos causados pela Dismorfia do Instagram, em que o uso exagerado dos filtros e aplicativos para edição de imagem a fim de mascarar algumas imperfeições se tornou algo naturalizado, romantizando esses procedimentos que influencers digitais divulgam em suas redes. De acordo com uma pesquisa da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS, 2019) em 2019 o Brasil se tornou o país que mais realiza cirurgia plástica no mundo.

Contudo, visto que o assunto de Saúde Mental está relacionado com o desenvolvimento e manipulação de artefatos digitais, é importante colocar o papel de designers de experiências que desenvolve produtos e/ou serviços digitais como foco principal de atuação desse projeto, já que essas manipulações são resultado da falta de ética e que se vê, nesse cenário, a necessidade de agir na tentativa de minimizar essas más práticas, através do pensamento crítico e reflexivo da ética.

Para que isso seja concretizado, foi necessário elaborar uma pesquisa com a comunidade de UX para compreender qual a visão dos designers sobre o assunto e o que eles entendem como responsabilidade ética da profissão, assunto que será mais abordado no próximo tópico.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Pesquisa com a comunidade

A proposta de pesquisa de campo envolve entender como designers envolvidos nas práticas de UX/UI no mercado de trabalho, no contexto da região dos estados do Paraná e São Paulo, compreendem seu papel de responsabilidade ética na sociedade e qual o nível de entendimento dos conceitos de interação associados às técnicas de persuasão e manipulação. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa através de um questionário online onde apareceram questões acerca de temas sobre responsabilidade ética da profissão e algumas questões quantitativas para mapeamento básico do público.

O intuito é ter um entendimento da percepção ética relativa aos modos de produção de UX e UI, relativos às técnicas de manipulação e persuasão. Entende-se que essa percepção ética pode mudar, a partir dos tipos de projetos e contextos que esses designers atuam e muitas vezes para eles essa visão é pouco clara.

A partir dessa abordagem, vão ser identificados os aspectos centrais - de comunicação, informação, críticos, que precisam ser organizados para a produção de uma oficina didática com objetivo de passar aos estudantes da disciplina de Web Design ofertada pelo Departamento Acadêmico de Desenho Industrial da UTFPR, a importância de desenvolver um pensamento crítico e reflexivo sob nosso trabalho na elaboração de um projeto, bem como expor algumas interfaces com técnicas manipuladoras a fim de “desmanipula-las”.

A pesquisa foi feita nos meses de junho e agosto do ano de 2021 e as 27 respostas ao questionário foram consideradas satisfatórias para o estudo. A seguir, serão apresentadas todas as questões envolvidas na pesquisa e os resultados obtidos a partir dela.

2.1.1 Das Perguntas e Respostas

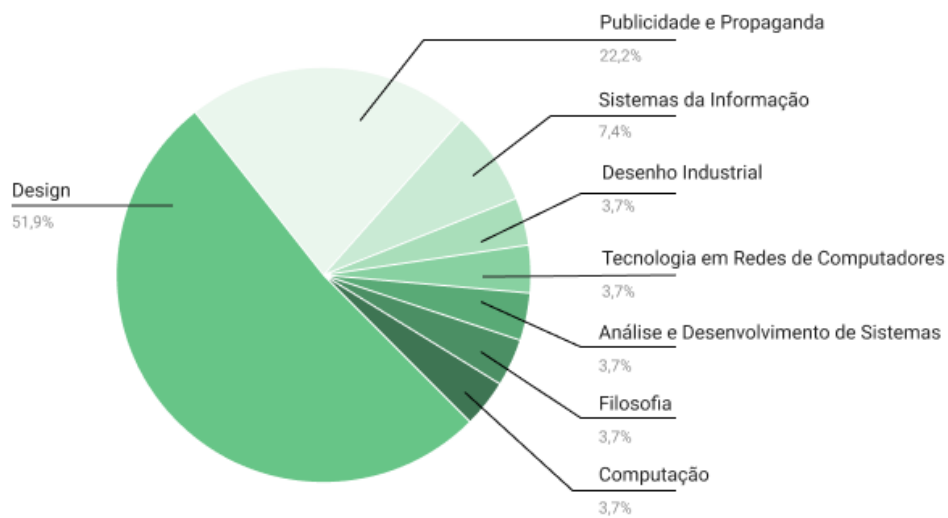
Para o início da pesquisa, foram elaboradas perguntas de caráter mais quantitativo para o mapeamento do público da pesquisa. São elas:

Pergunta 1: Qual o seu nome? Por questões de direitos das pessoas que responderam, não mencionarei nomes envolvidos.

Pergunta 2: Qual o curso que você graduou ou está graduando? Dentre as opções de múltipla escolha estavam: a) Design; Desenho Industrial; b) Comunicação;

c) Sistemas da Informação; d) Engenharia de Software; e) Engenharia da Computação; f) Publicidade e Propaganda e g) Outros. Na sessão Outros, apareceram formações como: Análise e Desenvolvimento de Sistemas; Tecnologia em Rede de Computadores; Filosofia e Computação. Percebeu-se que a maior parte dos contribuintes da pesquisa graduou ou está graduando Design (51,9%), em segundo lugar Publicidade e Propaganda (22,2%) e em terceiro, Sistemas da Informação (7,4%), identificado na Figura 4.

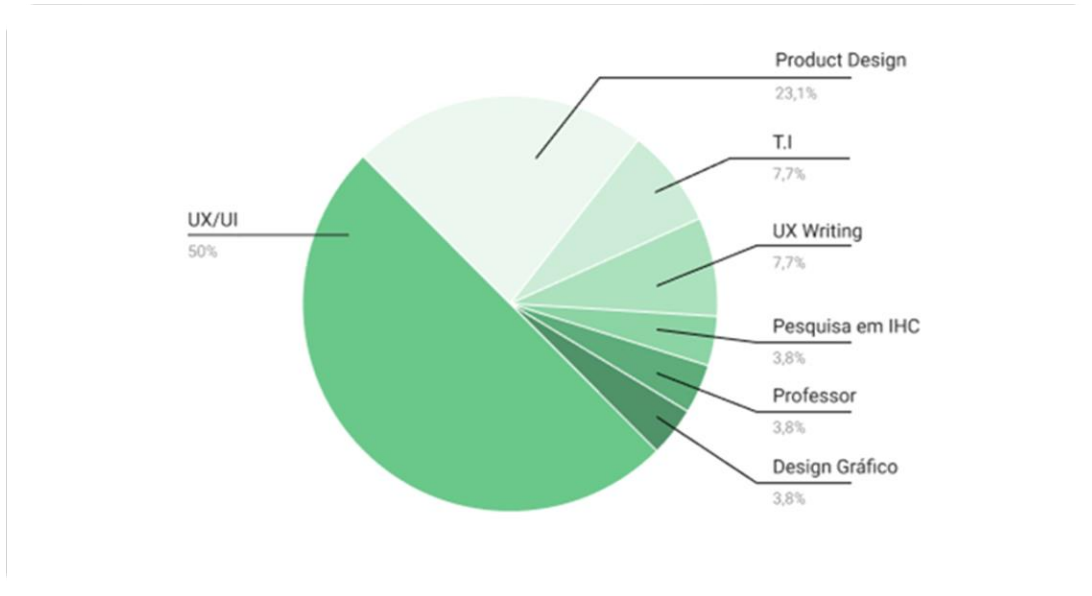
Figura 4 – Qual o curso que você graduou ou está graduando?



Fonte: Autoria própria

Pergunta 3: Em qual área você trabalha? Para essa pergunta, foram definidas as opções de resposta: a) UX/UI; b) Product Design; c) T.I.; d) UX Research; d) UX Writing; e) Design Gráfico e f) Outros. Nessa sessão Outros, apareceram profissões como: Pesquisa em IHC e Professor. Para esse resultado, notou-se que 50% dos participantes trabalham na área de UX/UI, 23,1% em Product Design e 7,7% em T.I., como é ilustrado na Figura 5.

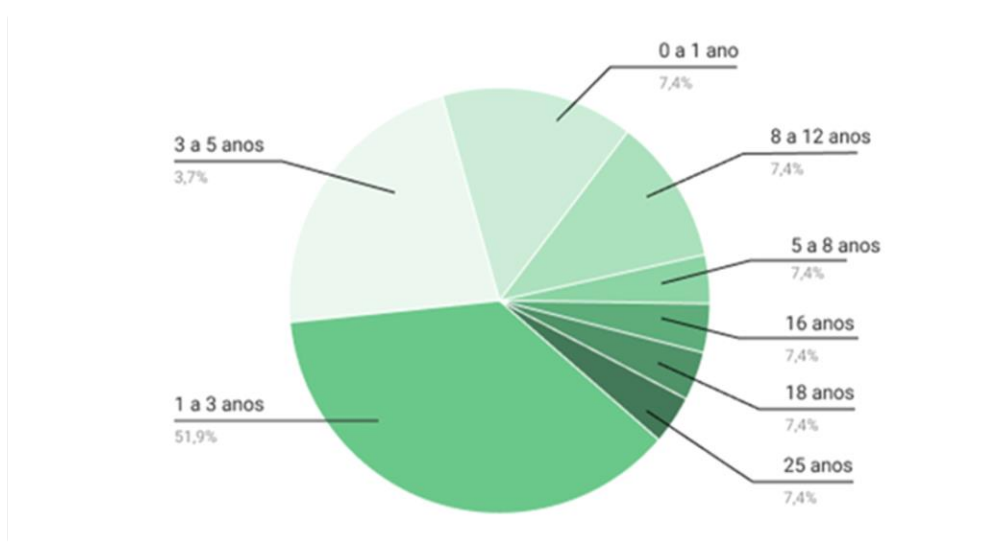
Figura 5 – Em qual área você trabalha?



Fonte: Autoria própria

Pergunta 4: Há quanto tempo trabalha nessa área? Após a resposta da pergunta anterior, o participante tinha as seguintes opções para assinalar: a) 0 a 1 ano; b) 1 a 3 anos; c) 3 a 5 anos; d) 5 a 8 anos; e) 8 a 12 anos e f) Outros. Em Outros, temos: 18 anos, 16 anos e 25 anos. Como resultado dessa pergunta, obteve-se que a maioria dos participantes estão no início de sua carreira, com 37% para a resposta de 1 a 3 anos, seguido de 3 a 5 anos, que corresponde a 22,2% e de 0 a 1 ano representando 14,8% do total. O resultado está ilustrado na Figura 6.

Figura 6 – Há quanto tempo trabalha nessa área?



Fonte: Autoria própria

Na segunda parte da pesquisa, foram elaboradas perguntas qualitativas para compreender o nível de entendimento dos participantes quanto ao assunto Responsabilidade Ética da profissão e o nível de entendimento sobre as técnicas de manipulação e persuasão para projetos que envolva experiência do usuário no geral. São elas:

Pergunta 5: O que você entende como responsabilidade ética na área em que trabalha? Nessa sessão, foi possível fazer uma apuração das respostas e separá-las por temas envolvidos. O primeiro e maior tema, se referia a Confidencialidade/credibilidade/honestidade. Dessas respostas que incluíam confidencialidade, credibilidade e honestidade, podemos perceber um padrão de pensamento sobre a consideração de dilemas éticos no cotidiano do profissional, como é o caso das respostas: "Utilizar os dados dos usuários apenas pra o que foram coletados, manter sigilo sobre dados pessoais e sensíveis" e "Manter a segurança dos dados dos usuários, ser transparente e fazer pesquisas com usuários", ou então em "Realizar o meu trabalho, pensando sempre no ciclo que vou impactar e na mensagem que estou passando com meus projetos".

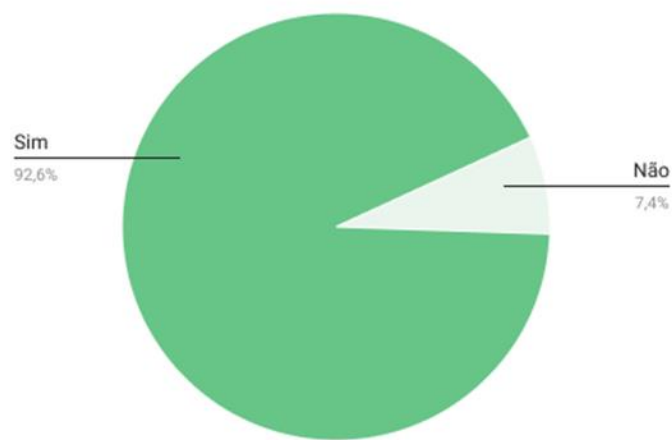
Em segundo, o tema Enviesamento/ Manipulação/ Transparência. Nesse, foi possível identificar que há uma preocupação sobre o que as empresas do mercado estão fazendo com técnicas de manipulação, e que os profissionais estão dispostos a não participar dessa cadeia alimentar entre empresa-designer-máquina de persuasão-usuário.

