



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES
CURSO DE DESIGN (BACHARELADO)

**AS INFLUÊNCIAS E CONSEQUÊNCIAS DA EXPERIÊNCIA DO
USUÁRIO E DESIGN DE INTERFACES (UX/UI) NO CONSUMO
EXCESSIVO DE REDES SOCIAIS**

Julia Amanda Becker

Lajeado/RS, junho de 2022



Julia Amanda Becker

**AS INFLUÊNCIAS E CONSEQUÊNCIAS DA EXPERIÊNCIA DO
USUÁRIO E DESIGN DE INTERFACES (UX/UI) NO CONSUMO
EXCESSIVO DE REDES SOCIAIS**

Artigo acadêmico apresentado no componente Trabalho de Conclusão do Curso de Design, da Universidade do Vale do Taquari – Univates, como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Me. Rodrigo de Azambuja
Brod

Lajeado/RS, junho de 2022

Julia Amanda Becker

**AS INFLUÊNCIAS E CONSEQUÊNCIAS DA EXPERIÊNCIA DO
USUÁRIO E DESIGN DE INTERFACES (UX/UI) NO CONSUMO
EXCESSIVO DE REDES SOCIAIS**

Os avaliadores abaixo aprovam o Artigo apresentado no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso I, do Curso de *Design*, da Universidade do Vale do Taquari - Univates, como parte da exigência para a obtenção do grau de Bacharel em *Design*.

Prof. Me. Rodrigo de Azambuja Brod (orientador)
Universidade do Vale do Taquari - Univates

Prof. Me. Bruno Souto Rosselli
Universidade do Vale do Taquari - Univates

Prof. Dr. Lucio Siqueira do Amaral Filho
Universidade do Vale do Taquari - Univates

Lajeado/RS, 07 de Julho de 2023

AS INFLUÊNCIAS E CONSEQUÊNCIAS DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E DESIGN DE INTERFACES (UX/UI) NO CONSUMO EXCESSIVO DE REDES SOCIAIS

THE INFLUENCES AND CONSEQUENCES OF USER EXPERIENCE AND USER INTERFACE DESIGN (UX/UI) ON EXCESSIVE SOCIAL MEDIA CONSUMPTION

Julia Amanda Becker¹
Rodrigo de Azambuja Brod²

Resumo: Na era digital, a atenção se tornou um recurso valioso, porém escasso e disputado. O Center for Humane Technology (2021) destaca a competição das empresas pela captura de atenção, alertando para o papel das mídias sociais na formação de hábitos e comportamentos. Um relatório do DataReportal (2023) revela que o tempo médio diário gasto nessas plataformas é de 2 horas e 31 minutos globalmente, com o Brasil liderando com 3 horas e 46 minutos. Pesquisas indicam que o consumo excessivo dessas plataformas pode ter efeitos negativos na saúde mental. Este trabalho tem como objetivo investigar as influências da Experiência do Usuário e Design de Interfaces no consumo excessivo de aplicativos de redes sociais e a responsabilidade do profissional designer frente à temática. A metodologia utilizada consiste em uma revisão teórica abrangente com base em pesquisa bibliográfica, abordando conceitos como economia da atenção, Design Persuasivo e Design Emocional. Além disso, são discutidas iniciativas para combater essa problemática e buscar um equilíbrio saudável entre a tecnologia e o bem-estar mental. Este trabalho contribui para o avanço do conhecimento nessa área e oferece uma base teórica para pesquisas futuras.

Palavras-chave: *Design*; Design de Interfaces; Experiência do Usuário; Redes Sociais; Bem estar digital.

Abstract: In the digital age, attention has become a valuable but scarce and contested resource. The Center for Humane Technology (2021) highlights the competition among companies for capturing attention, raising awareness about the role of social media in shaping habits and behaviors. A report from DataReportal (2023) reveals that the average daily time spent on these platforms globally is 2 hours and 31 minutes, with Brazil leading at 3 hours and 46 minutes. Research indicates that excessive consumption of these platforms could have negative effects on mental health. This study aims to investigate the influences of User Experience and Interface Design on excessive social media apps consumption and the responsibility of design professionals in addressing this issue. The methodology employed involves a comprehensive theoretical review based on bibliographic research, addressing concepts such as attention economy, Persuasive Design, and Emotional Design. Additionally, initiatives to combat this problem and seek a healthy balance between technology and mental well-being are discussed. This study contributes to the advancement of knowledge in this area and provides atheoretical foundation for future research.

Keywords: Design. User Interface Design; User Experience; Social Media; Digital wellbeing.

¹ Estudante do Curso de *Design* da Universidade do Vale do Taquari - Univates.
julia.becker@universo.univates.br

² Orientador do trabalho. Mestre em Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade do Vale do Taquari - Univates (RS), especialista em Gestão de Marcas pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc/RS) e graduado em Comunicação Social pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP). Professor dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação da Universidade do Vale do Taquari - Univates (RS) e sócio do estúdio de design Frente (frente.cc), e-mail: rbrod@univates.br.

1 INTRODUÇÃO

Na era digital, a atenção é um recurso valioso, porém escasso e disputado. Embora a história humana tenha sido marcada por limitações causadas pela dificuldade de obtenção de um ensino de qualidade, a situação atual é oposta: somos confrontados com uma quantidade excessiva de informações que supera nossa capacidade de processamento mental. Nesse contexto, a atenção se tornou o fator limitante.

O Center for Humane Technology (2021) fala sobre como, na disputa das empresas pela captura de atenção, são analisados comportamentos humanos, utilizando o que se aprende para fazer com que o indivíduo foque mais do que ele inicialmente pretendia. O centro também alerta para o fato de que as redes sociais são um dos principais segmentos que apostam na corrida pela atenção e são elas que também têm um papel significativo na formação de hábitos e comportamentos.

Isso se torna ainda mais relevante quando são analisados dados apresentados pelo DataReportal (2023) no Digital 2023 Global Digital Overview Report, que mostram que o tempo médio diário de consumo global de redes sociais entre pessoas de 16 e 64 anos é de 2 horas e 31 minutos. No Brasil esse número é ainda maior, com uma média de 3 horas e 46 minutos, excedendo em mais de uma hora a média global e colocando o país em segundo lugar na lista de maior tempo de consumo. Esse número representa 15,70% do dia dedicado às redes sociais.

Mesmo com os benefícios e facilidades proporcionados pelos avanços tecnológicos e mídias sociais, é difícil não reconhecer os efeitos negativos que o consumo excessivo pode causar na rotina e na saúde mental dos usuários. Pesquisas já indicam a problemática da dependência tecnológica em usuários que abusam do uso das redes sociais e as consequências que isso pode ter em sua saúde mental. Entretanto, não é por acaso que a dependência ocorre: entender os conceitos de Design de Interface aliados à psicologia é importante para perceber como os produtos digitais podem ser desenvolvidos para manter os usuários engajados por longos períodos de tempo.

Sendo assim, a necessidade de investigar os efeitos na utilização de aplicativos de redes sociais é urgente, já que estão atrelados à saúde mental dos envolvidos. Esses comportamentos, por sua vez, podem resultar em condições

como depressão e ansiedade. Portanto, são necessárias pesquisas que avaliem esses efeitos e desenvolvam estratégias para ajudar os usuários a utilizarem as redes sociais de maneira consciente e saudável.

