

Projeto por

**TACTICAL
TECH**

Com apoio



Cofinanciado pela
União Europeia

Em colaboração com



POLITECNICO
MILANO 1863

SCUOLA DEL DESIGN
DIPARTIMENTO DI DESIGN

**D E N -
S I T Y
G N +**

Design da exibição por



**TACTICAL
TECH**



RECOMPENSAS PARA TUDO

Todos nós conhecemos aquele sentimento caloroso de quando alguém curte a sua publicação. Táticas simples de design podem alimentar esse sentimento de validação, mesmo que seja saber que alguém está digitando uma resposta.



A Bolha de Digitação

Uma bolha animada que indica alguém digitando em tempo real, o que gera antecipação.



A Receita do Visto-por-Último

Enviado / Recebido / Lido. Pistas visuais para mostrar o status de uma mensagem.



A 'Caixa de Saque' ("Loot Box")

Moeda de jogo ou que pode ser trocada por um retorno aleatório e possivelmente raro.



A Curtida

Seja um polegar para cima ou um coração, esses recursos são os maiores estimuladores de dopamina.

Você consegue pensar em um aplicativo que use um desses truques de design?



FAZER VOCÊ SE EMOCIONAR

Conteúdos que te dão medo, nojo, espanto, raiva ou ansiedade ganham cliques e são mais prováveis de viralizar – sejam eles verdadeiros ou falsos. Seja avaliações de produtos, notícias sobre o fim de relacionamento de celebridades ou dicas práticas, a internet é feita para esses mini pedaços de informação.



O Click Bait (“isca de cliques”)

O uso de títulos exagerados, sensacionalistas, desonestos ou inventados feitos para fazer você clicar e compartilhar.



O Teste A/B

Conteúdos diferentes podem ter efeitos diferentes em leitores. Os testes A/B rastreiam interação e fazem ajustes em títulos, layouts, designs e conteúdo com base naquilo que recebe mais atenção.



O Meme Viral

Uma combinação de imagem e texto, criada para rápidos compartilhamentos. Cativantes, hilárias, ultrajantes ou fofas, elas provocam uma reação e prendem sua atenção.

Você consegue pensar na última vez que compartilhou alguma coisa porque ela fez você pensar “Uau!”?



FAZER VOCÊ SENTIR QUE ESTÁ PROGREDINDO

Você quer ser mais popular? Quantificar amigos e interações significa que você naturalmente gastará mais tempo tentando expandir seu círculo social.



A Contagem dos Seguidores

Uma forma simples de exibir a popularidade em uma plataforma. Pouco é feito para diferenciar pessoas que você conhece e com quem se importa de pessoas que você não lembrará amanhã.



O Medidor de Experiência

Uma contagem de progresso em aplicativos de mídia social e jogos de interpretação de papéis que mostram a dedicação à plataforma.



A Publicação Impulsionada

Viral ou não, reblogar, retuitar ou ter seu conteúdo compartilhado por outras pessoas é uma das formas mais fortes de indicar aceitação social.

Você já compartilhou algo que viralizou?



GERAR “MEDO DE PERDER ALGUMA COISA”

Seja passando tempo com amigos, online ou em um jogo, você quer se sentir parte. Programar aplicativos como centros de socialização, com todas as tendências e os desafios da vida cotidiana, significa que você vai querer se envolver.



A Nova Tendência

Definir novas tendências com um aplicativo, como figurinhas, filtros ou recompensas, gera taxas de inscrição mais elevadas e aumenta a popularidade.



O Indicador Online

Uma pista visual para mostrar que outros estão disponíveis e ativos online – mesmo que este não seja o caso.



A Sequência

Uma ferramenta que mede o engajamento e a lealdade contínuos. Sequências mais longas são recompensadas com visibilidade e geram pressão para competir. Perca sua sequência e terá que recomeçar.

Você já ficou em seu celular por tempo demais porque não queria perder sua sequência?



FAZER COM QUE TUDO PAREÇA URGENTE

Sons e movimentos podem criar um forte senso de urgência. Você pode se encontrar especialmente sensível a alertas, vibrações e visuais.



O Alerta Sonoro

Um toque, um grasnado ou uma vibração alta; cutucadas sônicas exigem atenção.



A Notificação Inteligente

Um alerta que responde diretamente às suas necessidades e cronogramas, treinado por aprendizado mecânico e inteligência artificial, maximiza as chances de você responder.



O Relógio Inteligente (Smartwatch)

Mandar notificações para diversos dispositivos, como um smart watch (relógio inteligente), significa que as notificações nunca estão longe de você e sempre no fundo da sua mente.

Quando foi a última vez que você checkou seu telefone porque ele vibrou?



FACILITAR A CONTINUAÇÃO

Não existe beco sem saída na internet. O design sem atrito, combinado com o conteúdo sem fim, significam que você pode ficar online por horas, mesmo sem pensar nisso.



O Play Automático

Um gerador de conteúdo automático e sob medida que oferece algo novo antes que você tenha a chance de recusar.



O Checkpoint

Conquistas em jogos e aplicativos (como uma sequência de uso ou de nível) criam um desejo de continuar.



A Lista Infinita

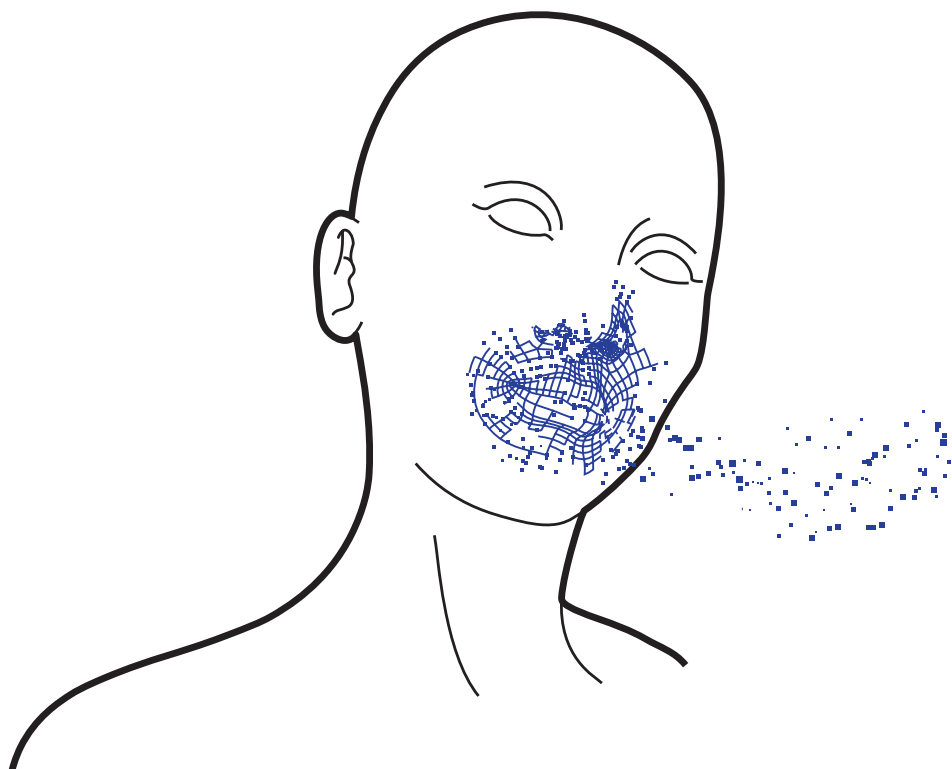
Popular dentre os aplicativos de rede social, o feed de conteúdo sem fim que garante um envolvimento semelhante ao transe.