Em uma das respostas percebemos essa preocupação claramente: "Como resolvemos problemas complexos, a gente é responsável por manipular ou não nossos usuários em prol de alguma ação", e pautas importantes de segurança de dados também estão presentes, por exemplo em "Não privar o usuário ou tentar enviesar com *dark patterns* as escolhas do usuário e respeitar seus dados e privacidade".

Um outro assunto que apareceu foi sobre Boa conduta e Ética Moral, e nesse obteve-se duas respostas: "Um código de conduta dos profissionais da área" e "É um conjunto de valores morais que contribui para nós como indivíduos profissionais através de nossas ações não prejudiquemos de maneira desagradável o outrem". Nota-se que os dois temas que apareceram se conectam e estão envolvendo de maneira geral, a mesmo conceito: Ética profissional.

Pergunta 6: Você considera que existem dilemas éticos que fazem parte do seu cotidiano como profissional responsável pela experiência do usuário? Para essa pergunta existia duas opções de resposta: Sim ou Não. A partir dela foi possível dividir o público para refinar a pesquisa e torná-la mais assertiva. Dos participantes que responderam, 92,6% alegaram que Sim, e 7,4% que Não (Figura 7).

Figura 7 – Você considera que existem dilemas éticos que fazem parte do seu cotidiano como profissional responsável pela experiência do usuário?



Fonte: Autoria própria

Pergunta 7: Se sim, quais os dilemas éticos fazem parte do seu cotidiano, considerando desenvolvimentos de projetos? Das respostas separadas por grupo de temas, obtivemos: a) LGPD e Vazamento de informações pessoais; b) Modelos de negócio e Faturamento da empresa; c) Acessibilidade e Transparência.

No tema LGPD e Vazamento de informações pessoais, foi possível compreender que a principal preocupação gira em torno dos dados coletados ou armazenados do usuário e fica claro um certo desconforto e desconfiança acerca desse assunto, como é o exemplo da resposta "Principalmente por conta da LGPD, um grande dilema ético tem sido sobre os dados coletados em pesquisas e entrevistas, e que, por sinal, são inseguranças às vezes vindas dos próprios usuários".

Sobre Modelos de negócio e Faturamento da empresa, existe uma certa vulnerabilidade por parte do profissional em estar em um cenário de certa submissão em relação ao seu papel dentro da empresa, tendo que bater metas e entregar resultados. "Equilíbrio entre favorecer o negócio e prejudicar o usuário" e "Empresas

que dizem estar desenvolvendo produtos para usuários, porém a maioria só quer cumprir a ordem do gerente/Product Owner (P.O), criando assim um produto com a opinião dos superiores" são alguns dos exemplos.

Agora sobre o tema Acessibilidade, embora tenha sido um tema menos apontado, há uma preocupação em abordar comunidades que muitas vezes são vistas como casos isolados e não interessantes para o negócio. Como já mencionado no tópico Ética e Design por Mike Monteiro (2019), designers devem ir ao movimento contrário a esse pensamento, ou seja, não devem acreditar em casos isolados, como um exemplo dessa fala, podemos citar "O fato de não poder priorizar a acessibilidade, pois na visão da empresa é algo que afetaria uma quantidade muito pequena de usuários."

Por fim, o tema Transparência, que também foi menos abordado, traz um discurso sobre a transparência envolvida entre produto e usuário, deixando claro como são guardadas as informações pessoais e privadas que envolvem os usuários, como exemplo de resposta nesse tema, temos "O quanto as informações (dispostas ao usuário) afetam a escolha do cliente com o foco no que queremos que ele faça". Nessa pergunta em especial, houve respostas referentes à anterior, que as justificam, mas que não vão ser tratadas aqui neste recorte.

Pergunta 8: Uma situação dessas aparece novamente e você fica no impasse entre ser eticamente responsável e entregar resultados para a empresa. Como você resolveria? O intuito dessa pergunta era justamente entender qual o comportamento do profissional perante uma situação possível de arcar com as responsabilidades de ser um profissional ético para quem o produto está sendo desenvolvido ou as responsabilidades profissionais em relação à entrega de resultados e metas para a empresa. Para essa pergunta, foi possível separar as respostas em quatro grupos de diferentes temas, que discorro a seguir.

O primeiro grupo, de maneira geral, tentaria uma segunda alternativa, mudando a estratégia ou tentando equilibrar entre o melhor cenário para a empresa e o para o usuário. Nesse cenário, nota-se uma mútua preocupação dos profissionais em manter um bom posicionamento tanto para com a empresa, como para os usuários, uma atitude responsável e bem realista, tendo em vista o mercado de trabalho e seus desafios de manter-se equilibrado para os dois lados. Em uma das respostas, é possível observar tal comportamento: "Tentaria encaixar as

necessidades de negócio em um formato que não agrida a integridade e transparência com o usuário".

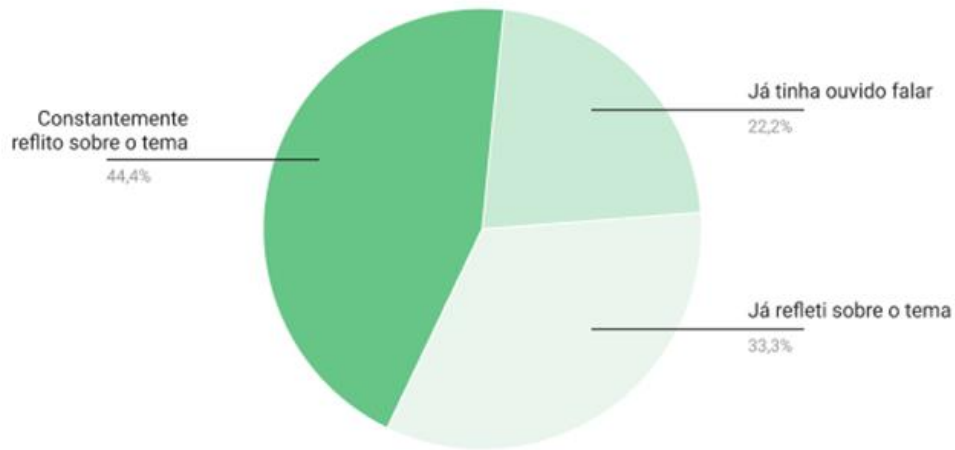
O segundo grupo, se refere a respostas cujo tema está em torno da ética como principal fator, independentemente de faturamento e/ou entregas de metas cujo projeto envolva algum tipo de ação antiética. Para essas pessoas, não há outra possibilidade de seguir com o projeto se não há tomadas de decisões éticas acerca do projeto, prezando sempre pela integridade do usuário. "Manteria a minha postura, e seria eticamente responsável. Deixaria claro para a empresa os problemas envolvidos e o motivo da minha decisão".

Já o terceiro grupo, representas as pessoas que apontaram como solução o esclarecimento ao time e/ou ao superior quais são os impactos do projeto e os possíveis riscos, e ainda, apontar onde estão as falhas no projeto e como poderia ser solucionado. Como Monteiro (2019) descreveu no Código de ética para Designers, Designers devem às pessoas que os contrataram não apenas seu trabalho, mas seus conselhos.

O quarto grupo tem como tema principal a priorização da entrega e não alterar a estratégia da empresa, correndo os riscos futuros. Para esse comportamento, pode-se compreender que muitas vezes a escolha de voltar a trás não é possível em determinados projetos, considerando prazos e metas estabelecidas, e em decorrência da abertura e maturidade que o ambiente empresarial proporciona para tomar decisões mais arriscadas, fora de planejamento ou que não estão dispostas a passar no momento. Temos como exemplo de comportamento o depoimento "Entregar resultado para empresa, com vários pesos na consciência".

Pergunta 9: Quando se trata sobre sua formação profissional, já tinha tido contato e refletido sobre responsabilidades éticas da profissão? A motivação acerca da pergunta foi entender melhor a base de formação sobre o tema central da pesquisa e para conhecimento se os profissionais refletem sobre suas responsabilidades éticas. Para essa pergunta, foram definidas as opções de resposta: a) Não tive contato sobre o tema; b) Já tinha ouvido falar; c) Já refleti sobre o tema; d) Constantemente reflito sobre o tema. E como resultados, obteve-se que 44,4% constantemente reflete sobre o tema; 33,3% já refletiu sobre o tema e 22,2% já tinha ouvido falar (Figura 8). Felizmente, os números mostram que os profissionais apresentam uma constante reflexão sobre responsabilidades éticas.

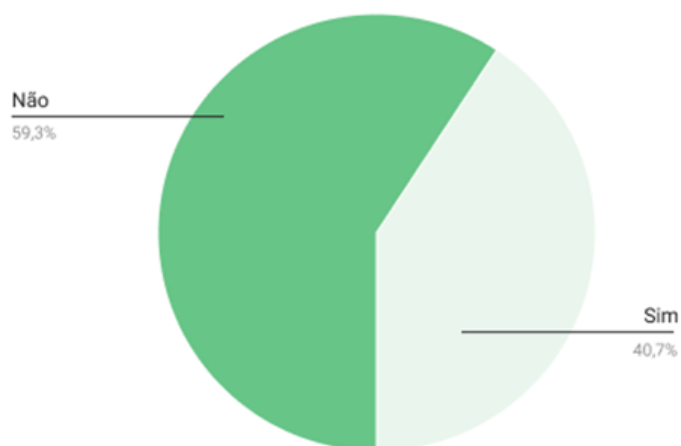
Figura 8 – Quando se trata sobre sua formação profissional, já tinha tido contato e refletido sobre responsabilidades éticas da profissão?



Fonte: Autoria própria

Pergunta 10: Você considera que possui conhecimento teórico sobre esse tema? Para essa pergunta, havia apenas duas opções de resposta: Sim ou Não. Como resultado, atingiu-se a marca dos 59,3% para resposta Não e 44,7% para Sim (Figura 9).

Figura 9 – Você considera que possui conhecimento teórico sobre o tema?



Fonte: Autoria própria

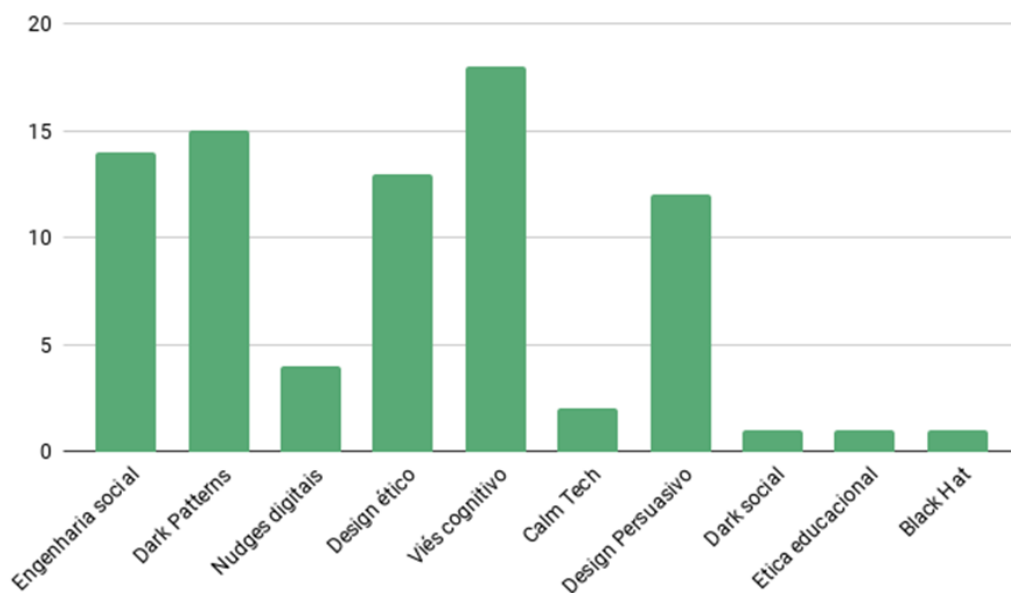
Considera-se então um cenário onde o assunto está se normalizando entre os profissionais, sendo constantemente inserido no cotidiano do profissional acerca

de questionamentos e reflexões, porém existe uma maioria que ainda não tiveram a oportunidade de alcançar o conhecimento ou consideram que não têm conhecimento, sendo um número alto (59,3%) e, portanto, crucial a ser considerado e pensado como podemos evoluir nessa questão e como democratizar assuntos como da ética no design.