Dessa forma, apresenta-se o problema de pesquisa: qual a influência da Experiência do Usuário e Design de Interfaces na utilização excessiva das redes sociais em aplicativos, frente à responsabilidade do indivíduo?

O objetivo principal do presente trabalho é investigar quais as influências e consequências da Experiência do Usuário e Design de Interfaces (UX/UI) no consumo excessivo de redes sociais. Entre os objetivos específicos estão entender mais sobre os impactos do uso abusivo e dos vícios comportamentais da tecnologia e das redes sociais na saúde mental, buscar o que já foi discutido e elaborado sobre a temática na bibliografia e, por fim, procurar alternativas efetivas de compartilhar conhecimento para empoderar usuários e deixá-los menos alheios às "armadilhas" da interface.

O procedimento metodológico utilizado, com base nos objetivos gerais e específicos do presente trabalho, foi a realização de uma revisão teórica abrangente por meio de pesquisa bibliográfica de acordo com Stumpf (2010), fazendo uso de materiais relacionados ao tema proposto. O estudo explora as propriedades da interface das plataformas Instagram e TikTok como fatores influenciadores no consumo excessivo de redes sociais pelos usuários. Optou-se pelo método qualitativo de Minayo (2002) devido à natureza interpretativa das questões. As etapas incluem estudos bibliográficos, coleta e análise de dados e procedimentos de análise. Para a construção do estudo bibliográfico, foram selecionados aspectos relevantes ao tema, como Experiência do Usuário e Design de Interfaces, redes sociais e saúde mental.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Vilém Flusser (2007) traz reflexões interessantes sobre a presença tecnológica na vida dos seres humanos em seu livro "O mundo codificado". Em um trecho, ele discute a relação entre o avanço do desenvolvimento humano e "não coisas", que é como ele chama os dispositivos imateriais:

A produção de informações é um jogo de permutação de símbolos. Desfrutar das informações significa apreciá-los, e nessa situação imaterial,

trata-se de jogar com eles e observá-los. E, para jogar com os símbolos, para programar, é necessário pressionar teclas. (FLUSSER, 2007, p. 62).

Flusser enfatiza a relevância do uso das pontas dos dedos na interação desses dispositivos, destacando sua relação com a liberdade de escolha. Essa perspectiva tem ligação com a experiência do usuário, uma vez que a forma de interação com tais dispositivos e o acesso às informações são impactados diretamente. Além disso, o autor levanta a questão da liberdade programada, que se refere às escolhas feitas dentro dos limites estabelecidos pelos programas existentes. Nessa dinâmica os usuários são constantemente expostos a estímulos e opções pré-determinadas, que visam influenciar suas decisões. A reflexão crítica de Flusser convida a repensar a relação entre tecnologia, liberdade individual e o impacto resultante na experiência dos indivíduos.

O autor também discute a natureza dos objetos de uso. Ele descreve como os objetos de uso são lançados em nosso caminho como obstáculos, mas também são utilizados para remover outros obstáculos, permitindo o progresso. A configuração dos objetos de uso é apresentada como uma questão política e estética, que envolve a ênfase nos aspectos comunicativos e intersubjetivos, além dos aspectos objetivos e problemáticos. A responsabilidade dos designers na criação desses objetos é abordada, sugerindo que uma conduta consciente e responsável pode resultar em uma cultura em que os objetos de uso sejam veículos de comunicação entre as pessoas.

Em outro trecho, Flusser discute a questão da moralidade e responsabilidade moral do designer na produção de objetos úteis. No contexto atual, essa questão adquiriu um novo significado e urgência devido a três razões principais: primeiro, não há mais uma instância pública confiável para estabelecer normas, e as autoridades existentes são questionadas em sua competência; segundo, a produção industrial, incluindo o design, tornou-se um processo altamente cooperativo, envolvendo equipes e resultando em uma falta de responsabilidade moral individual; e terceiro, a responsabilidade pelo uso de produtos não pode mais ser atribuída apenas aos usuários, devido ao envolvimento de máquinas automatizadas. Essa falta de compromisso moral pode levar a consequências indesejáveis, destacando a necessidade de um código ético para o design. O autor enfatiza que o desinteresse dos designers por essas questões pode resultar na ausência total de responsabilidade, como evidenciado em situações históricas (os crimes nazistas, por

exemplo). Em suma, a discussão aborda a complexidade da responsabilidade moral na produção industrial e a necessidade de um engajamento ético por parte dos designers.

2.1 Os três níveis de Design de Donald Norman

Norman (2008) é um dos principais autores que podemos citar quando se trata de Design Emocional. No livro “Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia”, ele explora a importância das emoções na interação entre os usuários e os produtos. O autor fornece uma estrutura valiosa para entender a importância da UX/UI e como é possível aplicá-la na experiência humana dentro das redes sociais. Os conceitos de design visceral, comportamental e reflexivo propostos por Norman podem ser aplicados de maneira significativa no desenvolvimento e aprimoramento dessas plataformas. Ao levar em consideração as emoções dos usuários ao projetar interfaces visualmente atraentes, facilitar interações intuitivas e incentivar o engajamento reflexivo, é possível aprimorar a experiência do indivíduo nas redes sociais e mantê-lo engajado por mais tempo.

Diante do papel central que as redes sociais desempenham na vida cotidiana, surge uma indagação sobre a função do Design Emocional na criação de experiências digitais mais envolventes, significativas e gratificantes. Embora esses princípios possam ser aplicados com o objetivo de melhorar a interação dos usuários, é necessário questionar os efeitos negativos dessa experiência. Grandes empresas utilizam esses conhecimentos para maximizar seus lucros, visando criar plataformas altamente viciantes, capazes de prender a atenção e explorar as emoções dos usuários em prol do engajamento e monetização. Essa preocupação levanta a necessidade de uma abordagem crítica e responsável na aplicação desses princípios, com o intuito de mitigar potenciais danos à saúde mental e garantir a proteção dos usuários diante da exploração comercial das redes sociais.

Quando se trata dos três conceitos elaborados por Norman, pode-se observar como a experiência nas redes sociais é completa. Pensando no primeiro nível discutido pelo autor, o design visceral, verifica-se que ele está relacionado às reações imediatas e instintivas que uma pessoa tem ao entrar em contato com um produto. No contexto das mídias sociais, o design visceral é crucial para atrair a atenção dos usuários e criar uma primeira impressão positiva. Elementos como

layout, cores, ícones e tipografia desempenham um papel fundamental na criação de interfaces visuais atraentes e memoráveis. As redes sociais modernas investem em identidades visuais marcantes, como o uso de logotipos distintos e ícones reconhecíveis, para gerar uma resposta emocional positiva nos usuários desde o momento em que acessam a plataforma.

Já o design comportamental, o segundo nível citado por Norman, refere-se às interações entre pessoa e produto. Nas redes sociais, isso abrange as ações que os usuários podem executar, como curtir, compartilhar, comentar e enviar mensagens. Essa experiência é fortemente influenciada pela facilidade de uso, fluidez e capacidade de realizar essas ações de forma intuitiva. Os sistemas de recomendação de conteúdo, por exemplo, são projetados para entender o comportamento do usuário e fornecer um fluxo contínuo de informações relevantes, mantendo-os engajados e estimulando sua interação contínua. Ao projetar a interface de uma rede social, é essencial considerar o design comportamental para criar uma experiência fluida, adaptada às expectativas e necessidades dos usuários.