Puxe para Atualizar

Uma técnica de puxar e soltar usada em jogos de caça-níqueis que se traduz perfeitamente na tela do smartphone.

Quando foi a última vez que você deslizou e rolou sem perceber?



SUA FALA

No mundo digital, o movimento da sua boca pode ser alterado, o som da sua voz pode ser replicado e o conteúdo da sua fala também pode ser embelezado. Sua boca é como uma tela em branco que pode ser usada para expressar literalmente qualquer coisa. Existe algo que você não gostaria que as pessoas pensassem que você disse? Ou que você gostaria de dizer, mas não consegue? A tecnologia “deepfake” pode mudar tudo isso.

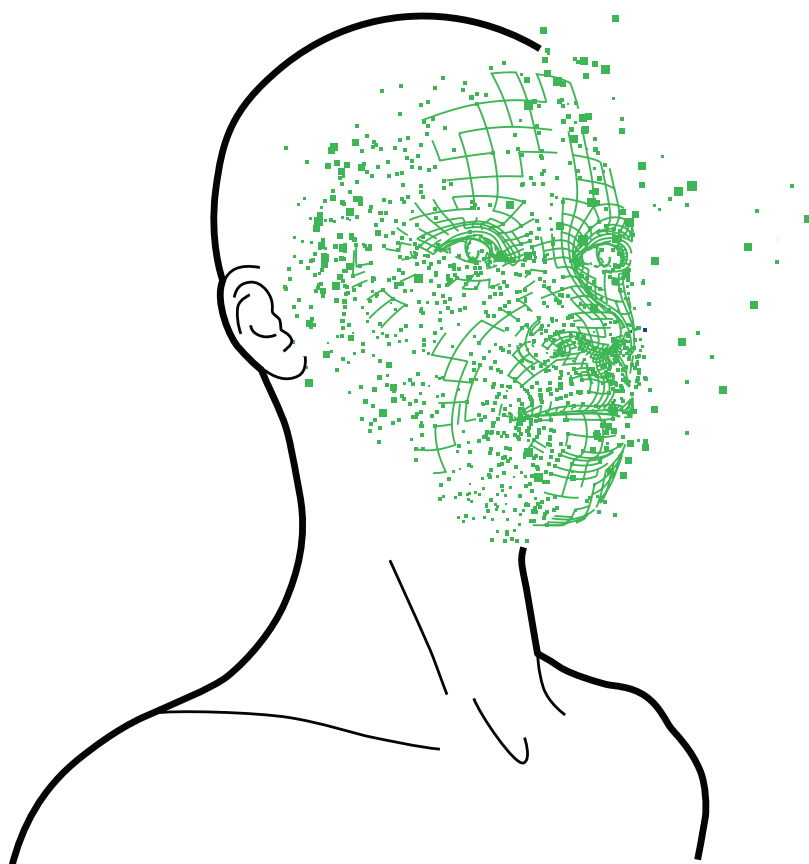
Na Índia, no início de 2020, um político local fez um vídeo deepfake de si mesmo, distribuído em grande escala no WhatsApp, parecendo falar um idioma que desconhecia.



SEU CORPO

Vídeos “deepfake” conseguem mostrar você se movendo de várias maneiras: seus braços, pernas ou mesmo seu corpo inteiro podem exibir façanhas que você normalmente não conseguiria. Essa tecnologia pode ser divertida, mas também pode ser utilizada por terceiros, para fazer seu corpo realizar coisas que você nunca fez.

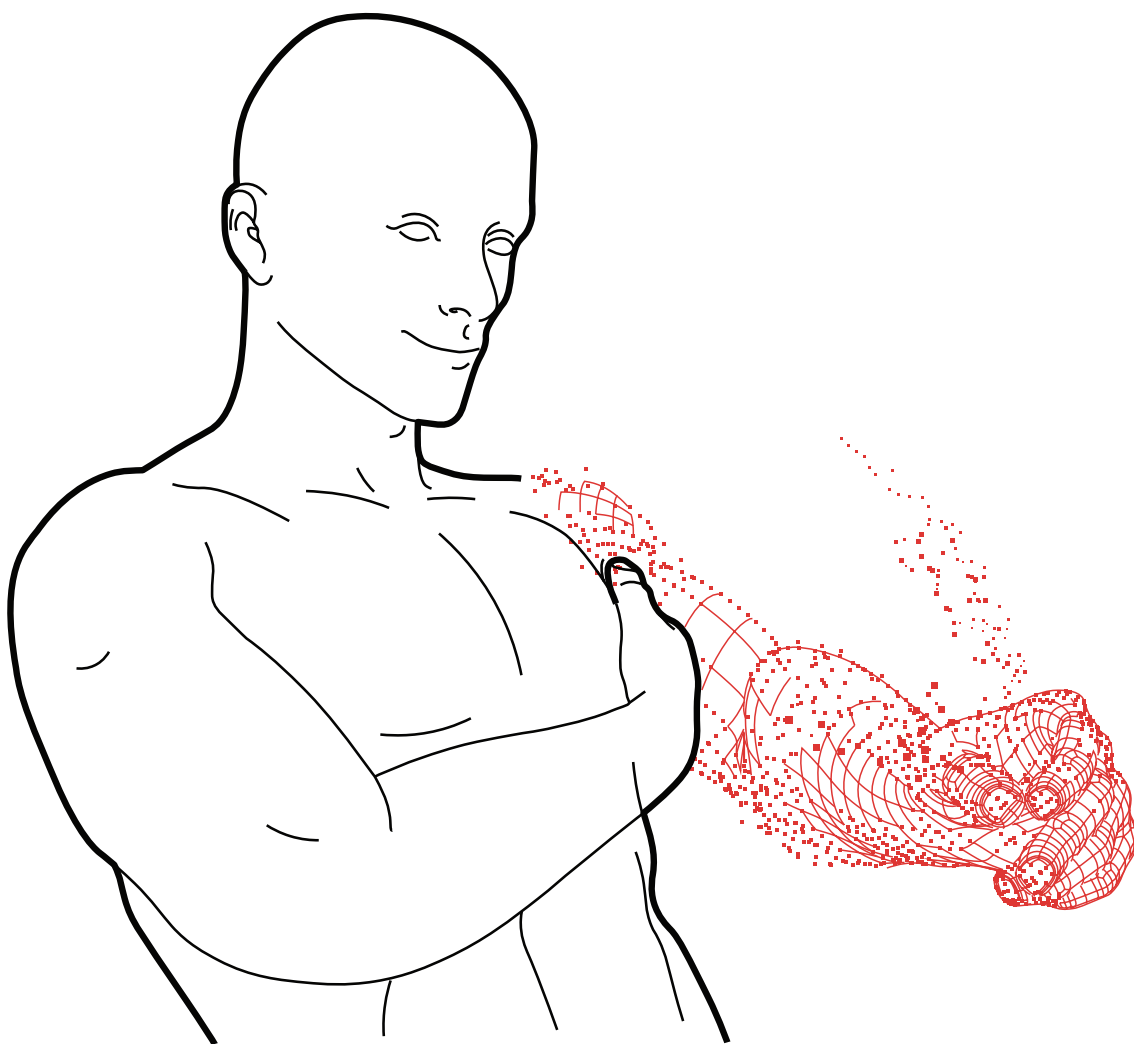
Estudos recentes da Universidade da Califórnia, em Berkeley, demonstram como algoritmos de “Deep Learning” (Aprendizagem Profunda) transferem movimentos de dançarinos profissionais para o corpo de amadores. Essa mesma tecnologia é usada por algumas empresas de publicidade, em propagandas personalizadas para diferentes usuários, disponibilizando tipos de corpo e movimentos específicos segundo suas preferências online.