Pergunta 11: Assinale aqui quais termos você tem conhecimento sobre o tema. Para essa última questão, foram elencados uma lista de nomes e termos que se considerava comum entre a comunidade sobre responsabilidade ética da profissão e técnicas de manipulação para produtos ou serviços que envolva experiência do usuário. O objetivo era validar se esses termos estão realmente difundidos pela comunidade e quais outros também são de conhecimento.

A lista de termos e a porcentagem em reconhecimento eram, respectivamente: Viés cognitivo (66,7%); *Dark Patterns* (55,6%); Engenharia social (51,9%); Design Ético (48,1%); Design Persuasivo (44,4%); *Nudges digitais* (14,8%); *Calm Tech* (7,4%); e Outros, como *Dark social* (3,7%); Ética educacional (3,7%) e *Black Hat* (3,7%), resultados apresentados na Figura 10. Foi constatado, portanto, que, de maneira geral, por mais que na pergunta anterior 59,3% das respostas apontaram que não tinham conhecimento teórico sobre o tema, é possível perceber que as pessoas têm um conhecimento dos termos apresentados, sendo boa parte de termos referentes à técnicas de manipulação de experiências.

Figura 10 – Assinale quais termos você tem conhecimento sobre o tema



Fonte: Autoria própria

2.1.2 Resultados Obtidos

Em suma, a pesquisa feita foi de grande relevância para a continuidade do trabalho, já que os dados coletados permitem identificar uma vulnerabilidade dos profissionais em relação ao tema responsabilidade ética e às possíveis técnicas de manipulação em seus projetos. Isso se dá devido ao fato de que possuem conhecimento de termos relacionados, mas não se sentem com uma formação teórica suficiente e mostram-se, em boa parte das respostas, com dilemas éticos referentes às boas práticas da profissão, ao mercado de trabalho e aos resultados negativos para os usuários.

Contudo, é muito importante que haja uma intervenção no que se diz respeito à maneira que esses profissionais estão sendo formados e uma conscientização de que estamos inseridos num sistema que oprime as minorias e utiliza da legalidade jurídica para se isentar de problemas causados pelo uso de seus artefatos. É necessário um exercício de reflexão e debate sobre ética na profissão. A seguir, uma proposta pensada a partir desses resultados com o intuito de minimizar essa falha da formação ética profissional será apresentada.

2.2 Proposta

Visto que há lacunas no sistema de formação e preparação aos profissionais da área no que se refere ao assunto ética no design, foi elaborado uma oficina didática com objetivo de passar aos estudantes da disciplina de Web Design, ofertada pelo Departamento de Desenho Industrial da UTFPR, a importância do pensamento crítico no nosso trabalho, fomentar a reflexão e debater acerca do tema para perceber como os alunos veem a responsabilidade que têm sobre os projetos que fazem.

Além disso, foram apresentadas algumas premissas sobre ética e design tendo como base de pensamento a pedagogia Freireana, a qual propõe uma educação para a libertação, que estimula a consciência crítica da realidade e a postura ativa – de alunos e professores, sem negligenciar o mundo que nos influencia.

Freire encara a educação como um ato político, uma vez que as relações devem ser embasadas em interações de respeito entre sujeitos e cidadãos, de modo a construir conhecimento crítico e a busca pela autonomia. Assim como na educação, o Design também é político. Designers fazem escolhas que afetam diretamente e indiretamente as pessoas todos os dias, temos que determinar as ações das pessoas

através das nossas soluções, por isso se torna muito importante nosso papel como profissional olhar para nossos projetos e refletir sobre seus impactos na sociedade, respeitando usuários como pessoas reais.

Ademais, Freire (1996) ressalta que a autonomia é resultado de um esforço individual que gera o próprio amadurecimento e por consequência das relações humanas, ela é consolidada. Portanto, para essa oficina, o intuito da moderadora e facilitadora é cumprir o papel de problematizadora e questionadora, mantendo uma postura respeitosa em relação aos participantes, para que assim os alunos se sintam convidados a refletir e receber estímulos para analisar criticamente seu trabalho, assim como Freire (1970) preconiza.

Para isso acontecer, foi pensado uma estratégia lúdica para tratar desse assunto delicado e passar aos estudantes de uma forma leve, considerando também o nível de entendimento dos alunos, deixando aberto à significação através de uma abordagem de caráter de diálogo, não prescritiva e não moralista da oficina. Através da prática da cocriação, foi possível oferecer uma atividade colaborativa com o intuito de construir soluções para os problemas apresentados a partir da perspectiva dos participantes sobre o tema.

O assunto escolhido para apresentar aos estudantes foi: Oficina sobre Ética no Projeto Digital. Mediante esse tema, foram tratados os assuntos sobre o que é ética e como ela pode ser aplicada por meio do pensamento crítico durante os projetos do profissional, como a falta do pensamento crítico pode prejudicar nossos projetos e quais riscos que se correm ao partir da prática antiética e da manipulação de interfaces, bem como algumas perguntas problematizadoras durante a apresentação para instigar e estimular o estudante a pensar na sua individualidade sobre o assunto.

2.3 Oficina

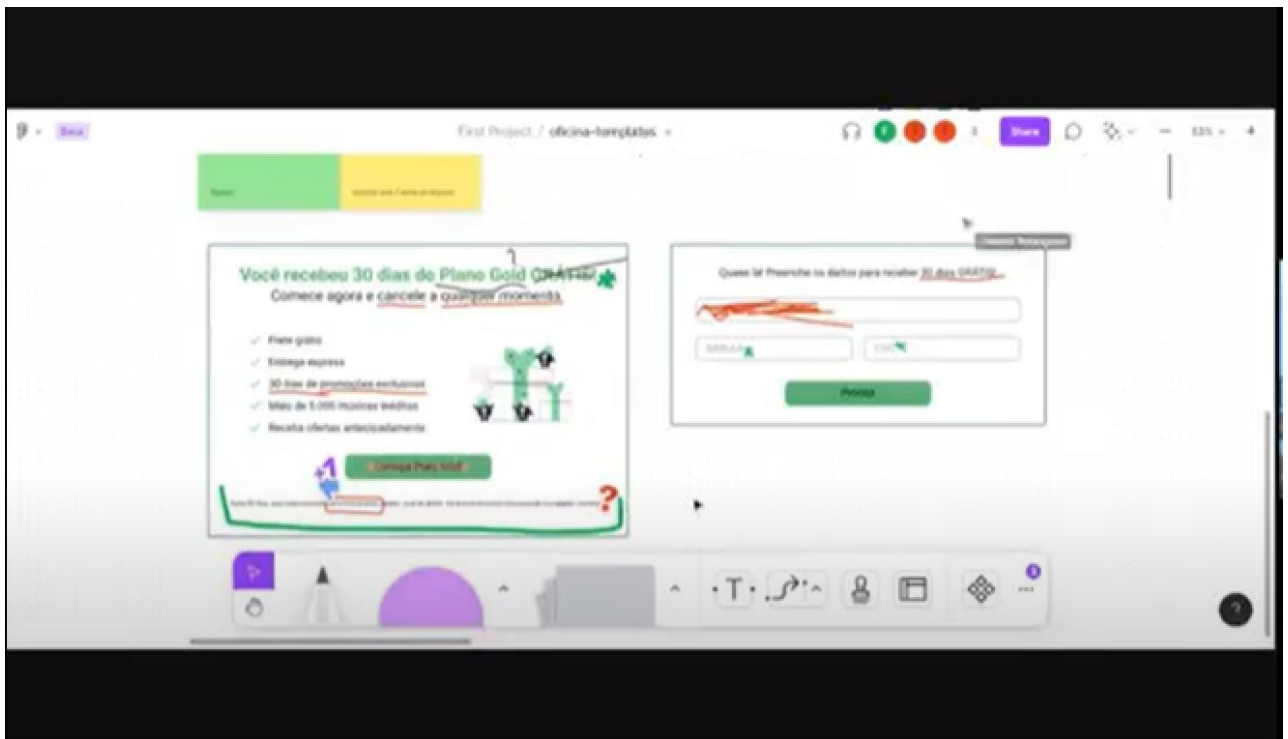
A oficina foi efetuada por meio de conferência online, através da plataforma *Google Meets* durante as aulas da disciplina de Web Design, ministrada pela professora Claudia Bordin no mês de novembro de 2021. Foram feitas duas sessões para abordar todas as turmas do período da manhã e da noite e, no total, participaram 24 alunos.

Para a oficina acontecer, foi utilizado a ferramenta Figma, uma plataforma que permite a colaboração de times simultaneamente e a qual é amplamente utilizada para o desenvolvimento de protótipos de produtos digitais atualmente no mercado. Após a

introdução sobre o assunto com a abordagem do tema e a definição de alguns termos mais comuns, foram apresentados alguns questionamentos para incentivar os alunos a pensarem sobre ética em seus projetos de artefatos digitais e foi aberto um tempo para a discussão.

A didática da parte prática foi apresentada logo em seguida, redirecionando os alunos para o FigJam. Foram apresentados alguns *templates* de interfaces web – desenhadas pela modeladora à partir de um estudo de técnicas mais comuns utilizadas atualmente – manipuladas a favor do acionista e a sugeriu-se que observassem o primeiro *template* e que comentassem, apontassem, rabiscassem o que achavam que estava mal colocado ou mal-intencionado, utilizando da ideia inspirada na “Caneta Desmanipuladora”, proposta pela página das redes sociais que desmanipulam entrevistas e reportagens divulgadas na internet (KIST, e CATTELAN2020). Na figura 12 temos uma captura de tela no momento dessa parte da oficina. Para essa atividade, foram disponibilizados 5 minutos.

Figura 11 – Atividade com Caneta Desmanipuladora

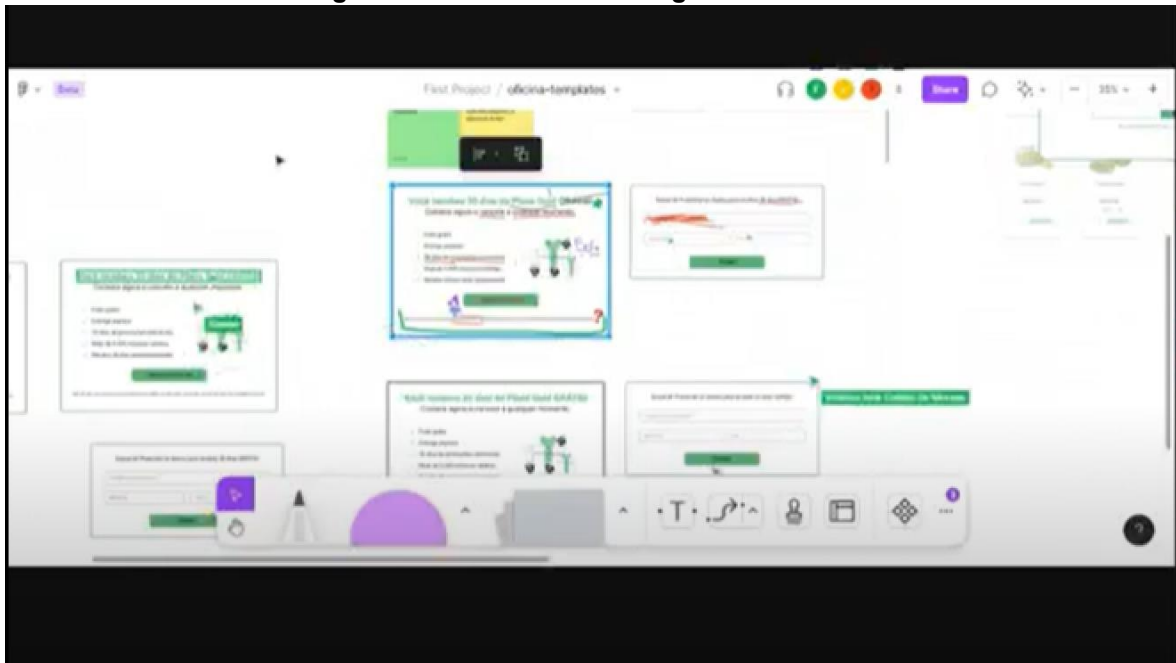


Fonte: Autoria própria

Após essa primeira fase, os alunos foram direcionados a desconstruírem aquele *template* manipulado, elaborando uma proposta mais ética e mais saldável para o usuário, de acordo com o que apontaram anteriormente. Nessa atividade,

foram disponibilizados 10 minutos para a execução. Nessa fase, conforme mostra na figura 13, os alunos interagiram entre si e puderam colaborar com as propostas, utilizando da ferramenta para construção de suas versões de interfaces “desmanipuladas”. Os *templates* elaborados e disponibilizados pela mediadora durante a oficina, podem ser brevemente checados a partir do Apêndice B deste documento.