O design reflexivo é o nível mais profundo e significativo, relacionado às experiências emocionais duradouras e ao valor atribuído pelos usuários a um produto. No contexto das redes sociais, o design reflexivo está intimamente ligado à identidade e à auto expressão do usuário. As plataformas sociais fornecem ferramentas para que os usuários construam sua presença digital, compartilhe sua personalidade, valores e opiniões com os outros. Além disso, essas mídias desempenham um papel importante na formação e manutenção de conexões sociais, fornecendo um meio para que os usuários se conectem com comunidades e grupos que compartilham interesses similares. Um design reflexivo eficaz nas redes sociais deve permitir que os usuários se expressem e estabeleçam conexões significativas, satisfazendo sua necessidade de pertencimento e permitindo uma experiência autêntica e pessoal.

2.3 Economia da atenção

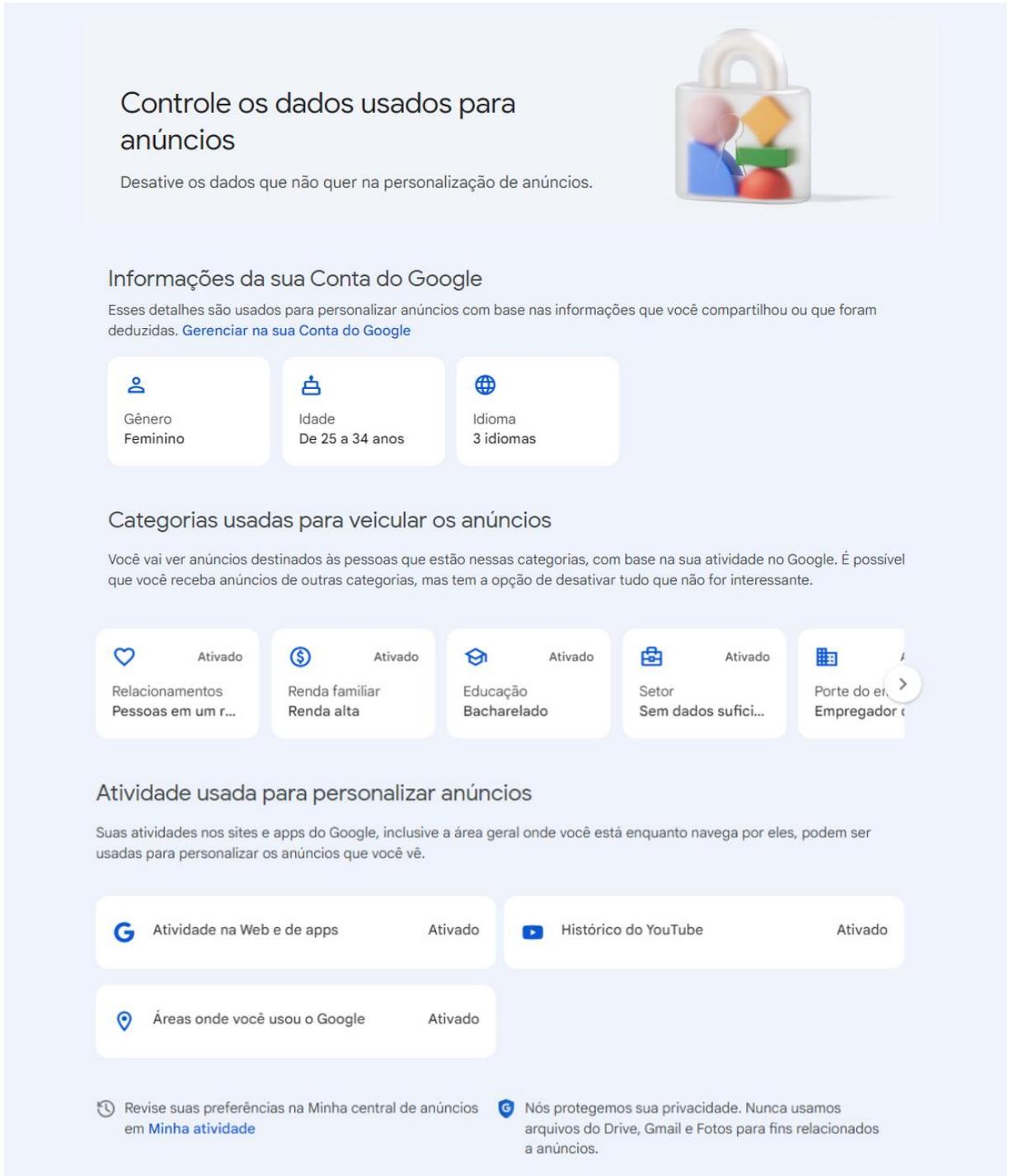
Segundo Kane (2019), atenção é um foco seletivo em algum tipo de estímulo que é percebido no momento enquanto outros são ignorados. O Center of Humane Technology (2021) enfatiza que esse é um aspecto da vida complicado pela

tecnologia, pois com mais informações e opções ao alcance, há demandas sem precedentes pela atenção do indivíduo.

Essa sensação de distração constante é alimentada por empresas de tecnologia que dependem da captura da atenção para obtenção de lucro, ou seja, ela é vendida para os anunciantes. Com o intuito de convencer os consumidores a tomar as ações que o anunciante deseja, a publicidade tradicional na TV, jornais, revistas ou outdoors sempre foi direta: todos visualizam os mesmos anúncios e eles não fornecem dados precisos aos anunciantes sobre as pessoas que os estão visualizando. Já as plataformas sociais possuem vantagens únicas que tornam a divulgação poderosa, como a influência 24/7, a personalização em relação ao perfil e a inteligência artificial, também conhecida como “o algoritmo”, que consegue prever o que mostrar para que o usuário continue “*scrolling, swiping and sharing*”, (CENTER OF HUMANE TECHNOLOGY, 2021).

Sobre o acesso íntimo que essas empresas têm aos pensamentos e comportamentos do consumidor, tem-se o exemplo dos dados que o Google Ads coleta sobre os usuários, informações essas que não foram passadas conscientemente, como mostra a Figura 1. A partir disso, estratégias são criadas para inserir anúncios nas plataformas. É importante ressaltar que essas empresas não competem apenas entre si, mas também contra relacionamentos, hobbies e até mesmo o tempo de sono dos possíveis consumidores. O valor das empresas de redes sociais está relacionado à venda da influência que exercem, coletando dados detalhados para direcionar anúncios, e quanto mais tempo conseguirem fazer o usuário permanecer na sua rede, mais dados poderão coletar e mais anúncios poderão ser vendidos. Como dito por Tristan Harris no documentário da Netflix “O Dilema das Redes”, a realidade é que os aplicativos de redes sociais são gratuitos porque os usuários são o produto sendo vendido.

Figura 1 - Sessão da Central de Anúncio do Google Ads.



Controle os dados usados para anúncios

Desative os dados que não quer na personalização de anúncios.

Informações da sua Conta do Google

Esses detalhes são usados para personalizar anúncios com base nas informações que você compartilhou ou que foram deduzidas. [Gerenciar na sua Conta do Google](#)

- Gênero: Feminino
- Idade: De 25 a 34 anos
- Idioma: 3 idiomas

Categorias usadas para veicular os anúncios

Você vai ver anúncios destinados às pessoas que estão nessas categorias, com base na sua atividade no Google. É possível que você receba anúncios de outras categorias, mas tem a opção de desativar tudo que não for interessante.