SEU ROSTO

Em redes sociais, filtros de vídeo divertidos conseguem trocar seu rosto pelo de um animal fofo ou de sua estrela de filmes favorita, ou mesmo transportar sua face para diferentes cenários.

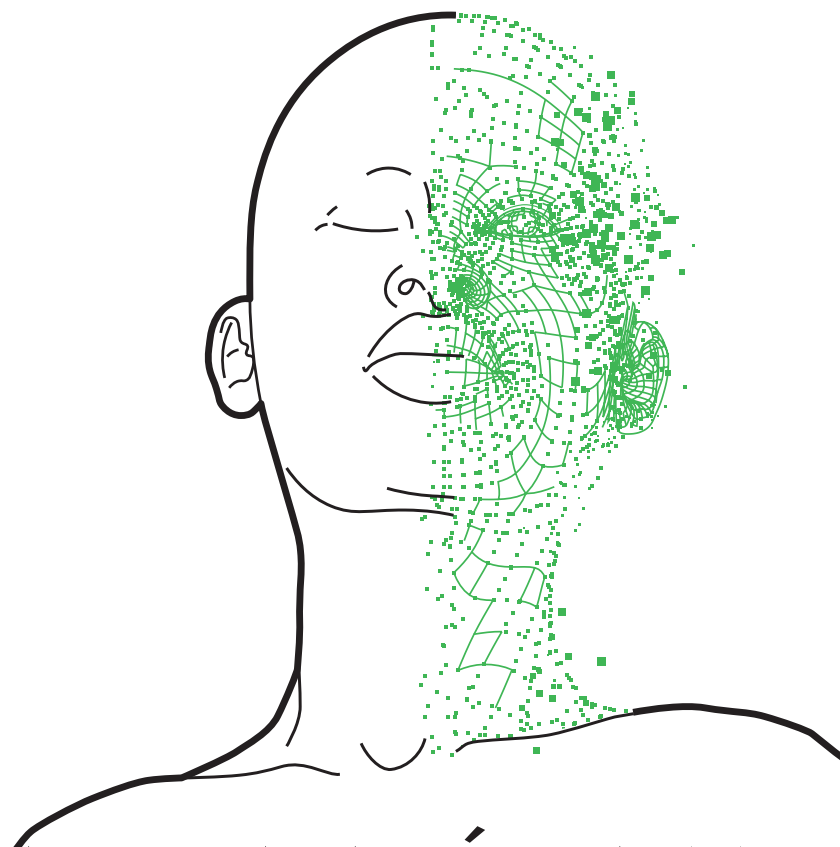
Hoje, mais de 95% desses “deepfakes” colocam, nos corpos de outres, rostos de pessoas em posições desagradáveis e comprometedoras. Considere cenários da vida real para onde você não gostaria de ser transferido, como festas e protestos, ou mesmo tumultos em que você nunca esteve.



SUA PERSONALIDADE

Ações automatizadas como o autopreenchimento já nos ajudam a enviar respostas rápidas ou a preencher formulários, sem que pensemos no que fazer ou no que falar – mas como isso muda quem somos para os outros?

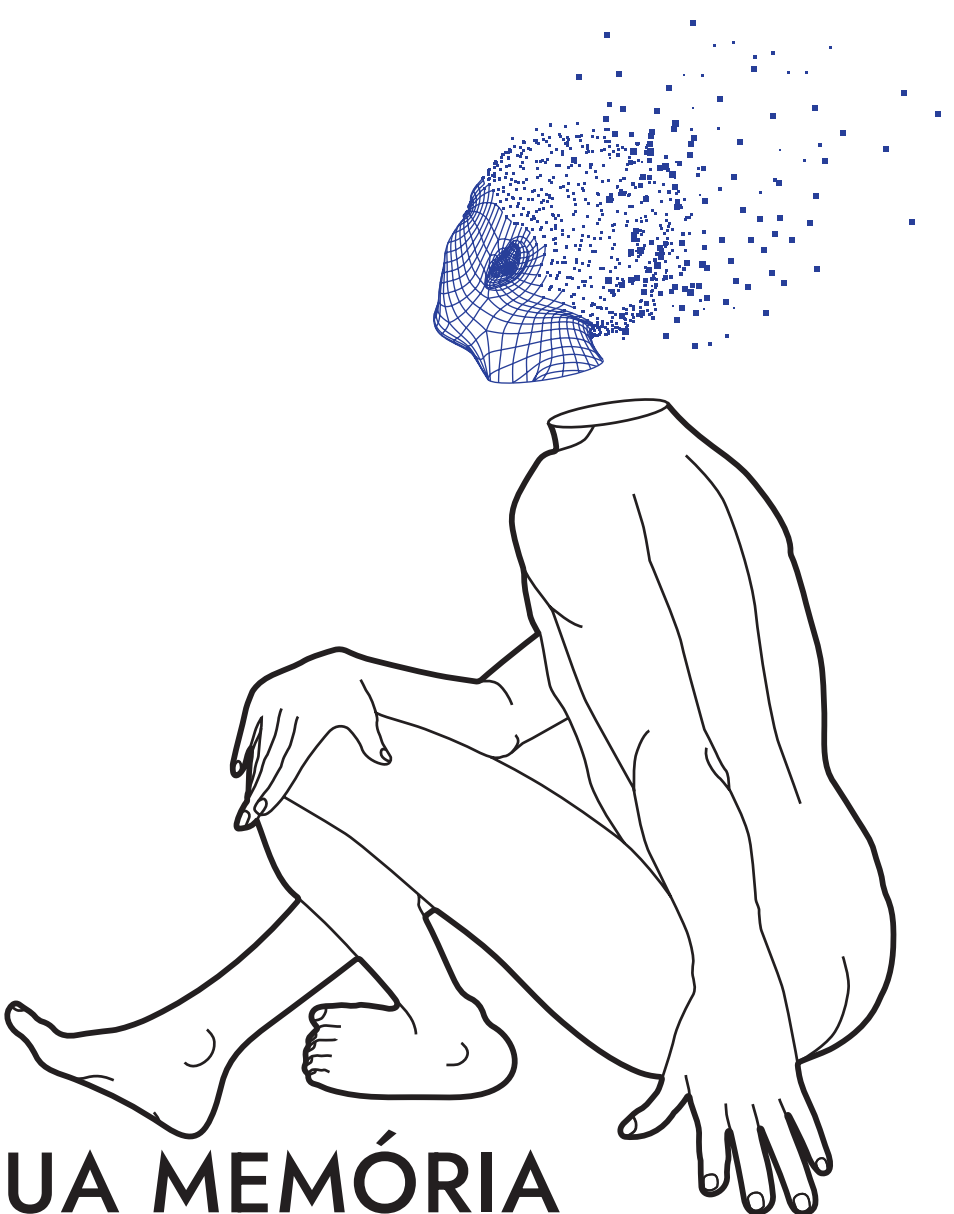
A função Smart Compose do Gmail consegue escrever praticamente qualquer coisa em seu nome, imitando seu estilo de escrita: ele consegue terminar seus e-mails, responder a seus colegas ou familiares; pode até mesmo flertar por você.