Figura 12 – Atividade Redesign de Interfaces



Fonte: Autoria própria

Após o *redesign* das interfaces, os alunos foram convidados a apresentar a solução que chegaram e apontar argumentos para o que fizeram, pensando sempre na integridade do usuário, como mostra na figura 14.

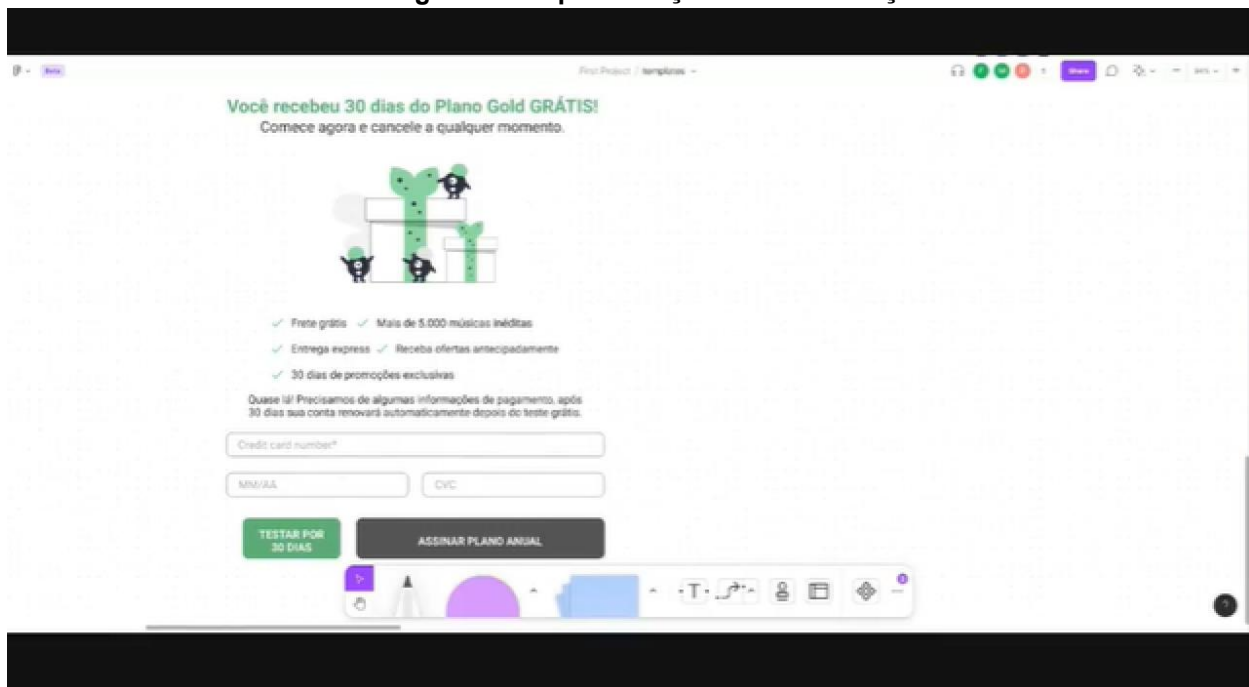
Nessa etapa, era interessante o aluno defender sua estratégia e apontar porque foram feitas aquelas modificações e a partir de alguns questionamentos orientados para a questão ética, poder perceber que a tomada de decisão resulta em experiências boas ou ruins aos usuários. Os alunos foram convidados a fazerem o mesmo processo com outra interface, com outra técnica de manipulação aplicada para que pudessem observar outra aplicação de exemplo.

Os alunos discutiram sobre como estamos expostos a situações dentro do ambiente dos artefatos digitais, o quão estamos acostumados com a interferência da tecnologia em nosso cotidiano e como isso passa despercebido no dia a dia. Disseram que essas pequenas interferências na interface são muito comuns e que não

consideravam anteriormente como algo negativo para a integridade do usuário, pela naturalidade que lidamos com elas.

Colocando também o papel profissional na discussão, os alunos compartilharam a carência de não terem tido anteriormente refletido sobre a possibilidade de manipulação dentro dos projetos que atuam e que o nosso papel como designers – como solucionadores de problemas – é muito delicado, por sermos responsáveis por decidir as ações dos usuários. Ou seja, na oficina, foi claro perceber como os papéis de designer e usuário se cruzam e se opõem, uma vez que enquanto designers, por vezes escolhemos soluções que manipulam a interação do usuário e por outras, somos os usuários de outros artefatos e estamos sendo manipulados pelas escolhas de outros designers.

Figura 13 – Apresentação das Modificações



Fonte: Autoria própria

O primeiro *template* mostrado anteriormente contém a técnica de *dark pattern* chamada *roach motel*, que diz respeito ao cancelamento de uma inscrição ou assinatura de um site. Geralmente é fácil para entrar, mas muito difícil e burocrático para sair de determinada situação. O segundo *template*, para a turma da manhã, foi escolhido a técnica *price comparison prevention*, que é a dificuldade do usuário em perceber qual a melhor escolha a fazer, impede que ele consiga comparar

custo/benefícios; e para a turma da noite, *confirmshaming*, que é afirmar culpa para o usuário em cima de uma frase que normalmente é negativa.

Além desses, após a apresentação das propostas de intervenção dos alunos sobre as interfaces manipuladas, foi esclarecido quais os tipos de técnicas de manipulação continham nas interfaces que trabalharam, sendo todas elas anteriormente citadas neste trabalho.

A partir de alguns questionamentos para estimular os alunos a questionarem suas escolhas, considera-se que o resultado esperado foi atingido, com uma boa participação das turmas, uma ótima interação e entendimento sobre o assunto por parte dos alunos, que apontaram que já tinham presenciado algumas vezes tais manipulações nos artefatos digitais. Portanto, foi uma troca rica e muito estimulante, podendo perceber que ao menos o intuito de mostrar, por meio de uma oficina aberta ao diálogo, com menos prescrição e regras ditadas, foi possível construirmos juntos, sem a existência do resultado certo.

A oficina obteve êxito total, já que foi possível mostrar aos alunos que existe a possibilidade de fazer um design com reflexão, com mais consciência e incluir essa pauta dentro do processo de desenvolvimento do projeto deles. Além disso, a partir da parte prática, os alunos puderam exercitar o pensamento crítico e problematizador olhando para uma interface indevida, e a partir daí conseguir resolver por uma solução mais agradável e ética, seguindo as metodologias pedagógicas freireanas, que propõem a educação para a libertação, estimulando a consciência crítica da realidade e a postura ativa na sociedade.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Avaliando o desenvolvimento desse trabalho, podemos considerar que há uma relação forte e quase que um cômico “triângulo amoroso” entre as técnicas de manipulação, a responsabilidade ética do designer e a saúde mental dos usuários. Isso porque a prática de técnicas de manipulação para influenciar na tomada de decisão dos usuários significa uma falta de pensamento e responsabilidade ética do profissional, o qual muitas vezes não teve uma formação teórica sobre essas questões e que está sob a pressão do mercado por conta das entregas, de atingir metas. Percebe-se que essa união de falhas e lacunas tanto por parte da formação, quanto por conta da exploração do mercado, é que acaba trazendo resultados lamentáveis no que se diz respeito à saúde mental das pessoas e de sua integridade como ser humano.

Entendemos que é responsabilidade dos designers envolver-se com as questões éticas de sua prática profissional – seja pelas regulamentações de mercado, seja pelas práticas de educação mais coerentes com princípios e valores humanos. Numa sociedade desigual em oportunidades e acessos, entende-se que esses princípios são base para a democracia no uso e apropriação das tecnologias digitais.

Porém, não se pode admitir que designers são os únicos responsáveis pelos danos dos artefatos, visto que estão inseridos num sistema que oprime as minorias e utiliza da legalidade jurídica para se isentar de problemas causados pelo uso de seus artefatos, e ainda que estejamos dentro de uma cultura onde a falta de ética nas relações e comportamentos está se normalizando e sendo aceita pelas pessoas, quando na verdade não são normais e muito menos éticos. Por conta disso, é difícil esperar que os profissionais assumam sozinhos essa responsabilidade.

Dito isso, fica evidente após a pesquisa com os profissionais da área, que é necessário desenvolver e preparar ainda mais o profissional durante sua formação, para que aconteça um movimento de mudança em conexão com o todo, desde os educadores, alunos, profissionais da área, mercado de trabalho, e a sociedade em que estamos inseridos. A oficina foi uma forma de introduzir aos alunos ao tema da responsabilidade ética e um primeiro contato através de uma dinâmica colaborativa, abordando o assunto de forma leve de maneira que os alunos possam, após a reflexão e a prática do pensamento crítico de autonomia, considerar a possibilidade de se

questionarem, diante de seus projetos quanto à ética e aos possíveis resultados daquele produto ou serviço para os usuários.

A Caneta Desmanipuladora foi o ponto chave da oficina, já que, através do Figma - ferramenta utilizada pelos designers para a construção de interfaces manipuladas - foi possível inverter a situação, desmanipulando e corroborando para esse movimento de mudança o qual é considerado tão necessário, sendo a Caneta Desmanipuladora altamente recomendada para aplicação de atividades práticas em futuras oficinas, aulas práticas, workshops, projetos de extensão, etc., como uma simples aplicação prática do que é ética no design e a importância de olhar para a responsabilidade do profissional. Portanto, deixando aberta também uma oportunidade de aplicação de várias ferramentas e técnicas utilizadas cotidianamente pelos designers para manipulação e opressão dos usuários, para uma utilização voltada à libertação e com consciência crítica.

Além disso, os argumentos e as referências trazidas no decorrer deste trabalho apontam que o problema não está objetivamente no mau uso dos artefatos digitais, ou seja, em como os usuários estão utilizando-o, mas sim como esses artefatos digitais, considerando as técnicas de manipulação que são deliberadamente aplicadas, estão interferindo no comportamento humano e quais impactos dessa invasão nas atividades cotidianas das pessoas e em suas dinâmicas sociais. Sobretudo os desdobramentos negativos percebidos durante a pandemia na saúde mental das pessoas, como por exemplo a Dependência de Internet, FoMo, Dismorfia e tantos outros distúrbios potencializados durante o período de isolamento.

Ademais, a prática de um pensamento crítico e ético sobre o trabalho de designers de experiência, garante o papel de profissional consciente sobre aquilo que entrega para a sociedade e deixa evidente a importância de se olhar para as necessidades dos usuários como pessoas reais, com problemas reais, e não apenas para necessidades do mercado.

Portanto, fica um convite para a comunidade de designers de experiência e profissionais ligados à área de IHC, olhar para as decisões tomadas diariamente em projetos, e tentar inserir essa prática à cultura dos projetos, já que essas decisões geram consequências na forma como a sociedade se estrutura e pensarmos em formas de conseguir mensurar e mapear essas consequências intencionais e não intencionais ligadas ao nosso projeto.

Aos futuros projetos acadêmicos, cabe a implementação de práticas similares às da Caneta Desmanipuladora para serem aplicadas aos alunos, bem como o desafio de inserir mais debates e discussões sobre esse tema durante a formação profissional, para prepará-los ainda mais durante sua graduação e desenvolver reflexão crítica em relação às responsabilidades éticas da profissão, para podermos seguir um caminho pro design mais social, mais reflexivo, e que as empresas possam a partir desse movimento de mudança – mesmo que num cenário ainda utópico – valorizar e abrir espaço para discussões acerca da ética, e não apenas valorizar a parte técnica e operacional do design.