- Relacionamentos: Ativado (Pessoas em um r...)
- Renda familiar: Ativado (Renda alta)
- Educação: Ativado (Bacharelado)
- Setor: Ativado (Sem dados sufici...)
- Porte do en...: Ativado (Empregador...)

Atividade usada para personalizar anúncios

Suas atividades nos sites e apps do Google, inclusive a área geral onde você está enquanto navega por eles, podem ser usadas para personalizar os anúncios que você vê.

- Atividade na Web e de apps: Ativado
- Histórico do YouTube: Ativado
- Áreas onde você usou o Google: Ativado

Revise suas preferências na Minha central de anúncios em [Minha atividade](#)

Nós protegemos sua privacidade. Nunca usamos arquivos do Drive, Gmail e Fotos para fins relacionados a anúncios.

Fonte: Autor (2023).

A partir dos dados coletados, é onde entra o papel do Design Persuasivo, definido como “uma área da prática de design que se concentra em influenciar o comportamento humano por meio das características de um produto ou serviço” (INTERACTION DESIGN FOUNDATION, 2016, tradução nossa). A partir de teorias

psicológicas e práticas de design, ele costuma ser utilizado não somente em *e-commerces*, mas também em qualquer campo que requer o engajamento de longo prazo de um público-alvo, incentivando o uso contínuo.

A Interaction Design Foundation aponta que, desde que a tecnologia se tornou interativa, seu potencial de influenciar comportamentos cresceu imensamente. A oportunidade de se adaptar às necessidades dos usuários em um ponto que permite o uso do princípio social mais apropriado de persuasão, como elogios ou reciprocidade, em situações específicas, traz vantagem frente ao consumidor.

Para os profissionais de design, o aumento contínuo da complexidade dos recursos disponíveis implica que a personalização da Experiência do Usuário por meio da incorporação de elementos persuasivos pode ser alcançada de maneiras sutis em comparação às opções disponíveis em períodos anteriores.

Dentro dessa temática, é possível também fazer relação com o Projeto de Lei nº 2630 (2020) que discute normas e diretrizes para aumentar a transparência e combater a desinformação em redes sociais e serviços de mensagem privada na internet. Embora não esteja diretamente relacionado ao Design de Interfaces, o projeto pode influenciar plataformas e aplicativos nessas áreas. Por exemplo, a lei exige a divulgação de dados sobre remoções de postagens e contas, identificação de conteúdos patrocinados e desinformação, e promoção de informações verificadas, o que pode influenciar as decisões de design e usabilidade das plataformas, visando promover a transparência, combater a desinformação e proteger os usuários. Isso se torna ainda mais relevante quando observado a resistência das *big techs* como Google e Meta em relação ao PL, como exposto por NetLab (2023).

3 SAÚDE MENTAL E REDES SOCIAIS

A dependência tecnológica pode ser equiparada aos vícios em substâncias, de acordo com as afirmações de Adam Alter (2017). Ambas as formas de vício ativam as mesmas áreas cerebrais e suprem necessidades humanas fundamentais, ressaltando a relevância de uma compreensão aprofundada dos aspectos psicológicos envolvidos nesse fenômeno. Alter defende a importância de adquirir

conhecimentos sobre os mecanismos subjacentes aos vícios comportamentais, a fim de mitigar os efeitos prejudiciais gerados pela tecnologia.

Uma pesquisa conduzida por Hadar *et al.* (2017) examinou os efeitos do uso de smartphones na cognição em adultos, revelando que a frequente utilização do dispositivo resulta em comprometimentos no processamento numérico e em uma deterioração da cognição social. Além disso, os usuários intensivos apresentaram maior impulsividade, déficits de atenção e alterações neurais. Esses resultados indicam que o dispositivo tem a capacidade de capturar e manter a atenção, fornecendo gratificações imediatas, o que pode ter implicações duradouras em uma variedade de habilidades cognitivas.

Souza e Cunha (2019) realizaram uma revisão sistemática da literatura para identificar os riscos do uso excessivo das redes sociais na vida dos adolescentes. Os resultados apontam para a prevalência de *cyberbullying* e depressão, assim como alterações de humor, de comportamento e uma grande necessidade de se manterem conectados. Esses fatores são indicativos de possíveis problemas na saúde mental. Diante desses achados, os autores recomendam que pais e educadores estejam atentos ao uso dessas tecnologias pelos jovens e questionem se tal uso está sendo benéfico ou prejudicial para a saúde mental desses indivíduos.

As redes sociais já estão estabelecidas em sites e aplicativos móveis, o que permite o acesso contínuo. São elas que fornecem as plataformas interativas que permitem que as pessoas se comuniquem sem estarem próximas, conhecendo outros usuários, mantendo amizades e acessando informações em tempo real. Do outro lado da moeda está a FoMO, sigla para *Fear of Missing Out*, que significa o medo de estar perdendo algo, ou seja, uma preocupação excessiva em obter oportunidades de interação e a ansiedade quando os usuários das redes sociais estão offline ou incapazes de se conectar e comunicar sob demanda.

Alutaybi *et al.* (2019) estudaram como as funcionalidades das redes sociais contribuem para provocar o FoMO em determinados contextos de uso. O artigo conclui que, embora os recursos das redes sociais possam não ser deliberadamente projetados para desencadear o FoMO e incentivar uma maior interação, eles podem, em certas circunstâncias, desencadeá-lo. Além disso, o artigo apresenta mecanismos que podem ajudar a combater o FoMO e discute os desafios que podem surgir ao aplicá-los. Os autores acreditam ser relevante um trabalho futuro

que forneça contra-medidas para o FoMO (tanto sociais quanto técnicas) para aumentar o bem-estar digital dos usuários de redes sociais.

Em 2023, durante uma entrevista no podcast ONU News, o influenciador e *youtuber* Felipe Neto abordou diversas questões relacionadas à regulamentação da internet, combate aos discursos de ódio e proteção das crianças online. Ele expressou preocupação com o design viciante das plataformas de mídia social, como as linhas do tempo infinitas de vídeos, presentes em aplicativos como TikTok, *Reels* (Instagram), *Shorts* (YouTube) e Kwai. Felipe Neto deu um destaque especial ao efeito do recurso de reprodução automática (*autoplay*) nas plataformas digitais em outro artigo, descrevendo-o como altamente viciante devido à liberação de dopamina, o que pode levar a vícios comportamentais.

Esse vício também resulta em problemas de saúde mental, incluindo ansiedade e depressão. Como mencionado por Neto (2023), quanto mais tempo as pessoas passam conectadas às telas, mais elas percebem que suas vidas, no mundo real, parecem se desconectar, perder sentido e ficar embaçadas. No mesmo artigo, ele menciona um memorando do Wall Street Journal, datado de 2021, que revelou que 32% das adolescentes femininas afirmaram que o Instagram as faz sentir-se piores em relação aos seus corpos. Além disso, entre os adolescentes que relatam pensamentos suicidas, 13% dos usuários britânicos associam esses pensamentos à mesma rede social citada.