SUA VIDA APÓS A MORTE

Será que, afinal, acabaremos nos acostumando a criar versões digitais de nós mesmos, de diferentes períodos de nossas vidas, com a mesma facilidade que enviamos nosso DNA para serviços de genealogia ou que criamos um modelo de impressão realista 3D? Conseguiremos nos tornar digitalmente disponíveis para sempre?

Na indústria cinematográfica, o uso de humanos ampliados digitalmente, como a Carrie Fisher digital no filme *Rogue One: Uma História Star Wars* (2016), pode se tornar a norma. Pense nos hologramas usados para criar novas performances “ao vivo” de artistas falecidos. Como seria seu vídeo futuro após sua morte?

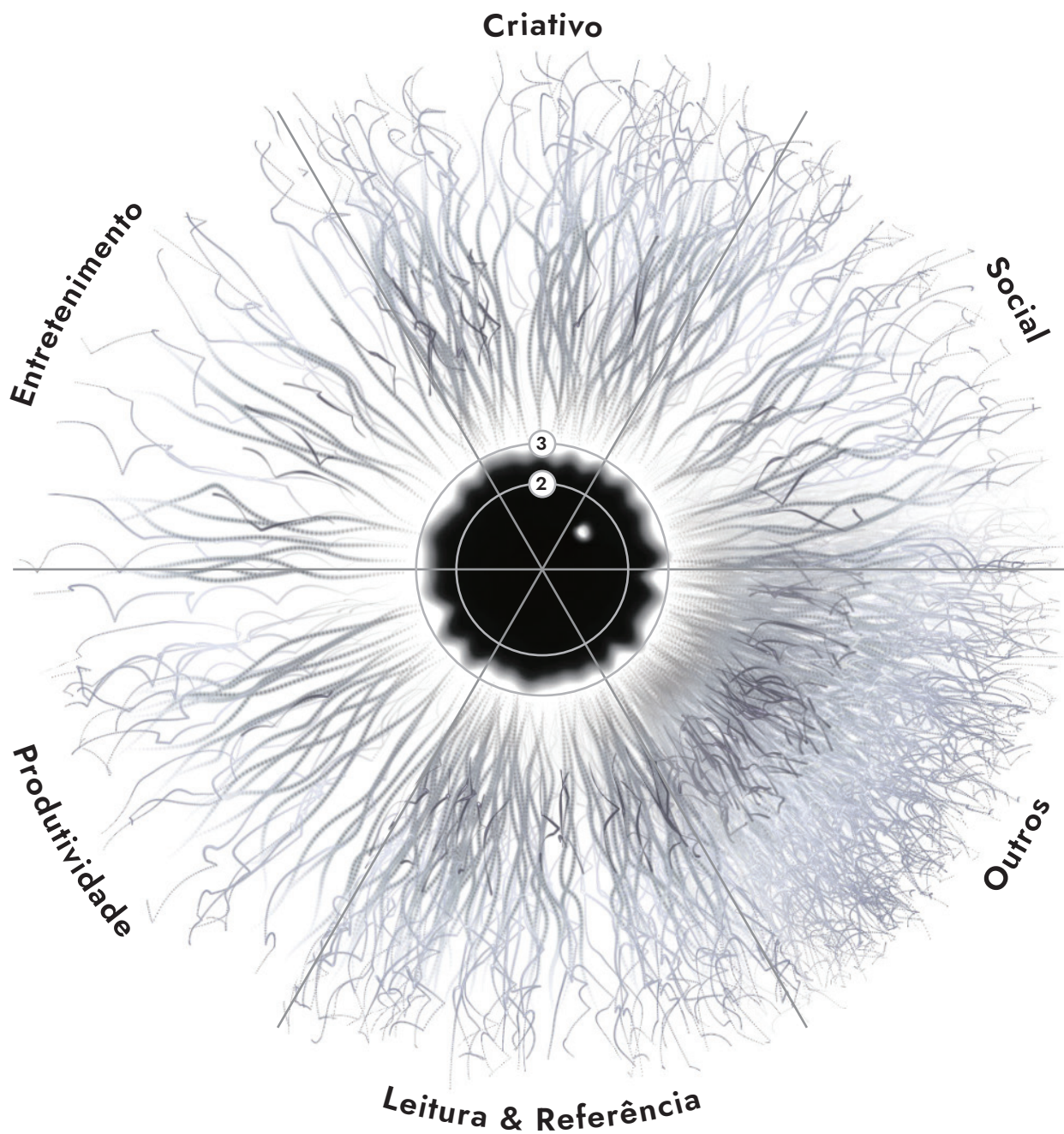


SUA MEMÓRIA

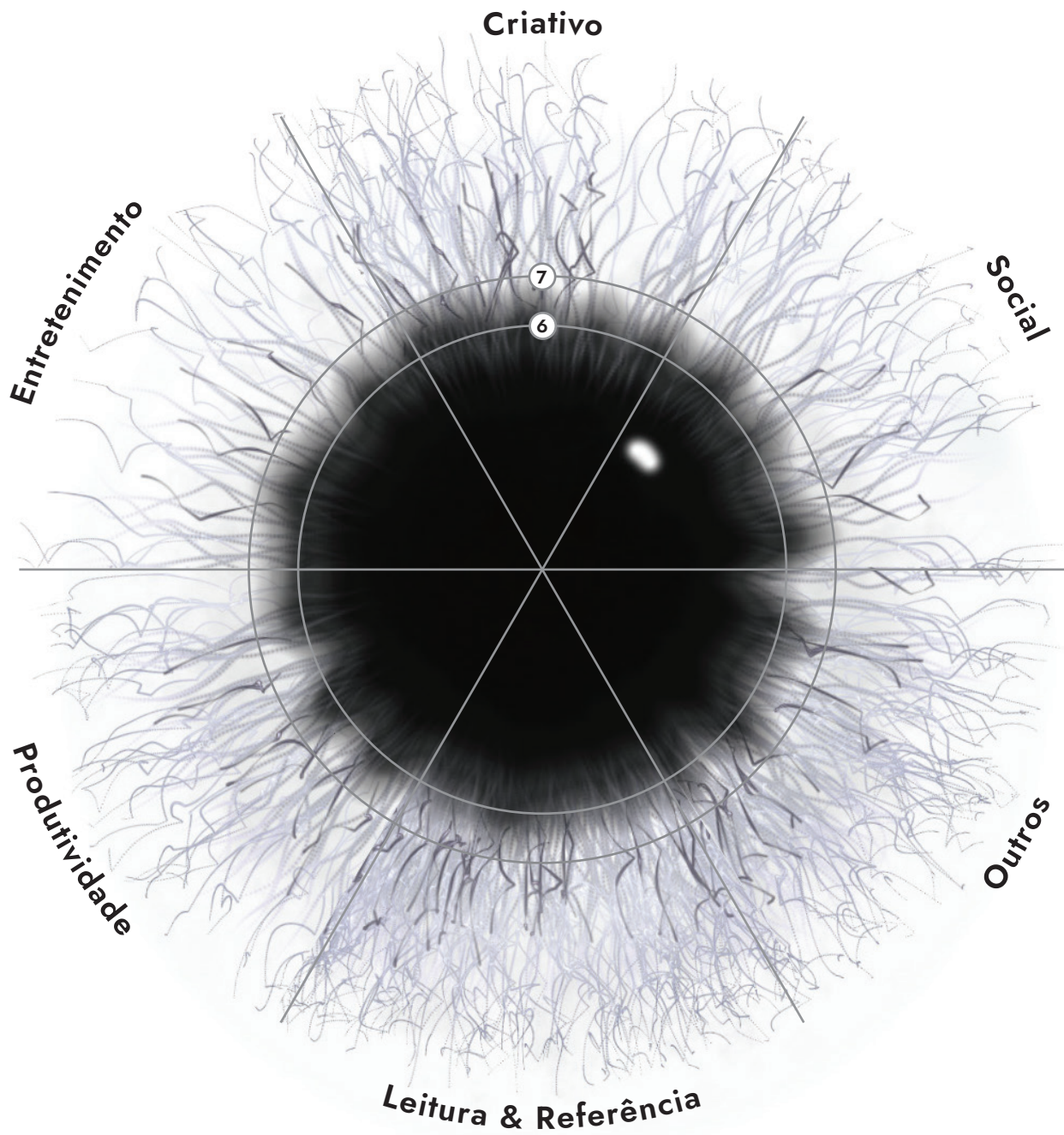
Parece não haver limites nas formas de melhorar como nos apresentamos aos outros. Na verdade, nem precisamos ser nós mesmos. Você sempre tem certeza de que a pessoa que você está vendo em um vídeo é real?

O projeto “thispersondoesnotexist.com” (“essapessoanãoexiste”) mostra como é fácil criar perfis humanos realistas, mas falsos. O que acontecerá se começarmos a ver vídeos de pessoas participando em eventos políticos que nunca aconteceram?