REFERÊNCIAS

- ABERTURA de vagas em tecnologia cresce mais de 600% em São Paulo em 2020; veja cargos em alta. **G1**, 26 jan. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2021/01/26/abertura-de-vagas-em-tecnologia-cresce-mais-de-600percent-em-sao-paulo-em-2020-veja-cargos-em-alta.ghtml>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.
- AGUIAR, S. Pandemia faz 87,5% das empresas no Brasil acelerarem projetos de transformação digital. **Forbes**, 18 nov. 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2020/11/pandemia-faz-875-das-empresas-no-brasil-aceleraram-projetos-de-transformacao-digital/>>. Acesso em: 23 ago. 2021
- AGRELA, L. Como válvula de escape na quarentena, redes sociais crescem no mundo. **Exame Digital**, 04 abr. 2020. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/como-valvula-de-escape-na-quarentena-redes-sociais-crescem-no-mundo/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.
- ALVIM, J. As consultas com Dr.Google. **G1**, 21 out. 2019. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/presidente-prudente-regiao/blog/psicoblog/post/consultas-com-o-dr-google.html>>. Acesso em: 10 out. 2021.
- ANDRADE, M. M. **Competências requeridas pelos gestores de instituições de ensino superior privadas: um estudo em Curitiba e região Metropolitana**. 2005. 173 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2005.
- AUMENTO de tráfego na internet: como a pandemia tem contribuído? **ITC**, 14 out. 2020. Disponível em: <<http://itc.com.br/aumento-do-trafego/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.
- BARANAUSKAS, Cecília; S. DE SOUZA, Clarisse; HÖÖK, Kristina; BELLOTI, Victoria; ALMEIDA, Virgílio; O. PRATES, Raquel; CANDELLO, Heloísa. *Social Responsibility and Ethics: A 20 Year Retrospective*. In: PLENÁRIAS - SIMPÓSIO BRASILEIRO DE FATORES HUMANOS EM SISTEMAS COMPUTACIONAIS (IHC), 17., 2018, Belém. **Anais Estendidos do XVII Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2018. DOI: <<https://doi.org/10.5753/ihc.2018.4170>>.
- BRIGNULL, H. **Dark Patterns**. 2010. Disponível em: <<https://www.darkpatterns.org/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.
- CAMPBELL-DOLLAGHAN, K. The Year Dark Patterns Won. **Fast Company**, 21 dez. 2016. Disponível em: <<https://www.fastcompany.com/3066586/the-year-dark-patterns-won>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.
- CASTELINI, Pricila. **Mulheres na Computação: percepções, memórias e participação de estudantes e egressas**. 2018. 135 f. Dissertação de Mestrado em Tecnologia e Sociedade – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2018.

CASTELINI, Priscila; AMARAL, Marília Abrahão. **Oficina de Futuro – além de questionários em pesquisas de gênero e computação**. I Workshop Culturas, Alteridades e Participações em IHC: Navegando ondas em movimento (CAPAihc 2017) Workshop integrante do XVI Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais (IHC 2017). 23 de outubro de 2017 – Joinville (SC). Disponível em: <http://capaihc.dainf.ct.utfpr.edu.br/artigos/CAPA17_paper_11.pdf> Acesso em: 17 out. 2021.

CAVALCANTI, T. Internet vicia! Excesso pode causar doenças e depressão. **Revista Terra**. 03 jul. 2015. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/uso-excessivo-da-internet-pode-causar-doencas-como-depressao,0689cd0f280c3ec5d3d4d954174c7e4696ieRCRD.html>>. Acesso em: 10 out. 2021.

CESAR, I.; BEVILACQUA, V. **O Código de Ética para Designers**. 30 dez. 2019. Disponível em: <https://github.com/mmmonteiro/designethics/blob/master/pt_BR.md>. Acesso em: 11 set. 2021.

CHROMIK, M. *et al.* **Dark Patterns of Explainability, Transparency, and User Control for Intelligent Systems**. In: WORKSHOPS IUI, 19., 2019, Los Angeles, USA. **Proceedings of the ACM IUI 2019 Workshops** [S.l.].

COLI, A. *et al.* **Manifesto UX**. 01 jul. 2021. Disponível em: <<https://manifestoux.org/>>. Acesso em: 03 out. 2021.

CRAMER, S.; INKSTER, B. **Royal Society for Public Health**, Maio de 2017. Disponível em: <<https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

COVID-19 Barometer: Consumer attitudes, media habits and expectations. **Kantar**, 03 abr 2020. Disponível em: <<https://www.kantar.com/Inspiration/Coronavirus/COVID-19-Barometer-Consumer-attitudes-media-habits-and-expectations>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

CUNHA, José Adson; AGUIAR, Yuska Paola Costa; PONTES, Josinaldo; DA SILVA, Mirelly. *Como influenciar decisões em ambientes digitais através de nudges? Um mapeamento sistemático da literatura*. In: WORKSHOP SOBRE ASPECTOS SOCIAIS, HUMANOS E ECONÔMICOS DE SOFTWARE (WASHES), 5., 2020, Cuiabá. **Anais do V Workshop sobre Aspectos Sociais, Humanos e Econômicos de Software**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2020. p. 41-50. DOI: <https://doi.org/10.5753/washes.2020.11196>.

DE ABREU, C. *et al.* **Dependência de Internet**. [S.l.] . Disponível em: <<https://www.dependenciadeinternet.com.br/index.php?panel=#home>>. Acesso em: 10 out. 2021.

EYAL, N. **Hooked: How to Build Habit-Forming Products**. São Paulo, SP: AlfaCon, 2013.

FALLER, P. The Morality of Manipulation: Nir Eyal on Creating Habit-Forming Products That Do Good. **Blog Adobe**, 01 mar. 2017. Disponível em:

<<https://blog.adobe.com/en/publish/2017/03/01/the-morality-of-manipulation-nir-eyal-on-creating-habit-forming-products-that-do-good.html#gs.drm3vq>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FAZELI, S. *et al.* **Depression, anxiety, and stress mediate the associations between internet gaming disorder, insomnia, and quality of life during the covid-19 outbreak.** 2020. Addictive Behaviors Reports, Elsevier, v. 12, p. 100307, 2020.

FESSENDEN, T. Authority. **NN Group**, 04 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/authority-principle/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FESSENDEN, T. Commitment and Consistency. **NN Group**, 04 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/commitment-consistency-ux/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FESSENDEN, T. Liking. **NN Group** 04 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/liking-principle-ui-design/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FESSENDEN, T. Reciprocity. **NN Group**, 04 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/reciprocity-principle/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FESSENDEN, T. Scarcity. **NN Group**, 04 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/scarcity-principle-ux/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FESSENDEN, T. Social Proof. **NN Group**, 04 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/social-proof-ux/>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FIORE, E. Ethics of technology and design ethics in socio-technical systems: Investigating the role of the designer. **Form Akademisk - revista de pesquisa para design e didática do design**, v. 13, n. 1, jan. 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.7577/formakademisk.2201>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**. 12^a. Ed. São Paulo: Editora Paz e Terra; 1996.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 17^a. Ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra; 1970

GLOBAL Mobile Customer Survey. **Deloitte**, 2017. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/technology-media-telecommunications/GMCS-Dinamico.pdf>>. Acesso em: 07 maio de 2021.

GOVERNO garantiu mais 251 serviços digitais durante a pandemia. **Governo do Brasil**, 27 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/07/governo-garantiu-mais-251-servicos-digitais-durante-a-pandemia>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

GREY, Colin M. *et al.* *The Dark (Patterns) side of UX Design*. In: THE CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 18., 2018, Montreal. **Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems**. Montreal Convention Centre, 2018. p. 1-14.

HERMAN, Dr. Dan. **Fear of missing out**. [S.l.]. Disponível em: <<http://fomofearofmissingout.com/>>. Acesso em: 10 out. 2021.

ICT Kids Online Brazil 2019. **Cetic Brasil**, 23 nov. 2020. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123093630/executive_summary_ict_kids_online_2019.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.

IDOETA, P. Concentração perdida com uso de tecnologia 'pode ser recuperada'. **BBC**, 22 nov, 2013. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/11/131122_entrevista_rosen_concentracao_pai>. Acesso em: 23 ago. 2021.

INSTAGRAM, Snapchat detrimental to mental health may drive feelings of inadequacy and anxiety. **The Economic Times**, 19 de maio 2017. Disponível em: <<https://economictimes.indiatimes.com/magazines/panache/instagram-snapchat-detrimental-to-mental-health-may-drive-feelings-of-inadequacy-and-anxiety/articleshow/58750159.cms>>. Acesso em: 12 abr. 2021.

KARR, A. Design Ético. **Interactions ACM**, 24 jul. 2014. Disponível em: <<https://interactions.acm.org/blog/view/ethical-design>>. Acesso em: 03 out. 2021.

KEMP, S. **Digital In Brazil**. Data Reportal, 11 fev. 2021. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>>. Acesso em: 01 out. 2021.

KING, A. L. SPEAR; NARDI, ANTONIO EGIDIO; CARDOSO, ADRIANA. **Nomofobia**: Dependência do computador, internet, redes sociais? Dependência do telefone celular? O impacto das novas tecnologias no cotidiano dos indivíduos. São Paulo, SP: Atheneu, 2014. 327 p.

KIRA, Gustavo. **Trajetórias no Design de Interação de terceira onda: participações, seus rastros, suas viradas**. 2016. 155 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia e Sociedade) – UTFPR, Curitiba, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/1883>>. Acesso em: 17 out. 2021.

KIST, E; CATTELAN, J. C. **Uma caneta, manchetes e (des)manipulação: palavras como objeto de disputa**. 2020. Universidade Estadual do Oeste do Paraná, 2020. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/matranga/article/view/47030/34542>>. Acesso em: 04 out. 2021.

LEWIS, P. Our minds can be hijacked': the tech insiders who fear a smartphone dystopia. **The Guardian**, 12 dez. 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/05/smartphone-addiction-silicon-valley-dystopia>>. Acesso em: 15 ago 2021.

MELO, A. M.; BARANAUSKAS, M. C. C. **Design para a inclusão: desafios e propostas**. Proceedings of VII Brazilian symposium on Human factors in computing systems, v. 6, p. 11–20, 2006.

MELLO, D. Pesquisa: 80% da população brasileira entre 9 e 17 anos usam a internet. **Agência Brasil**, 10 out. 2016. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-10/pesquisa-80-da-populacao-brasileira-entre-9-e-17-anos-usam>>. Acesso em: 15 ago 2021.

MENÁRGUEZ, A. Os dependentes de telas: o “vício sem substâncias” que começa aos 14 anos. **El País**, abr. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/23/actualidad/1553363424_494890.html>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MICHAELIS Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/%C3%A9tica/>>. Acesso em: 12 out. 2021.

MONTEIRO, M. Who do Designers Really Work For. **Medium**, 30 nov. 2018. Disponível em: <<https://medium.com/thinking-design/who-do-designers-really-work-for-43192dc09a27>>. Acesso em: 15 ago 2021.

O DILEMA das redes. Direção: Jeff Orlowski. Produção de Netflix. Estados Unidos: Netflix, 2020. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81254224>>. Acesso em: 10 maio de 2021.

ODRIOZOLA, A. Vício em redes sociais dispara na pandemia, mas há como recuperar o controle e se desintoxicar. **El País**, 12 out. 2020. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/estilo/2020-10-12/vicio-em-redes-sociais-dispara-na-pandemia-cinco-jeitos-de-recuperar-o-controle-e-se-desintoxicar.html>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

OPORTUNIDADES em meio à crise: Como está a procura por profissionais de UX Design? **Digital House**, 23 jun. 2020. Disponível em: <<https://www.digitalhouse.com/br/blog/procura-por-profissionais-de-ux-design>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

O QUE é cibercondria. **Um Como**, 16 jan. 2017. Disponível em: <<http://saude.umcomo.com.br/articulo/o-que-e-a-cibercondria-10748.html>>. Acesso em 12 out. 2021.

OXFORD Dicionário da Língua Portuguesa. Lexico. Disponível em: <<https://www.lexico.com/es/definicion/etica>>. Acesso em: 18 out. 2021

OZDEMIR, S. Digital nudges and dark patterns: The angels and the archfiends of digital communication. **Faculdade de Comunicação, Sivas Cumhuriyet University**. Sivas, 08 mar. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1093/llc/fqz014>>. Acesso em: 14 set. 2021.