4 A EXPERIÊNCIA NAS REDES SOCIAIS

A UX/UI do Instagram, incluindo recursos como Stories e Reels, pode ter repercussões negativas na saúde mental dos usuários. Embora o Design Emocional e a Experiência do Usuário sejam considerados elementos essenciais para a interação e satisfação dos consumidores, se faz necessário abordar as potenciais consequências do engajamento constante.

A interface visual do aplicativo desempenha um papel crucial na formação de uma primeira impressão positiva. Elementos como arranjo espacial, paleta de cores, ícones e tipografia são concebidos com o propósito de captar a atenção das pessoas e criar um momento atraente e memorável. A identidade visual distintiva, incluindo o logotipo característico e os ícones reconhecíveis (FIGURA 2), visa

instigar uma resposta emocional positiva desde o momento em que os indivíduos acessam a plataforma.

Figura 2 - Logo e ícones do Instagram

Logo

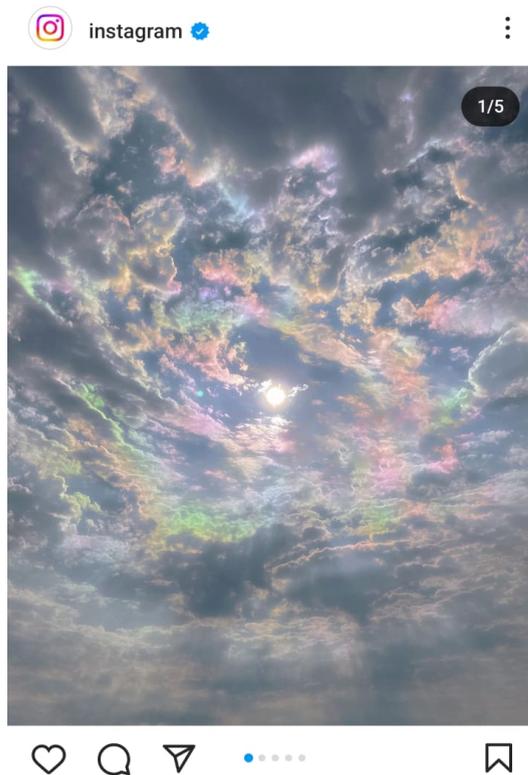


Ícones



Fonte: Autor (2023).

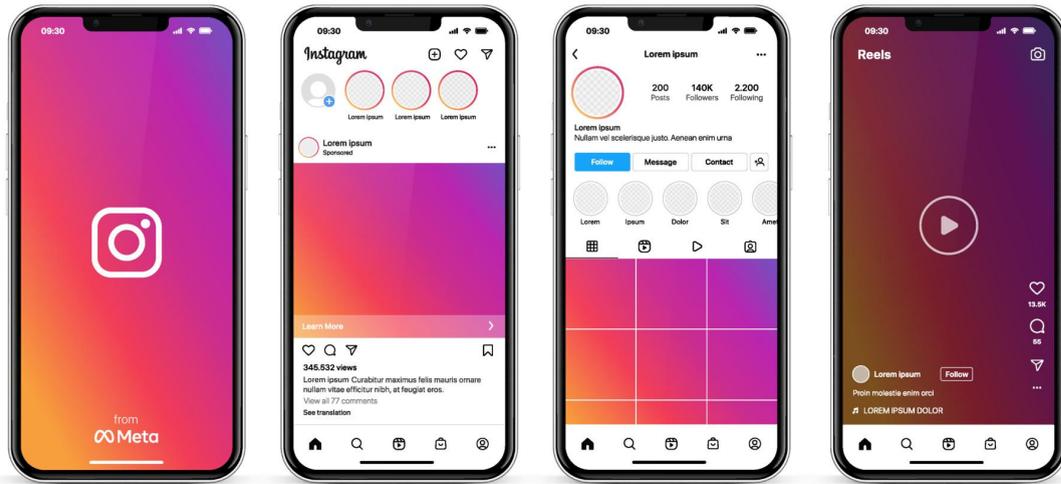
A experiência nas redes sociais é influenciada pela usabilidade e fluidez das interações. Funcionalidades como curtidas, compartilhamentos, comentários e mensagens constituem elementos-chave da interação. A interface do aplicativo é concebida de forma intuitiva, possibilitando que os usuários realizem tais ações sem esforço (FIGURA 3). Além disso, os sistemas de recomendação de conteúdo são desenvolvidos com o intuito de compreender o comportamento do usuário, fornecendo um fluxo contínuo de informações para mantê-lo engajado e estimular sua interação contínua.

Figura 3 - Captura de tela contendo um *post* do Instagram

Fonte: Autor (2023).

O Design de Interface do Instagram (FIGURA 4) também desempenha um papel significativo na expressão da identidade e na construção de conexões sociais entre os usuários. As ferramentas disponíveis permitem que os usuários desenvolvam sua presença digital, compartilhem mais sobre sua personalidade, valores e opiniões, e estabeleçam conexões com comunidades e grupos de interesses similares. Essa autenticidade e necessidade de pertencimento são elementos importantes para uma experiência reflexiva eficaz. No entanto, estímulos como notificações de mensagens, curtidas, comentários e atualizações, podem suscitar uma sensação de dependência e ansiedade, encorajando os usuários a verificar constantemente suas contas.

Figura 4 - Interface visual do Instagram



Fonte: Vecteezy (2022).

A motivação de buscar prazer e aceitação, e de evitar a dor e a rejeição influencia as ações dos usuários, resultando em um comportamento de procura incessante por validação. Recompensas sociais são utilizadas para fomentar o engajamento das pessoas e incentivá-las a retornar à plataforma. Esse sistema pode levar a uma preocupação excessiva com a imagem e a aceitação social, fazendo com que os usuários invistam seu tempo, conteúdo, dados, seguidores e reputação nas redes sociais, o que aumenta a probabilidade de retorno e os torna mais propensos a responder aos próximos estímulos, reiniciando o ciclo de interação.

Outra plataforma de mídia social relevante é o TikTok. Com uma base de usuários em constante crescimento e um formato de conteúdo curto e envolvente, a rede social apresenta tanto oportunidades quanto desafios no que diz respeito à saúde mental dos usuários. A interface visual do aplicativo (FIGURA 5) desempenha um papel efetivo em atrair e reter a atenção dos usuários. Seu design é moderno e intuitivo e, combinado com recursos como a rolagem contínua e a reprodução automática de vídeos, oferece uma experiência de usuário atraente e viciante. A facilidade de uso e a fluidez das interações permitem que os usuários consumam uma grande quantidade de conteúdo em um curto período de tempo, contribuindo para a sua popularidade.