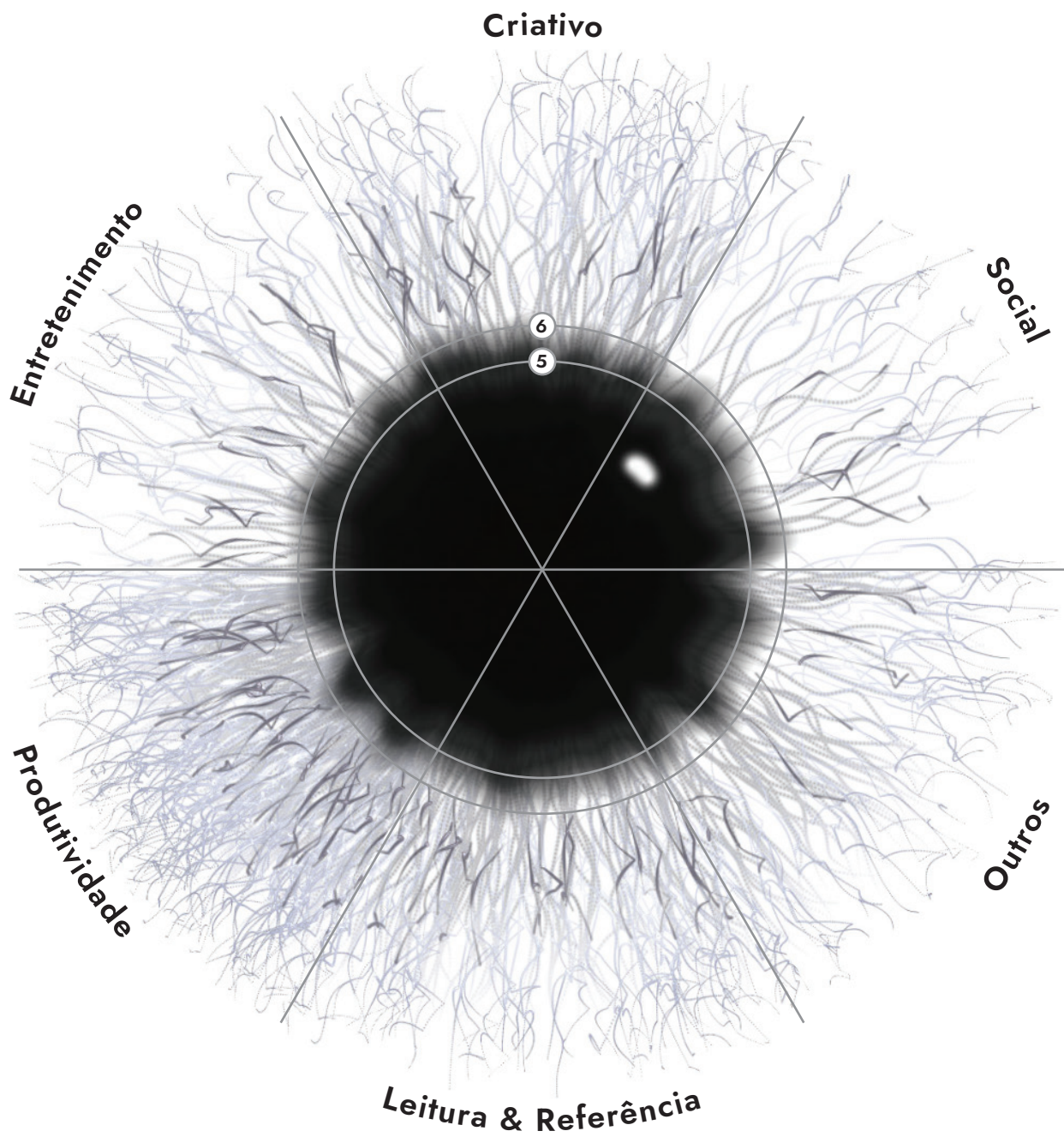
MENOS DE 18 ANOS



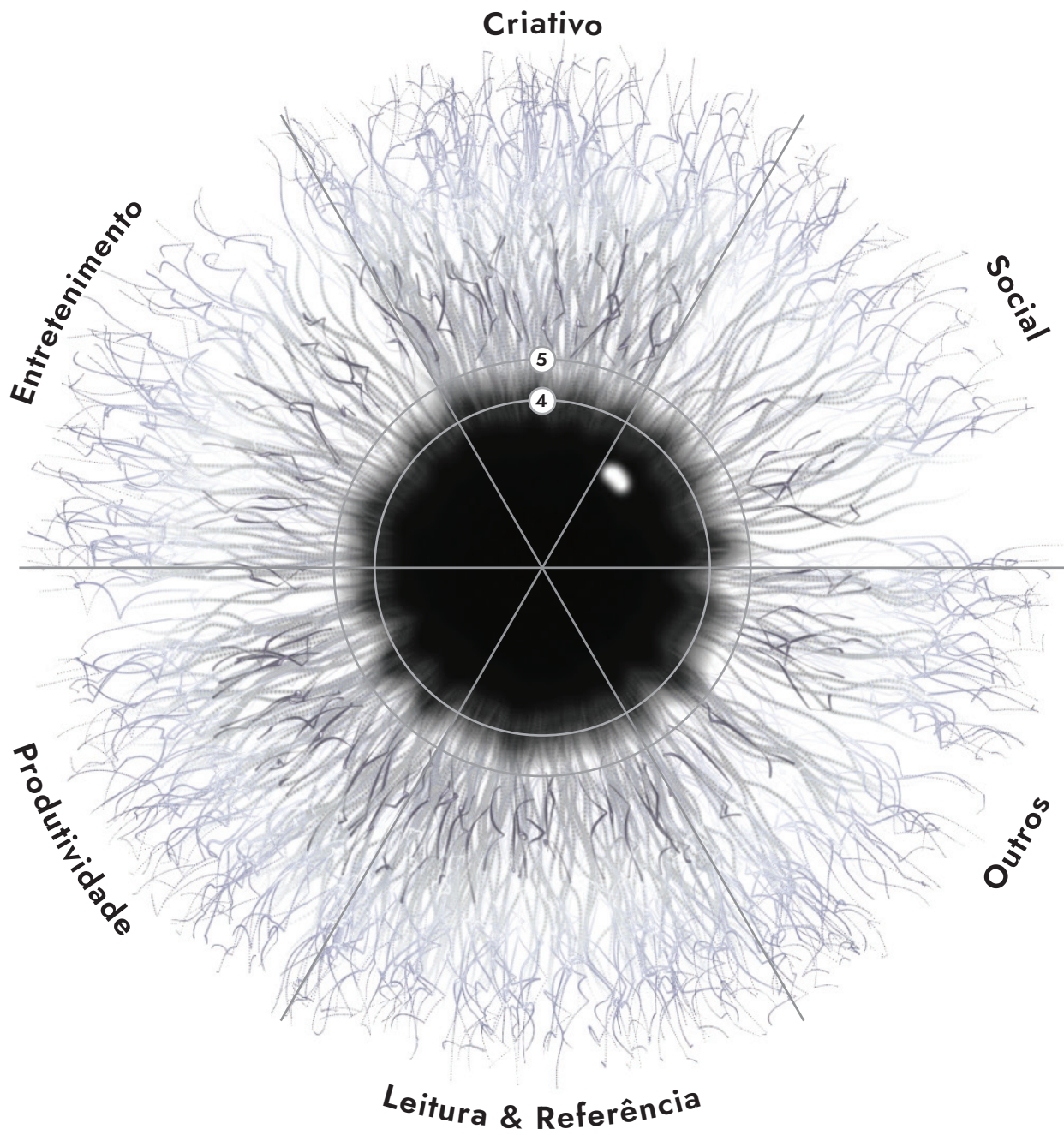
19–24 ANOS



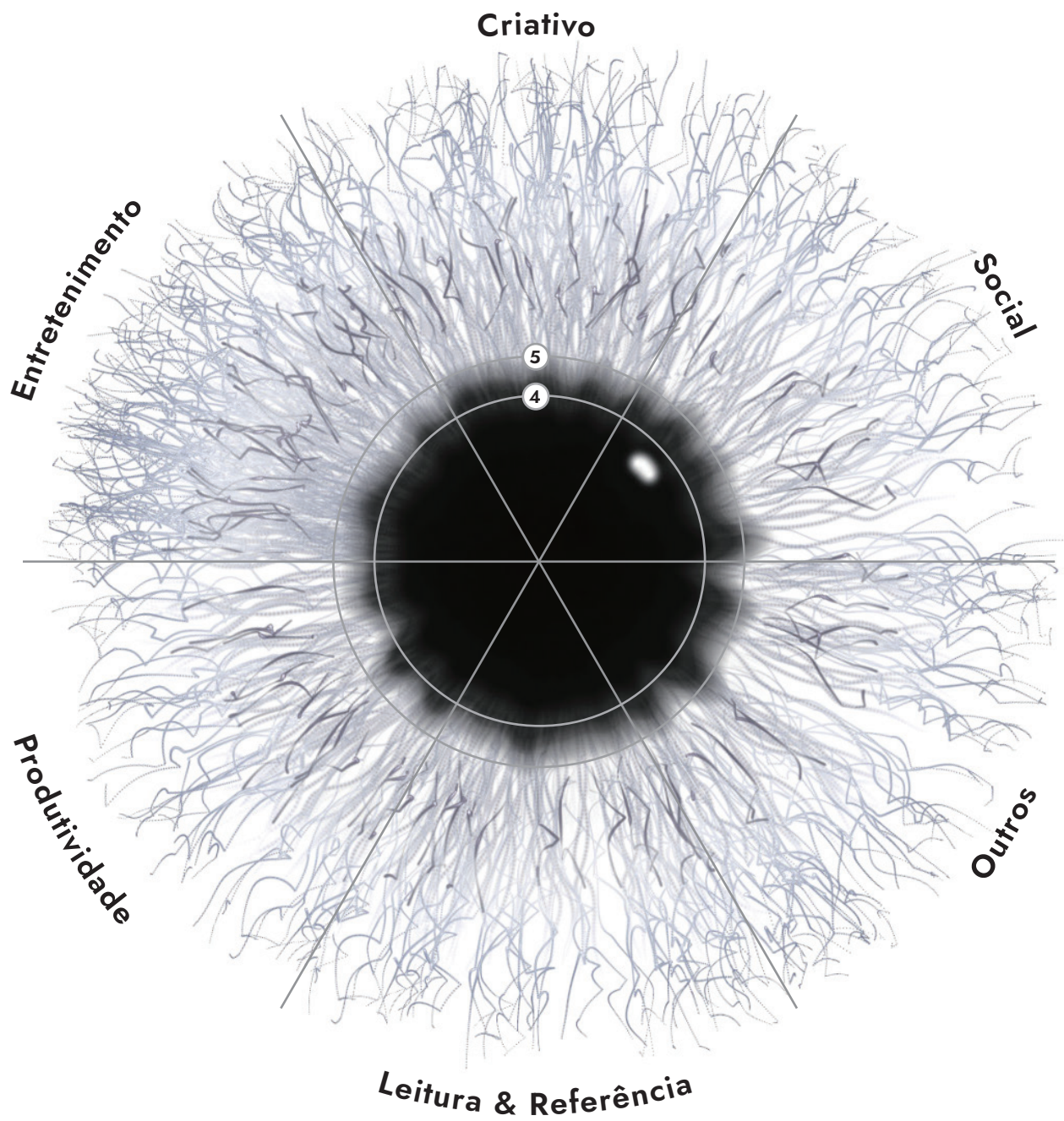
25–30 ANOS



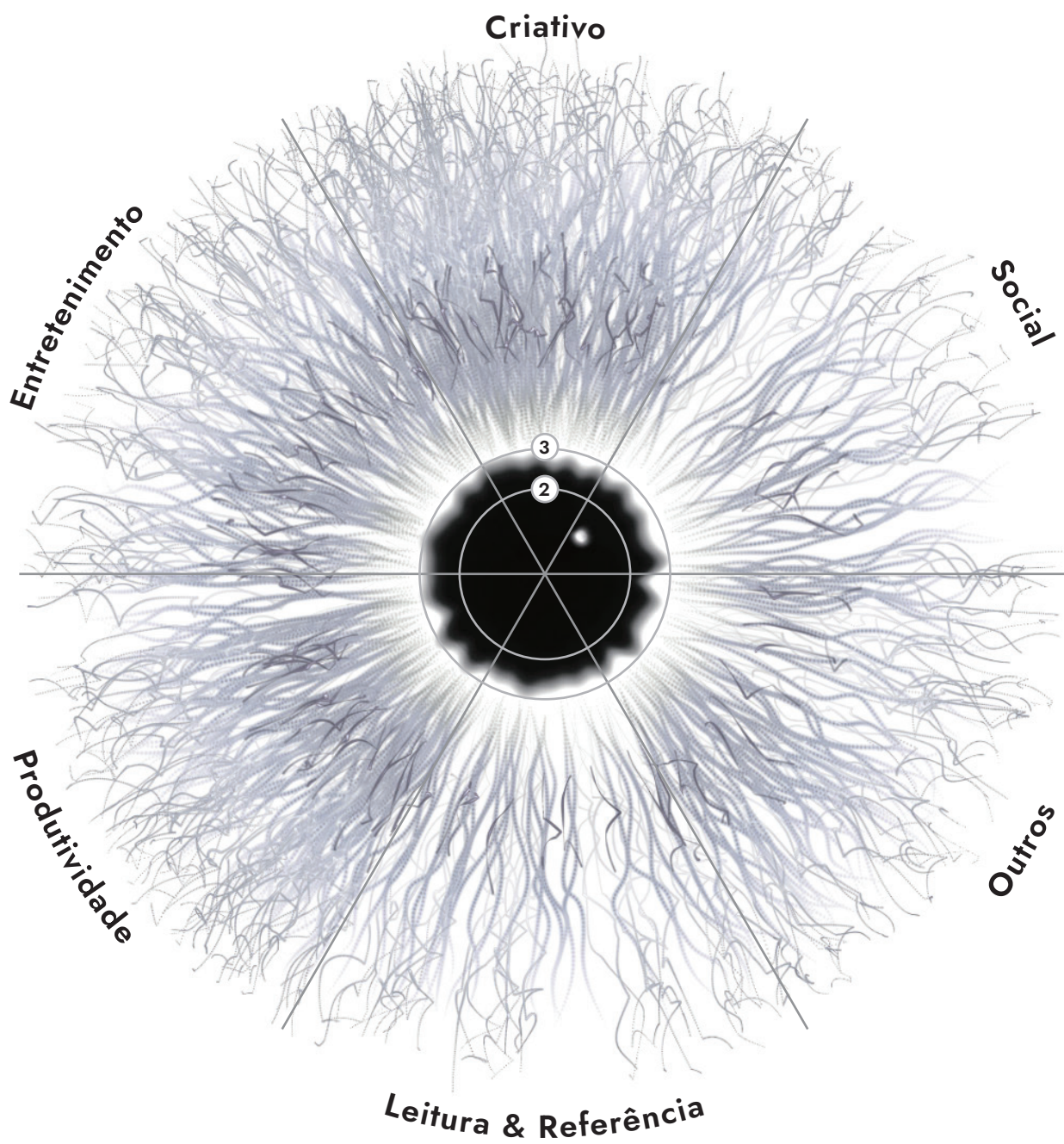
31–35 ANOS



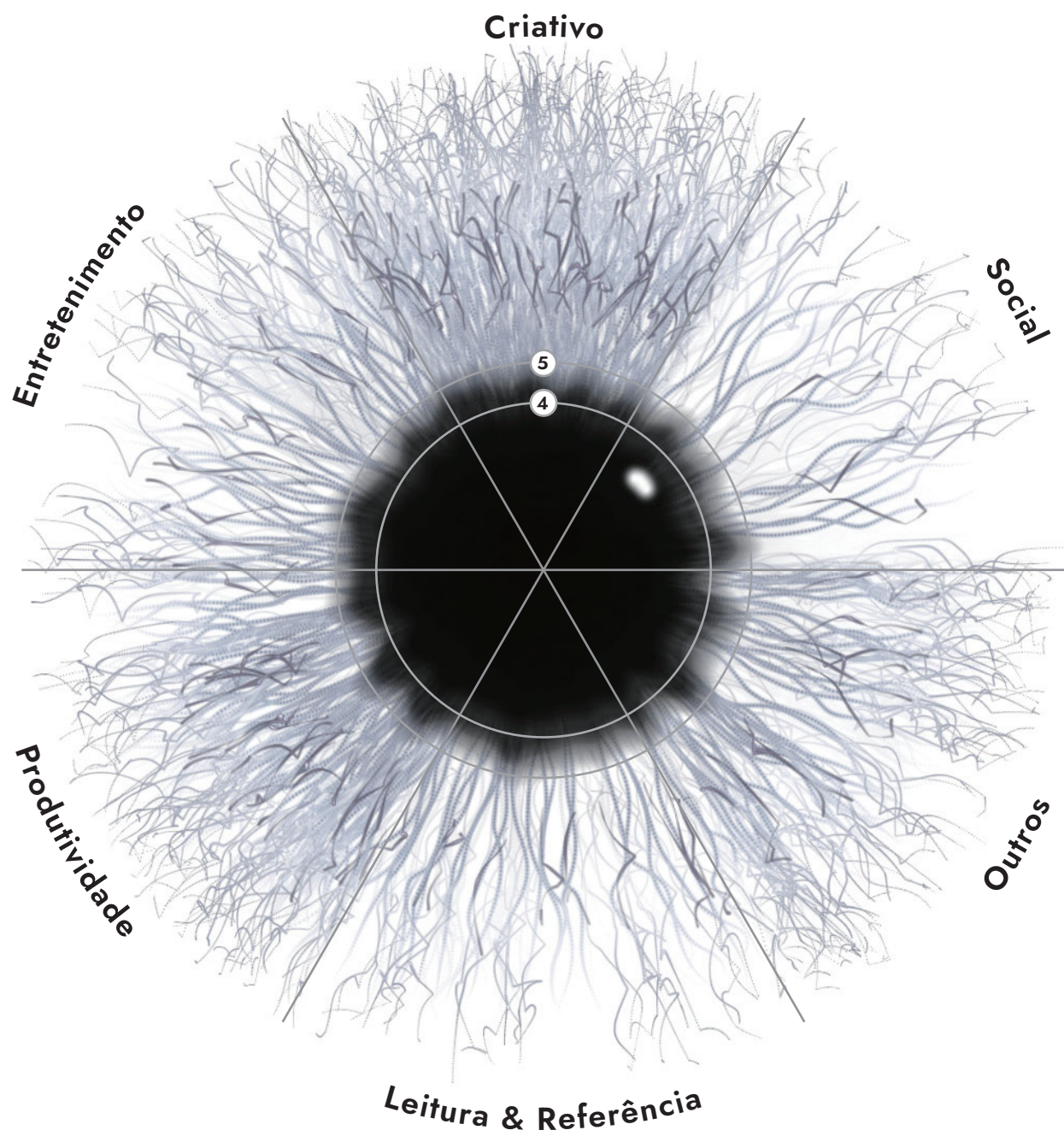
36–40 ANOS



41–45 ANOS



ACIMA DE 46 ANOS



VOCÊ JÁ SE PERGUNTOU QUANTO TEMPO GASTA NO SEU TELEFONE CELULAR?

Para a maioria de nós, nossos telefones celulares estão conosco quase o tempo todo: seja em nossas mãos, bolsos ou ao lado de nossas camas quando dormimos. Um estudo recente descobriu que donos de smartphones checam seus telefones em média 58 vezes por dia.*

Os recentes dispositivos iPhone e Android possuem aplicativos integrados que permitem que você saiba quanto tempo gasta no seu telefone. Neste poster, você pode adicionar seu próprio tempo de tela - anonimamente é claro - ao lado de vários tempos de telas de outras pessoas. Assim todos poderemos ter um panorama do quanto estamos ligados aos nossos telefones.

* <https://kommandotech.com/statistics/how-much-time-does-the-average-person-spend-on-their-phone/>