PAAY, J.; ROGERS, Y. *The Dark Side of Interaction Design: Nudges, Dark Patterns and Digital Addiction*. In: OZCHI: Australian Conference on Human-Computer-Interaction, 31., 2019, Western Australia. **Proceedings of the 31st. OZCHI**. Disponível em: <<https://doi.org/10.1145/3369457.3369547>>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

PESQUISA Global anual sobre procedimentos estéticos/cosméticos. **ISAPS**, 2019. Disponível em: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/ISAPS-Global-Survey-2019-Press-Release-Portuguese.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2021.

REIMÃO, M. **Ética e profissões, Desafios da modernidade**. Universidade Lusíada de Lisboa, 2007. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/701/1/EticaeDesign.pdf>. Acesso em: 17 de out. de 2021.

ROSEN, L. **Larry Rosen - iDisorder**, 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/KPBSOrgSanDiego/search?query=Larry%20Rosen%20C%20iDisorder>. Acesso em: 10 out. 2021.

RSPH; YOUNG HEALTH MOVEMENT. Status of Mind. **RSPH**, Maio de 2017. Disponível em: <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SCATENA, A. **Avaliação do impacto do uso de mídias digitais em estudantes brasileiros de graduação e pós-graduação: uma análise exploratória**. 2017. 73 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Paulo, Guarulhos.

SENADOR, A. **Nomofobia 2.0: E outros excessos na era dos relacionamentos digitais**. ed. Aberje Editorial, 2020. cap. 4. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=-hoJEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 15 ago. 2021.

STEFFEN, M.; ALVES, H. UX em tempos de pandemia: impactar ou ser impactado?. **IAB Brasil**, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://iabbrasil.com.br/artigo-ux-em-tempos-de-pandemia-impactar-ou-ser-impactado/>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

THALER; SUNSTEIN. **Nudge: Improving Decisions, Health and Happiness**. Londres, UK: Penguin Books, 2008.

VAN AMSTEL, Frederick M.C. Design e criação coletiva. **Blog Usabilidoido**, 2011. Disponível em: http://www.usabilidoido.com.br/design_e_criacao_coletiva.html. Acesso em: 14 out. 2021

WARD, A. *et al.* Fuga de cérebros: a mera presença do próprio smartphone reduz a capacidade cognitiva disponível. **Journal of the Association for Consumer Research**, 2017. p.140-154. Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/691462>. Acesso em: 12 abr. 2021.

ZONG B.; HUANG Y.; LIU Q. **Mental health toll from the coronavirus: Social media usage reveals Wuhan residents' depression and secondary trauma in the COVID-19 outbreak**. PMC, jan, 2021. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7428783/#sec7title>. Acesso em: 12 abr. 2021.


2020: como a pandemia acelerou a transformação digital. **Senior blog**, 15 dez. 2020. Disponível em: <https://www.senior.com.br/blog/covid-19-como-a-pandemia-acelerou-a-transformacao-digital>. Acesso em: 05 de maio de 2021.

APÊNDICE A - Questionário da Pesquisa

Figura 14 – Print 01 da Pesquisa

Pesquisa sobre Responsabil

Perguntas Respostas 27 Configurações



Pesquisa sobre Responsabilidade Ética

Olá, eu sou a Fernanda!
 Estudo Design Gráfico na UTFPR campus Curitiba e o intuito desse formulário é de uso acadêmico para a elaboração do meu TCC de tema: "LIMITES DA INTERAÇÃO DIGITAL: REDES SOCIAIS E SAÚDE MENTAL SOB UM OLHAR ÉTICO DO DESIGNER DE EXPERIÊNCIA".
 O uso das informações coletadas tem como finalidade o aprendizado inicial sobre o projeto, evidenciando as questões pedagógicas e acadêmicas do tema, e não será usado nem citado fora dos contextos aqui.

Qualquer dúvida ou sugestão, entre em contato comigo pelo LinkedIn @Fernanda Perbone Silva.

Qual o seu nome?

Texto de resposta curta

Qual o curso que você graduou ou está graduando? *

- Design
- Desenho Industrial
- Comunicação
- Sistemas da Informação
- Engenharia de Software
- Engenharia da Computação
- Publicidade e Propaganda
- Outros...

Fonte: Autoria própria

Figura 15 – Print 02 da pesquisa

Em qual área você trabalha? *

- Product Design
- TI
- UX/UI
- UX Research
- UX Writing
- Design Gráfico
- Outros...

Há quanto tempo trabalha nessa área? *

- 0 a 1 ano
- 1 a 3 anos
- 3 a 5 anos
- 5 a 8 anos
- 8 a 12 anos
- Outros...

Fonte: Autoria própria

Figura 16 – Print 03 da pesquisa

O que você entende como responsabilidade ética na área em que trabalha? *

Texto de resposta longa

Você considera que existem dilemas éticos que fazem parte do seu cotidiano como profissional responsável pela experiência do usuário? *

Sim

Não

Se sim, quais os dilemas éticos fazem parte do seu cotidiano, considerando desenvolvimentos de projetos?

Fique a vontade para explicar a situação ou apenas dizer sobre o tema envolvido em questão

Texto de resposta longa

Uma situação dessas aparece novamente e você fica no impasse entre ser eticamente responsável e entregar resultados para a empresa. Como você resolveria?

Texto de resposta longa

Quando se trata sobre sua formação profissional, já tinha tido contato e refletido sobre responsabilidades éticas da profissão? *

Não tive contato sobre o tema

Já tinha ouvido falar

Já refleti sobre o tema

Constantemente reflito sobre o tema

Fonte: Autoria própria

Figura 17 – Print 04 da pesquisa

Você considera que possui conhecimento teórico sobre esse tema? *

Sim

Não

Assinale aqui quais termos você tem conhecimento sobre o tema: *

Engenharia social

Dark Patterns

Nudges digitais

Design Ético

Viés cognitivo

Calm Tech

Design Persuasivo

Nenhum

Outros...

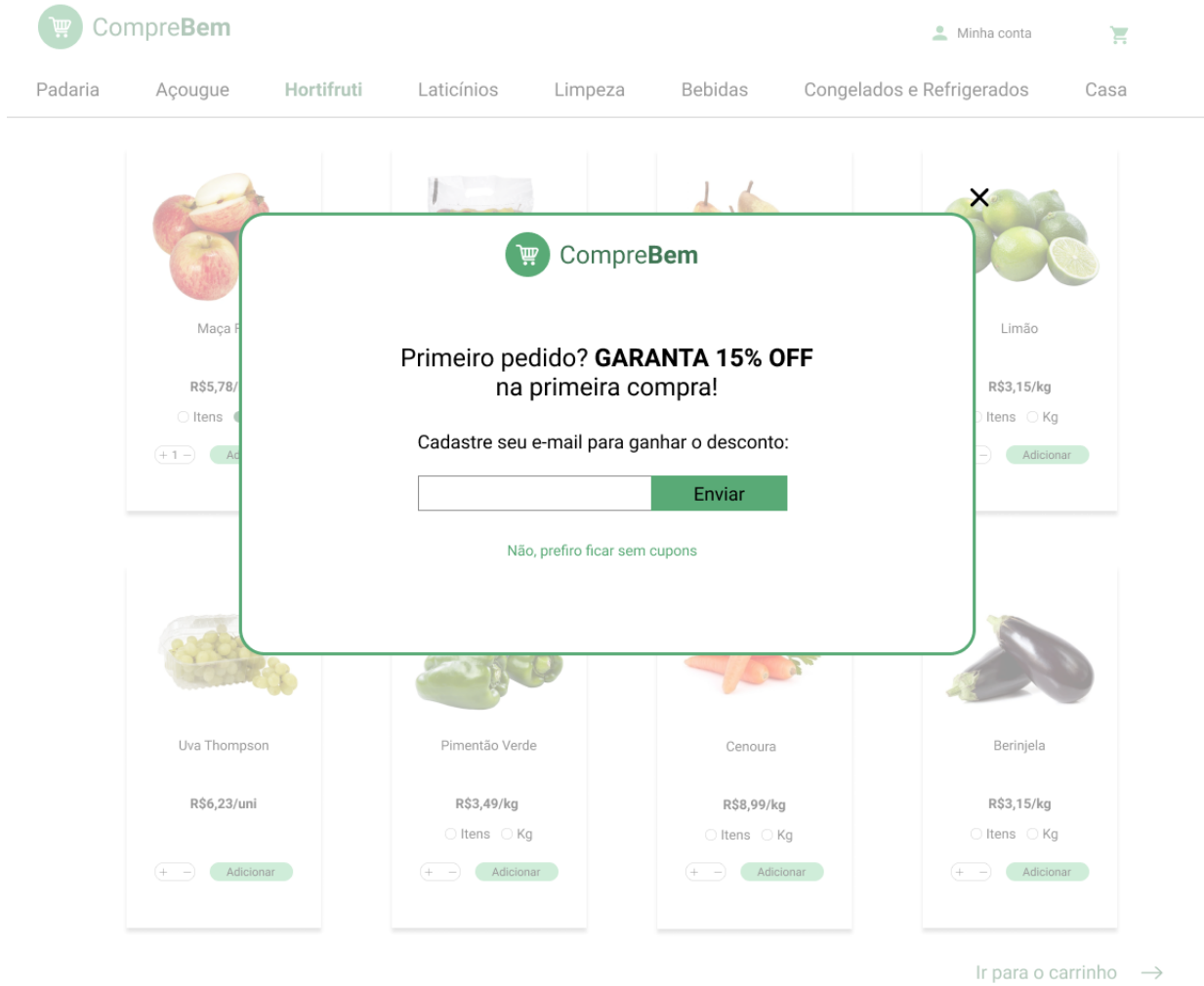
Deixe aqui seu melhor e-mail para que eu possa lhe enviar um termo de participação desta

Texto de resposta curta
.....

Fonte: Autoria própria

APÊNDICE B - Templates para Oficina

Figura 18 - Confirmshaming



Fonte: Autoria própria

Figura 19 - Roach Motel pt.1

Você recebeu 30 dias do Plano Gold GRÁTIS!
Comece agora e cancele a qualquer momento.

- ✓ Frete grátis
- ✓ Entrega express
- ✓ 30 dias de promoções exclusivas
- ✓ Mais de 5.000 músicas inéditas
- ✓ Receba ofertas antecipadamente



Começar Plano Gold!

Após 30 dias, sua conta renovará automaticamente depois do teste grátis. Você pode cancelar sua inscrição a qualquer momento.

Fonte: Autoria própria

Figura 20 - Roach Motel pt.2

Quase lá! Preencha os dados para receber 30 dias GRÁTIS!

Credit card number*


MM/AA

CVC


Pronto!

Fonte: Autoria própria

Figura 21 – Price Comparison Prevention

CompreBem Minha conta 

Padaria Açougue **Hortifruti** Laticínios Limpeza Bebidas Congelados e Refrigerados Casa




Maça Fuji

R\$5,78/kg

Itens Kg


+ 1 - Adicionar



Maça Turma da Mônica

R\$4,99/uni

+ 1 - Adicionar




Pêra Kg

R\$8,99/kg

Itens Kg

+ 1 - Adicionar




Limão

R\$3,15/kg

Itens Kg


+ - Adicionar



Uva Thompson

R\$6,23/uni

+ - Adicionar




Pimentão Verde

R\$3,49/kg

Itens Kg

+ - Adicionar




Cenoura

R\$8,99/kg

Itens Kg

+ - Adicionar



Berinjela

R\$3,15/kg




Itens Kg

+ - Adicionar




Ir para o carrinho →

Fonte: Autoria própria

Figura 22 – Hidden Cost pt.1

 CompreBem
 Minha conta


Meu Carrinho

Produtos	Preço	Quantidade	Total
	R\$5,78	+ 1 -	R\$5,78
	R\$4,99	+ 1 -	R\$4,99
	R\$8,99	+ 1 -	R\$2,35

Possui cupom de desconto?
 Aplicar




Total: R\$13,12

O valor total não inclui taxas de entrega e se serviço, que serão calculados durante o check-out. Você pode revisar o preço final antes de finalizar o pagamento.