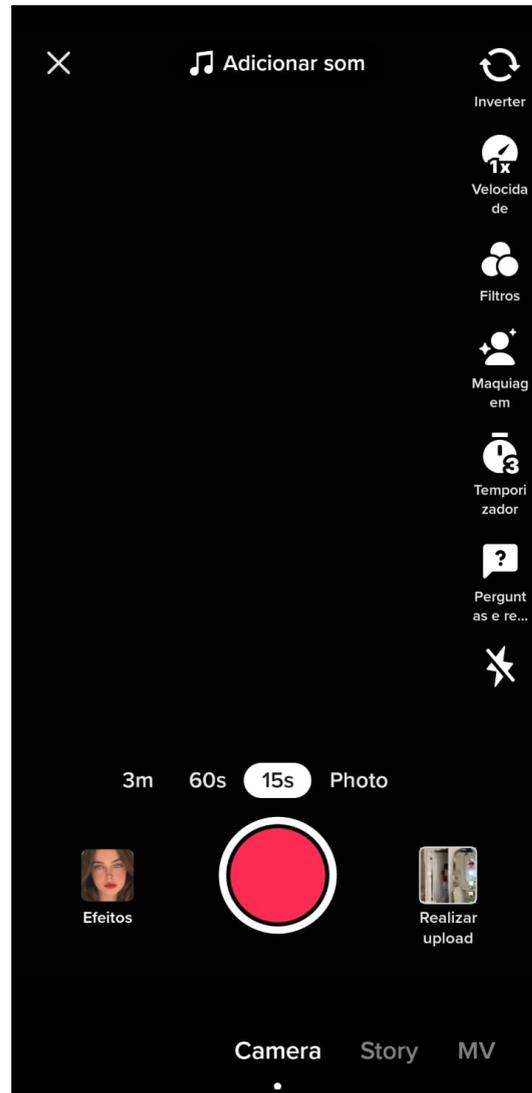
Figura 5 - Interface do Tiktok



Fonte: Autor (2023).

A criação de vídeos também é simplificada por meio de ferramentas de edição fáceis de usar e recursos de áudio e efeitos especiais (FIGURA 6). Isso possibilita que os usuários expressem sua criatividade e construam uma presença digital única.

Figura 6 - Interface de criação de conteúdo do Tiktok



Fonte: Autor (2023).

A capacidade de se conectar com uma ampla audiência e receber feedback instantâneo na forma de curtidas, comentários e compartilhamentos também pode gerar uma sensação de satisfação e validação social. No entanto, assim como outras redes sociais, a plataforma apresenta desafios em relação à saúde mental. O consumo excessivo de conteúdo pode levar a um ciclo de compulsão e distração, prejudicando a concentração e o bem-estar geral. A constante exposição a imagens filtradas e idealizadas, a comparação com outros usuários e a pressão para criar conteúdo viral podem gerar ansiedade e baixa autoestima.

Além disso, a natureza viral do TikTok pode contribuir para a propagação de conteúdo prejudicial, como desafios perigosos ou tóxicos, *bullying online* e

informações falsas. A falta de moderação efetiva pode expor os usuários a situações potencialmente nocivas, afetando negativamente sua saúde mental e emocional. Considerando que o aplicativo é construído para manter a presença e engajamento de seus usuários, é a própria plataforma que deveria assumir a responsabilidade de promover práticas seguras e saudáveis. Isso inclui o desenvolvimento de políticas de moderação rigorosas para combater o conteúdo prejudicial, bem como fornecer recursos de bem-estar digital, como lembretes de tempo de uso e opções de configuração de privacidade. A educação dos usuários sobre as melhores práticas e os recursos disponíveis também é essencial.

Portanto, é essencial adotar uma abordagem crítica e responsável sobre o papel do designer na construção de mídias sociais, tais como o Instagram. É fundamental também que as empresas busquem um equilíbrio entre a criação de experiências envolventes e a proteção da saúde mental dos usuários. Medidas como configurações de controle de tempo, notificações personalizadas e recursos de bem-estar digital podem auxiliar os usuários a gerenciar seu uso e reduzir os impactos negativos na saúde mental. Além das considerações acerca da interface do aplicativo, é importante abordar a questão do lucro e como as empresas podem priorizar seus interesses financeiros.

Empresas buscam maximizar seus lucros e monetizar suas plataformas. Para isso, é de interesse delas empregar estratégias que visam manter a atenção dos usuários e incentivá-los a permanecerem engajados pelo maior tempo possível. Diante dessa realidade, é importante considerar a necessidade de estabelecer limites e regulamentações por parte das autoridades competentes. Embora as empresas possam implementar recursos de bem-estar digital, como restrições de tempo e notificações personalizadas, a responsabilidade de proteger os usuários e garantir uma experiência saudável pode recair sobre os órgãos reguladores e legisladores.

5 BEM-ESTAR DIGITAL: INICIATIVAS EM AÇÃO

Em 2020 foi lançado pela Netflix o documentário “O dilema das redes”, responsável por expor desafios e preocupações relacionados ao funcionamento das redes sociais e plataformas online, em que especialistas em tecnologia falam sobre o impacto disso na humanidade. Nele, ex-funcionários de *big techs* como Google,

Twitter e Facebook, expõem o efeito dessas redes sociais na forma como as pessoas pensam, agem e vivem. Eles revelam os bastidores, abordando tópicos como a coleta de dados e a competição intensa pela atenção dos usuários. O documentário destaca as consequências da personalização excessiva do conteúdo, como a polarização, a desinformação e os impactos na saúde mental dos usuários. Essas questões têm gerado debates sobre a regulação e o papel das plataformas de mídia social na sociedade.

Na primeira parte do documentário, Tristan Harris, ex-designer do Google, traz o relato sobre sua experiência na equipe de produto do Gmail. Ele revela que, pessoalmente, estava viciado no uso da plataforma e percebeu que ninguém da equipe estava preocupado em torná-la menos viciante. Tristan então se perguntou se mais alguém estaria refletindo sobre essa questão, uma vez que nunca havia escutado nenhuma outra pessoa discuti-la. Frustrado com tecnologias em geral, ele ponderou sobre como poderia mudar a indústria de dentro para fora, o que o levou a redigir um manifesto sobre a situação.

No manifesto, Harris aborda o fato de que, pela primeira vez na história, 50 *designers* brancos do sexo masculino, com idades entre 20 e 35 anos, na Califórnia, estavam tomando decisões que impactavam milhões de usuários das plataformas. Essas pessoas teriam pensamentos que não teriam naturalmente, pois os designers decidiam como as notificações apareceriam na tela quando as pessoas pegassem seu celular pela manhã. Harris argumenta que o Google deveria ter responsabilidade moral em resolver esse problema. Ele compartilhou seu manifesto para 20 colegas de trabalho, entretanto, ao chegar ao trabalho no dia seguinte, percebeu que a maioria das pessoas estavam com o notebook aberto visualizando a apresentação que havia preparado. Durante o dia, recebeu vários comentários e e-mails de pessoas que concordavam com suas preocupações e compartilhavam suas próprias experiências, além de estarem entusiasmadas em fazer algo a respeito.

Harris sentiu que estava iniciando algo como uma revolução e dentro da empresa foi criado um momento cultural em que pessoas acreditavam que o Google deveria levar isso a sério. Entretanto, passou o tempo e nada mudou. Esse relato traz à tona a reflexão sobre como questões polêmicas e relevantes acabam se perdendo no cotidiano devido à imensa quantidade de informações às quais a sociedade está exposta. Uma solução para isso seria trazer a problemática para o

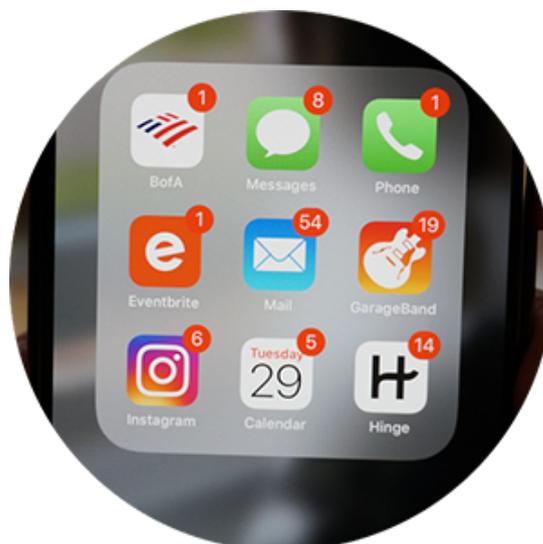
cotidiano, funcionando como um lembrete quase diário da sua importância, de forma a evitar que se esqueçam.

A partir do manifesto gerado por Tristan Harris dentro da Google em 2013, foi fundado o Center of Humane Technology em 2018, empresa independente sem fins lucrativos responsável também pelo documentário citado anteriormente. O centro foca em ir além dos efeitos negativos das redes sociais, trabalhando também em expor elementos impulsionadores por trás de todas as tecnologias que influenciam em pensamentos, comportamentos e ações. Eles entendem que compreender como a tecnologia pode ser prejudicial, contribui em trabalhar para construir um futuro mais humano.

O site da empresa apresenta quais problemas chave guiam suas pesquisas, começando por uma visão geral sobre as gerações futuras, atenção e saúde mental, funcionamento democrático, pesquisa de danos, ciência neural e o lado obscuro das redes sociais. Ele conta também com soluções para tecnologistas, educadores e pais, disponibilizando ferramentas como cursos, podcasts, blog e *toolkits*. Entretanto, todo material é em inglês, não havendo possibilidade de tradução, o que torna o material pouco acessível a brasileiros, que segundo o British Council tem apenas 1% da população fluente em inglês e 5% da população com conhecimentos intermediários da língua.

Um recurso relevante é o Toolkit Take Control, em que a plataforma oferece um guia passo a passo de ações que são possíveis de serem tomadas para favorecer o bem-estar digital e retomar o controle sobre o tempo. Entre as ações, estão: desligar notificações, uma vez que a cor vermelha funciona de gatilho que instantaneamente atrai atenção (FIGURA 7). Também é recomendada a remoção de aplicativos “tóxicos”, que são aqueles que lucram a partir do vício, distração, polarização e desinformação. Os exemplos citados são Facebook, TikTok, Snapchat e Instagram.

Figura 7 - Captura de tela com número de notificações dos aplicativos



Fonte: Center of Humane Technology (2021).

Embora acreditem que não seja possível resolver os problemas das tecnologias com mais tecnologia, o *toolkit* apresenta dicas de ferramentas que podem ajudar. Isso inclui a redução da exposição à luz azul (possível nos próprios sistemas iOS e Android), monitoramento do tempo de tela (também disponível nos próprios sistemas), diminuição da distração por meio do News Feed Eradicator, prática de *mindfulness* com o Insight Timer, entre outros recursos.

No mesmo conteúdo, são abordados dois pontos importantes: a necessidade de eliminar discursos de ódio da exposição diária e a recomendação de seguir vozes com as quais se discorda. O último ponto é especialmente relevante, uma vez que as redes sociais tendem a fornecer conteúdos com os quais previamente se concorda, com o objetivo de manter pessoas online por mais tempo, o que dificulta a capacidade de interagir com pessoas que possuem opiniões diferentes. Portanto, é importante estar disponível para se expor a diferentes perspectivas.

Além disso, o material apresenta outras recomendações para lidar com os impactos negativos das mídias sociais, como desenvolver empatia e estabelecer limites como não utilizar as redes sociais pela manhã ou manter os celulares desligados durante o jantar e até mesmo adotar alarmes analógicos. Por último, o *Toolkit* sugere escolher um dia por semana para desconectar completamente.

Segundo Purohit *et al.* (2020), diante dos 210 milhões de pessoas em todo o mundo que sofrem com vício em redes sociais e da busca constante por atenção

das grandes empresas de tecnologia, os autores concordam que é fundamental compreender os princípios subjacentes que podem levar ao vício, a fim de mitigá-lo. Considerando que as plataformas utilizam Digital Nudges, ou seja, recursos de design que influenciam as decisões dos usuários, os autores acreditam que a mesma estratégia pode ser adotada para direcionar a promoção do bem-estar.

Purohit *et al.* apresentaram Digital Nudges específicos que podem ser utilizados por designers para mitigar as características viciantes das redes sociais. Além disso, a implementação desses *nudges* foi colocada em prática em uma nova extensão do Chrome chamada NUDGE. Apesar da extensão ser utilizada no navegador desktop, é importante analisar estes dados já que aplicativos fazem uso dos mesmos gatilhos. O estudo considerou quatro principais características presentes na construção das plataformas sociais para sua elaboração:

- Gatilhos: presentes nas notificações de mensagens, likes, comentários atualizações nas redes, entre outros;
- Ações: a partir do gatilho, quando há motivação suficiente, ocorre uma ação. Essas ações geram navegação, postagem, comentários e reações. A motivação para buscar prazer, aceitação social e evitar dor e rejeição social são fatores que influenciam as ações dos usuários;
- Recompensa: o sistema de recompensas aos usuários após ações realizadas mantém o engajamento nas plataformas de mídia sociais, oferecendo recompensas sociais. Isso os incentiva a retornarem e permanecerem interagindo;
- Investimento: o investimento dos usuários nas plataformas de mídia social, por meio de conteúdo, dados, seguidores e reputação, aumenta a probabilidade de seu retorno. Esse investimento torna mais provável que eles respondam aos próximos gatilhos e reiniciem o ciclo de interação.

Levando em consideração esses quatro pontos, os autores propuseram que um design para desintoxicação digital deveria abordar os gatilhos, ocultando notificações e dificultando o acesso aos aplicativos, limitar as ações dos usuários, criando obstáculos para a interação, reduzir o sistema de recompensas por meio de lembretes constantes de pausa e *feedbacks* sobre o tempo de uso da tela, e diminuir o investimento, sendo que um *Nudge* para facilitar o processo de deixar de seguir

amigos, grupos e páginas, automatizando-o, pode reduzir a motivação para passar tempo nas redes sociais.

Após o desenvolvimento da extensão, foi realizada uma avaliação preliminar da extensão com 67 usuários reais e 14 estudantes que avaliaram sua usabilidade e eficácia. Os resultados preliminares do estudo mostraram que designers podem projetar e direcionar *nudges digitais* para combater a dependência, fazendo uso de uma abordagem de design contraintuitiva para diminuir a usabilidade das plataformas. Usuários que testaram acreditam que a extensão diminuiu o tempo de uso e também tornou a experiência na plataforma mais agradável.

O aplicativo Minimalist Phone é uma ferramenta projetada para transformar o smartphone em um dispositivo minimalista (FIGURA 8), ajudando a reduzir o tempo gasto na tela e o uso excessivo do celular. Com recursos inteligentes, ele tem como objetivo promover hábitos produtivos e aumentar a concentração, permitindo que o usuário se livre das distrações digitais e mantenha o foco em suas atividades importantes.

Figura 8 - Interface do celular com o uso do Minimalist Phone



Fonte: Minimalist phone (2019).

Uma das principais características da ferramenta é a capacidade de bloquear qualquer outro aplicativo em seu telefone. Isso significa que é possível selecionar quais deles mais consomem tempo e definir limites para o uso. Ao bloqueá-los, o Minimalist Phone ajuda a evitar a tentação de abri-los repetidamente e se envolver em uma rolagem sem rumo, onde o indivíduo passa horas em redes sociais ou navegando na web sem um propósito claro.