← Continuar comprando
Ir para o check-out →

Fonte: Autoria própria

Figura 23 - Hidden Cost pt.2

 CompreBem
 Minha conta


Check-out

Detalhes de cobrança

Nome completo*

CPF*

Data de nascimento

Sexo

CEP*

Endereço de entrega*

Número*

Complemento

Telefone para contato

E-mail

Seu Pedido

1x Maça Fuji	R\$5,78
1x Maça Turma da Mônica	R\$4,99
1x Pêra	R\$2,35
Subtotal	R\$13,12
Tx. de serviço	R\$3,55
Tx. de entrega	R\$6,00
Total	R\$22,67

Tipo de entrega ▼

Forma de pagamento Edit

Fonte: Autoria própria

APÊNDICE C – Apresentação da Oficina

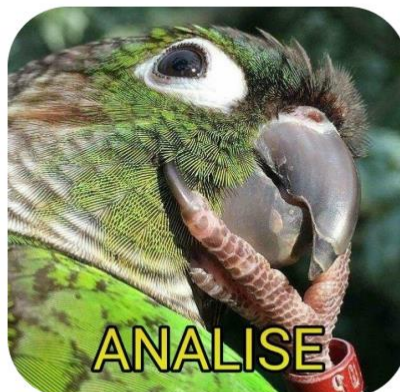
Figura 24 - Slide 01 Oficina



Fonte: Autoria própria

Figura 25 - Slide 02 Oficina

Afinal, o que é Ética?



Fonte: Autoria própria

Figura 26 - Slide 03 Oficina

Afinal, o que é Ética?

- Ética ≠ Moral
 - Guiam a conduta do ser humano
 - Ética é a **reflexão individual** da moralidade
 - Moral é um **conjunto de regras**, crenças, tabus que são construídos em uma **sociedade**

Fonte: Autoria própria

Figura 27 - Slide 04 Oficina

Trazendo para o Design...

- Qual é nosso papel na sociedade?
 - Geramos negócios
 - Resolvemos problemas das pessoas
 - Empresas resolvem problemas pra receber algo em troca
- Na Pandemia
 - Aumento expressivo da necessidade da conexão virtual por todo o mundo
 - Aquecimento do Mercado de desenvolvimento de produtos/ serviços digitais
 - Necessidade de desenvolver um produto ainda mais apaixonante, satisfatório, viciante

Fonte: Autoria própria

Figura 28 - Slide 05 Oficina

“Quando a necessidade é gerar
negócio a todo custo, não existe
reflexão ética e pensamento crítico”

- Fernando França

Fonte: Autoria própria

Figura 29 - Slide 06 Oficina

~~O LADO OBSCURO DO DESIGN~~

- Manipulação intensionada
 - O uso de abordagens e princípios do design para manipulação de interfaces
 - Induz o usuário ao “erro”
 - Dark Patterns
 - Nudges Digitais



Fonte: Autoria própria

Figura 30 - Slide 07 Oficina

Silva, você recebeu 30 dias de Amazon Prime por R\$ 89,00 GRÁTIS

Comece com este pedido. Cancele a qualquer momento.

	amazon prime	Sem Amazon Prime
Entrega Expressa <small>em produtos elegíveis e sem valor mínimo de compra</small>	GRÁTIS	A partir de R\$ 10,90
Prime Video	GRÁTIS	Indisponível
Prime Music	GRÁTIS	Indisponível

Fazer o pedido sem o Amazon Prime e sem frete rápido grátis.

Compre agora com o Amazon Prime

Você poderá aplicar o frete GRÁTIS a este pedido após a assinatura

Ao se cadastrar, você concorda com os [Termos e Condições do Amazon Prime](#) e nos autoriza a cobrar seu cartão de crédito padrão ou outro registrado em nosso sistema após seu teste gratuito de 30 dias. Sua assinatura Amazon Prime continuará até ser cancelada. Se não desejar continuar com a sua assinatura por R\$ 89,00 por ano, você pode cancelar a qualquer momento visitando a página [Configurar assinatura Prime](#) em Sua conta e ajustando suas configurações de assinatura. Se você cancelar sua assinatura Prime durante o período de teste gratuito, você não será cobrado.

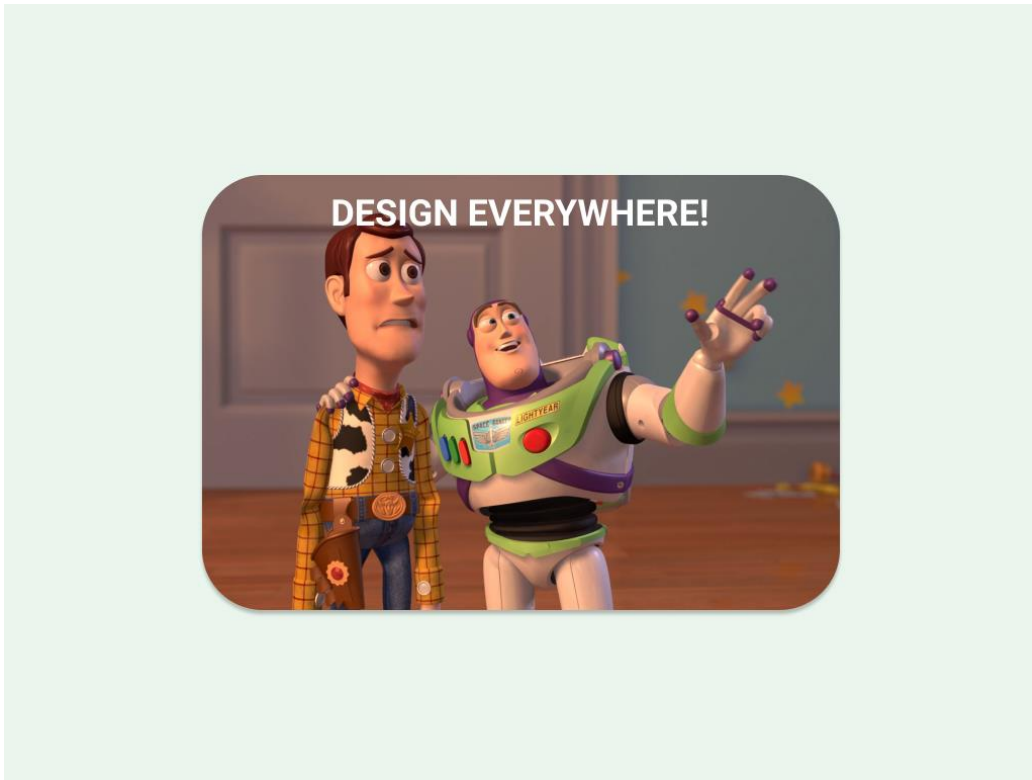
Fonte: Autoria própria

Figura 3 - Slide 08 Oficina

The screenshot shows the Softpedia website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like WINDOWS, GAMES, DRIVERS, MAC, LINUX, SCRIPTS, MOBILE, HANDHELD, GADGETS, and NEWS. The main content area is titled 'Last Chance To See 4.0: Free Download'. It features a 'Recommended Download' section with a 'Download Now' button. Below this, there's a 'DOWNLOAD LOCATIONS' section with an 'External mirror 1' link. The page also includes a sidebar with 'MAC CATEGORIES' and a comment section at the bottom.

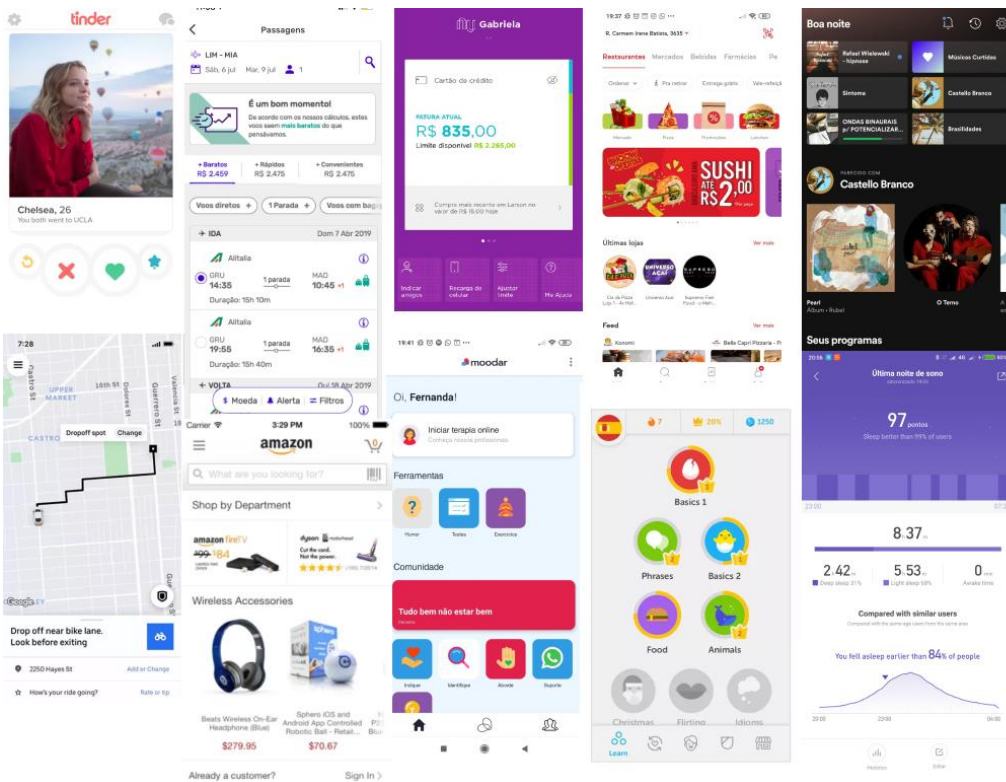
Fonte: Autoria própria

Figura 32 - Slide 09 Oficina



Fonte: Autoria própria

Figura 33 - Slide 10 Oficina



Fonte: Autoria própria

Figura 34 - Slide 11 Oficina

Os produtos que produzimos interferem diretamente nas dinâmicas sociais. Muda e molda a forma como a sociedade se estrutura e invade a vida das pessoas e como elas lidam com o cotidiano.



Fonte: Autoria própria

Figura 35 - Slide 12 Oficina

Não é sobre
como as pessoas utilizam os produtos

É sobre
como o produto interfere o comportamento humano e quais os impactos

Fonte: Autoria própria

Figura 36 - Slide 13 Oficina

Quais os impactos e consequências intencionais e não intencionais do produto?

- Os impactos podem ser desastrosos mesmo quando não intencionais
 - A tecnologia nos conecta, mas também nos controla
 - Redes sociais
 - Dependência de Internet, Nomofobia, FoMo, Cibercondria, Ansiedade, Baixa auto-estima, Dismorfia

Fonte: Autoria própria

Figura 37 - Slide 14 Oficina

E AGORA??????????



Fonte: Autoria própria

Figura 38 - Slide 15 Oficina

Exercitar o pensamento crítico!

- Quando não exercitamos o pensamento, focamos na técnica e operação do trabalho
- Não podemos entrar no automático e deixar diminuir nosso senso de consciencia social
- Quando não refletimos sobre nossa ética, nosso design nao é mais centrado no ser humano

Fonte: Autoria própria

Figura 39 - Slide 16 Oficina

Mas minhas intenções sempre são boas,
porque tenho que me preocupar com isso?

- “Eu sou uma pessoa ética, não desejo o mal para meu usuário”
- Valores e propósitos da empresa
- Pressão de entrega, metas
- Banalização do mal
- Somos responsáveis por aquilo que colocamos no mundo!

Fonte: Autoria própria

Figura 40 - Slide 17 Oficina

Que tal tentarmos praticar um pouco?

Algumas perguntas para refletirmos nos nossos projetos:

- Será que eu preciso pedir esses dados pessoais para meu usuário? Qual a relevância deles para o projeto?
- Onde quero chegar induzindo o usuário tomar essa decisão? É a intenção do usuário nesse momento?
- Como deixar essa funcionalidade menos intimidadora?
- Quais os sentimentos e estímulos que o usuário está sentindo nessa fase da jornada?
- O que projetei, no final, contribuiu de forma positiva para a vida das pessoas?