Além disso, o aplicativo também oferece recursos para filtrar notificações. Com tantas notificações competindo pela atenção, é fácil se distrair e interromper o fluxo de trabalho ou outras atividades importantes. O Minimalist Phone permite que sejam definidas quais notificações receber e quais filtrar. Dessa forma, é possível priorizar as informações relevantes e evitar ser constantemente interrompido por notificações desnecessárias. No entanto, é importante lembrar que o aplicativo é uma ferramenta e, por si só, não resolverá todos os problemas de uso excessivo do celular ou distração digital.

Em resumo, o aplicativo Minimalist Phone oferece recursos para transformar o telefone em um dispositivo minimalista, reduzindo o tempo de tela e o uso excessivo do celular. Ele ajuda a bloquear aplicativos e filtrar notificações, promovendo hábitos produtivos, concentração, foco e *mindfulness*. Ao adotar essa abordagem é possível encontrar um equilíbrio saudável entre a tecnologia e a vida cotidiana.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na era digital, a atenção é um recurso disputado e escasso devido à quantidade de informações e estímulos constantemente disponíveis. Nesse contexto, as redes sociais desempenham um papel significativo ao competir pela atenção dos usuários. O consumo excessivo dessas plataformas tem sido associado a diversos problemas de saúde mental, como ansiedade e depressão. As empresas que desenvolvem as redes sociais utilizam conhecimentos em Experiência do Usuário e Design de Interfaces para criar estratégias que mantenham os usuários engajados por longos períodos de tempo. Isso é conhecido como economia da atenção, onde o objetivo é capturar e reter a atenção dos usuários para gerar receitas através de anúncios e outras formas de monetização. Essas estratégias incluem notificações constantes, algoritmos de recomendação personalizados e elementos de design que estimulam a interação contínua.

Diante desses desafios, torna-se necessário elaborar mais pesquisas sobre os efeitos do uso excessivo de redes sociais na saúde mental. Compreender melhor como o engajamento prolongado afeta o bem-estar emocional e psicológico dos usuários é fundamental para desenvolver estratégias de intervenção e prevenção. Além disso, é importante criar uma base teórica sólida que explique os mecanismos por trás desses efeitos negativos, bem como abrir caminho para pesquisas futuras que possam aprofundar esse conhecimento.

Diante da urgência desse tema, é essencial capacitar os usuários a fazerem escolhas informadas em relação ao seu uso das redes sociais, enquanto medidas maiores não são tomadas por autoridade. Isso envolve desenvolver habilidades de autorregulação, estabelecer limites saudáveis para o tempo gasto nessas plataformas e promover um equilíbrio consciente entre a tecnologia e o bem-estar mental. Além disso, é necessário que as empresas de redes sociais assumam a responsabilidade de criar ambientes mais saudáveis, fornecendo opções para limitar o consumo excessivo e oferecendo recursos de bem-estar digital aos usuários.

REFERÊNCIAS

ALTER, Adam. **Irresistível**: Por que você é viciado em tecnologia e como lidar com ela. Traduzido por Cássio de Arantes Leite. Editora Objetiva, 2018.

ALUTAYBI, Aarif; ARDEN-CLOSE, Emily; MCALANEY, John; STEFANIDIS, Angelos; PHALP, Keith; ALI, Raian. How Can Social Networks Design Trigger Fear of Missing Out? **2019 IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics (SMC)**, IEEE, Bari, Italy, 2019. Disponível em <https://ieeexplore.ieee.org/document/8914672>. Acesso em: 29 mai. 2023.

BRASIL. Plenário do Senado Federal. **Projeto de Leiº 2630**, de 2020 (Lei das Fake News). Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 29 mai. 2023.

BRITISH COUNCIL. **Demandas de Aprendizagem de Inglês no Brasil**. São Paulo, Brasil, 2014. Disponível em https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/demandas_de_aprendizagem_pesquisacompleta.pdf. Acesso em 19 jun. 2023.

CENTER OF HUMANE TECHNOLOGY. Center of Humane Technology, 2021. Página inicial. Disponível em: <https://www.humanetech.com/>. Acesso em 11 jun. 2023.

DATAREPORTAL. **Digital 2023: Global Digital Overview**. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 11 jun. 2023.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. Tradução: Raquel Abi-Sámara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HADAR, Aviad; HADAS, Itay; LAZAROVITS, Avi; ALYAGON, Uri; ELIRAZ, Daniel; ZANGEN, Abraham. **Answering the missed call**: Initial exploration of cognitive and electrophysiological changes associated with smartphone use and abuse. Department of Life Science and the Zlotowski Centre for Neuroscience, Ben-Gurion University, Beer-Sheva, Israel, 2017.

INTERACTION DESIGN FOUNDATION. **Persuasive Design**: Your constantly-updated definition of Persuasive Design and collection of topical content and literature. 2016. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/persuasive-design>. Acesso em: 11 jun. 2023.

KANE, Lexie. **The Attention Economy**. Nielsen Norman Group, 2019. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/attention-economy/>. Acesso em 11 jun. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MINIMALIST PHONE. Minimalist phone: reduce your screen time. Disponível em <https://www.minimalistphone.com/>. Acesso em 19 jun. 2023.

NETLAB. **A Guerra das Plataformas Contra o PL 2630**. UFRJ, 2023. Disponível em: <https://www.netlab.eco.ufrj.br/blog/a-guerra-das-plataformas-contra-o-pl-2630>. Acesso em 11 jun. 2023.

NETO, Felipe. **A armadilha do autoplay nas redes sociais**. JOTA, 2023. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-armadilha-do-autoplay-nas-redes-sociais-02052023>. Acesso em 11 jun. 2023.

NORMAN, Donald. **Design emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Tradução: Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

O DILEMA DAS REDES. Direção: Jeff Orlowski. Estados Unidos: Netflix, 2020.

ONU NEWS. **Felipe Neto fala ao Podcast ONU News sobre futuro da era digital, jovens e regulação da internet**. Youtube, 12 mai. 2023. Disponível em: <https://youtu.be/byEbTtpTwp4>. Acesso em 11 jun. 2023.

SOUZA, Karlla; CUNHA, Mônica. **Impactos das redes sociais digitais na saúde mental de adolescentes e jovens**. In: WORKSHOP SOBRE AS IMPLICAÇÕES DA COMPUTAÇÃO NA SOCIEDADE (WICS), 1. , 2020, Cuiabá. Anais [...]. Porto Alegre:

Sociedade Brasileira de Computação, 2020 . p. 49-60. ISSN 2763-8707. Disponível em: <https://doi.org/10.5753/wics.2020.11036>. Acesso em 11 jun. 2023.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. *In* DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VECTEEZY. Vetores por Vecteezy. Disponível em: <https://pt.vecteezy.com/arte-vetorial/13734169-telas-de-modelo-de-aplicativo-de-maquete-do-instagram-no-conjunto-de-vetores-de-iphone-da-apple-nova-interface-de-atualizacao-do-instagram-em-smartphone-realista-perfil-foto-mensagem-historia-texto-e-ditavel-e-quadros-em-branco-vetor-de-estoque>. Acesso em 11 jun. 2023.