Fonte: Autoria própria

Figura 41 - Slide 18 Oficina

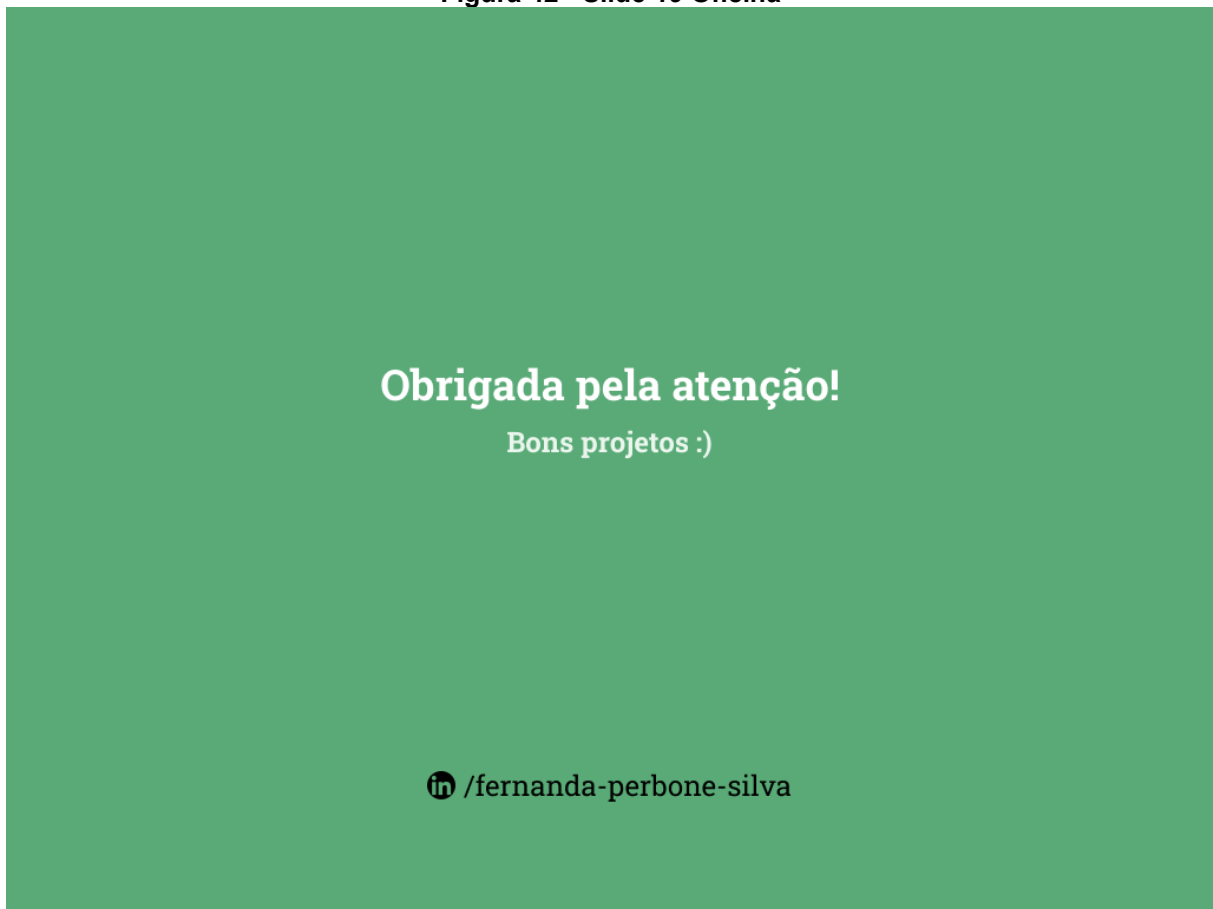
Nem tudo está perdido!

**O mundo precisa de pessoas como vocês,
que sejam éticamente responsáveis pelos
projetos que colocam ao ar!**



Fonte: Autoria própria

Figura 42 - Slide 19 Oficina



Fonte: Autoria própria

ANEXO A – Quadro Código de Ética de Mike Monteiro

Quadro 3 – Código de Ética Mike Monteiro

Premissa	Descrição
Designers são antes de tudo e principalmente humanos	<p>Antes de ser designer, você é um ser humano. Como todo outro ser humano no planeta, você faz parte do contrato social. Ao escolher ser designer, você escolhe impactar como pessoas que entram em contato com seu trabalho, e com as suas ações você pode ajudá-las ou prejudicá-las. O efeito daquilo que você coloca no mundo deve sempre ser um ponto focal do seu trabalho.</p> <p>Cada ser humano neste planeta é obrigado a fazer seu melhor e deixar este lugar em melhor estado do que quando chegou aqui, e os designers não podem se isentar disso.</p> <p>Quando você faz um trabalho que depende de desigualdade de salário ou distinções de classe para ser bem sucedido, você está falhando em seu trabalho como cidadão e, portanto, como designer.</p>
Designers são responsáveis pelo trabalho que colocam no mundo	<p>Design é uma disciplina de ação. Você é responsável pelo que você cria. Suas criações têm o seu nome nelas. Apesar de ser impossível prever com exatidão como qualquer um de seus trabalhos vai ser usado, não deveria ser uma surpresa quando um trabalho feito para ferir alguém alcança em sua meta. Não podemos nos surpreender quando uma arma que projetamos mata alguém. Não podemos nos surpreender quando um banco de dados para catalogar imigrantes faz com que esses imigrantes sejam deportados. Quando produzimos de forma ignorante um trabalho que prejudica outros por não considerarmos suas ramificações, somos duplamente culpados.</p> <p>O trabalho que você traz ao mundo é seu legado. Viverá mais que você e falará por você.</p>
Designers valorizam o impacto sobre a forma	<p>Nós precisamos temer como consequências de nosso trabalho mais do que amar a sagacidade das nossas ideias.</p> <p>O design não existe em um vácuo. A sociedade é maior sistema que podemos impactar, e tudo o que você faz é uma parte desse sistema, para bem ou para mal. Sendo assim, devemos julgar o valor de nosso trabalho baseado em seu impacto, ao acionar de julgá-lo por sua estética. Um objeto que seja projetado para ferir pessoas não pode ser considerado “um bom design”, não importa o quão esteticamente agradável seja, pois, seu design é feito para ferir. Nada que um sistema totalitário projete tem um bom design pois foi feito por um regime totalitário.</p>
Designers devem às pessoas que os contrataram não apenas seu trabalho, mas seu conselho	<p>Quando você é contratado para fazer o design de algo, você foi contratado por sua área de conhecimento. Seu trabalho não é apenas realizar este trabalho, mas também de avaliar o seu impacto. Seu trabalho é comunicar como resultado do projeto para seu cliente ou empregador. E caso este impacto seja negativo, é seu trabalho transmitir um seu cliente, juntamente com formas de eliminar (se possível) esse impacto negativo. Se é impossível eliminá-lo, é seu trabalho evitar que o projeto veja luz do dia. Em outras palavras, palavras você não é contratado apenas para cavar um buraco, mas para considerar os impactos importantes, sociológicos e ecológicos daquele buraco. Se o projeto falhar critérios, é seu trabalho destruir as pás.</p> <p>Designers usam sua área de conhecimento à serviço de outros sem serem serviços. Dizer não é uma habilidade de design. Perguntar porquê é uma habilidade de design. Revirar os olhos não é. Perguntar “por que estamos fazendo algo” é uma pergunta infinitamente melhor de que “como o podemos fazer”.</p>
Designers valorizam as críticas	<p>Nenhum código de ética deve proteger seu trabalho de críticos, sejam de clientes, do público ou de outros designers. Ao desencadear, devemos encorajá-las para criarmos trabalhos melhores no futuro. Se seu trabalho é tão frágil que não suporte a qualquer</p>

	<p>crítica, ele não deveria existir. A hora de colocar um projeto à prova é no momento em que ele sai para o mundo. Esteja aberto às críticas vindas de qualquer lugar. O papel da crítica, quando dada da forma certa, é de avaliar e melhorar o trabalho. A crítica é um presente. Ela torna o trabalho melhor. Ela mantém trabalhos ruins longe da luz do dia. As críticas devem ser pedidas e bem-vindas a cada passo do processo de design. Você não pode corrigir a receita de um bolo uma vez que foi ao forno. Mas você pode melhorar conforme as chances de que seu projeto seja bem sucedido ao pedir feedback mais cedo e em maior quantidade. É sua responsabilidade solicitar esse feedback.</p>
<p>Designers devem conhecer sua audiência</p>	<p>O design é uma solução intencional para problemas dentro de uma conjunto de limitações. Para saber se está resolvendo esses problemas de forma adequada, você precisa se encontrar com as pessoas que vivem. E se você faz parte de um tempo, seu tempo deve ter como meta refletir estas pessoas. Quanto mais um tempo mede uma audiência para a qual se está trabalhando, mais profundamente ele conseguirá resolver esses problemas. Dessa forma, o tempo pode investigar uma situação de diferentes pontos de vista, usando o repertório de perfis diferentes, diferentes conjuntos de necessidades e experiências. Um tempo com um único ponto de vista nunca irá entender como limitações que precisam ser consideradas no projeto da mesma forma que um tempo com múltiplos pontos de vista o faria. E o que dizer sobre empatia? Empatia é uma palavra bonita para exclusão. Se você quer saber como mulheres vão usar algo que está sendo projetado, tenha uma mulher no time de design.</p>
<p>Designers não acreditam em casos elegíveis</p>	<p>Quando você decide qual grupo de pessoas é seu público final, você está implicitamente declarando qual grupo não é. Por anos nos referimos às pessoas que não eram essenciais ao sucesso dos projetos como "casos concedidos". Nós gravamos marginalizando essas pessoas. E tomando uma decisão de dizer que existem pessoas no mundo com problemas que não valem a pena ser resolvidos. O Facebook declara ter dois bilhões de usuários. Um por cento de dois bilhões de pessoas, porcentagem que seria considerada como um "caso isolado", equivale a vinte milhões de pessoas. Essas são as pessoas nas margens. "Quando você chama algo de caso isolado, você na verdade está apenas definindo os limites daquilo que você se importa." - Eric Meyer. Essas são as pessoas trans que colonizadas em projetos que "nomes reais". Essas são mães que solteiras que aceitam nos "ambos os pais devem assinar". Esses são os imigrantes idosos que apareceram para votar e não conseguiram urnas com interfaces em suas línguas maternas. Esses não casos são exigidos. São seres humanos, e nós devemos a eles nosso melhor trabalho.</p>
<p>Designers são parte de uma comunidade profissional</p>	<p>Você faz parte de uma comunidade profissional, e a forma como você faz o seu trabalho e se porta profissionalmente afeta a todos nessa comunidade. Da forma mesma como marés altas afetam todos os barcos, cagar na praia afeta todos os banhistas. Se você for desonesto com um cliente ou empregador, o designer depois de você pesquisar o preço por isso. Se você trabalha de graça, o designer depois de você terá isso como a expectativa do cliente. Se você não oferecer a fazer trabalhos ruins, o designer depois de você terá o dobro do trabalho para fazer isso. Enquanto um designer tem uma obrigação ética de ganhar seu sustento fazendo o melhor das suas habilidades e oportunidades, fazer isso às custas de outros na mesma área de atuação é um desserviço a todos nós. Nunca puxe o tapete outro designer para alcanças como metas próprias. Isso inclui "melhorias públicas" do trabalho de outra pessoa, trabalhos não remunerados e plágios. Um designer busca fortalecer a comunidade, não dividi-la.</p>
<p>Designers valorizam um campo diverso e competitivo</p>	<p>Ao longo de suas carreiras inteiras, designers buscam aprender. Isso significa confrontar o que não sabem. Isso significa ouvir as experiências de outras pessoas. Isso significa valorizar e encorajar pessoas de diversos perfis e culturas. Isso significa abrir espaço na mesa para pessoas que a sociedade tem historicamente deixado de fora. Nós devemos abrir espaço para que vozes tradicionalmente marginalizadas sejam ouvidas na profissão. A diversidade leva a melhores resultados e melhores soluções. A diversidade gera um design melhor. Designers mantém seus egos sob</p>

	<p>controle, sabem quando calar a boca e ouvir, são cientes de seus próprios vieses (e valorizam quando alguém os chama a atenção por um deles), e lutam para abrir espaço para aqueles que foram silenciados.</p>
Designers investem em auto reflexão	<p>Ninguém acorda um dia fazendo design para jogar sua ética pela janela. Isso acontece lentamente, um passo em falso por vez. É uma sequência de pequenas decisões que podem parecer tranquilas na hora, até que eventualmente você nota que está fazendo o design da UI de uma loja de armamentos. Invista em tempo para auto reflexão de tempos em tempos. Avalie as decisões que tomou recentemente. Você está se mantendo verdadeiro a quem você é? Ou você está lentamente aumentando seus limites éticos em alguns metros a cada vez que recebe um aumento ou promoção? Você saiu do rumo? Corrija-o. Seu local de trabalho é um buraco dos infernos antiético? Consiga outro. Seu trabalho é uma escolha. Por favor, faça-a de forma correta.</p>

Fonte: CESAR; BEVILACQUA (2019)