COMO ENCONTRAR INFORMAÇÕES DO SEU TEMPO DE TELA



Se você tem um celular Android

1. Vá para configurações, então para → Bem-estar Digital e Controle de Pais. Você verá um grande círculo mostrando seu número para hoje.
2. Pressione o círculo e você terá uma diferente tela com uma barra e a data de hoje.
3. Pela data, pressione a seta à esquerda para mostrar o seu tempo de tela total para ontem - seu último dia completo, e tomar nota dele.
4. Abaixo do total você verá uma lista de aplicativos e o tempo usado em cada um deles.
5. Esses passos mostram seu uso diário. Multiplique o tempo usado em cada aplicativo por 7, para descobrir o uso semanal (ou seja, 30 min x 7 = 3,5 horas).



Se você tem um iPhone

1. Vá para configurações, depois para → Tempo de Tela.
2. Vá para → Ver toda a atividade.
3. No topo, selecione "Semana".
4. Comece a rolagem para baixo e um banner aparecerá no topo escrito "Esta Semana".
5. Clique na seta à esquerda para mostrar os dados da "Semana passada".
6. Abaixo do gráfico, em "Mais usados", você verá uma lista de aplicativos e o tempo usado em cada um deles.

Por favor, saiba:

Estes apps estão disponíveis somente no iPhone IOS 12 (Setembro, 2018) ou posteriores e no Android versão 9 (Agosto, 2018) ou posteriores.

VEJA O TEMPO QUE VOCÊ GASTA EM CADA CATEGORIA

Uma vez que você encontrou seu tempo de tela para ontem, tome nota do tempo que você gastou nessas categorias:

Surfar na rede incluindo Safari, Chrome ou Firefox

Apps de conversa incluindo WhatsApp, Telegram, Signal, Snapchat

Facebook

Twitter

Instagram

Música incluindo Spotify, Apple Music

Vídeo incluindo YouTube, TikTok

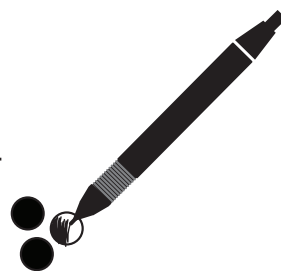
Outro

Se você usa diferentes apps na mesma categoria, por exemplo muitos apps de conversa, apenas adicione todos eles para conseguir um número aproximado de horas e minutos.

DEPOIS, NO PÔSTER

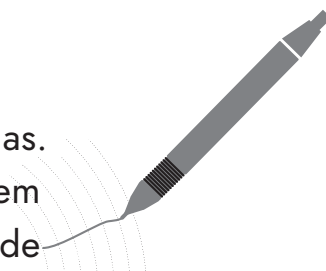
1 Tempo de Tela Médio

O círculo central, a pupila mostra o tempo o tempo gasto no seu telefone em média num dia. Preencha os pontos corretamente. Por exemplo, para 3.5 horas, preencha 3 pontos e meio.



2 Tempo de Tela Específico

O círculo externo, a íris está dividido em categorias. Começando no canto externo da pupila, trace uma linha em direção ao lado de fora da íris até você atingir o número de horas usadas naquele tipo de app (em uma semana).



VISÃO DO GOOGLE

O Google coleta, armazena e processa quantidades inéditas de dados. Os tipos de dados mostrados representam apenas uma pequena parte do que o Google pode captar e interpretar em suas aplicações e serviços. O Google sabe muito sobre nós e o que fazemos a cada dia. Mas o que o Google sabe sobre os comportamentos e padrões do mundo inteiro?

Você pode encontrar informações detalhadas sobre seus próprios dados nas configurações de sua conta Google. Lá você pode ver os vários tipos de dados que o Google coleta sobre você. Agora imagine que tipo de conhecimento o Google tem sobre todos os seus usuários de uma perspectiva global.

PRODUTOS E USUÁRIOS DO GOOGLE

Acima você encontrará uma lista de todos os produtos que o Google adquiriu e criou desde 1998. Todos estes **295 serviços** fornecem dados adicionais para o Google sobre seus usuários e suas ações. Quais outros produtos da lista você reconhece?

Existem 5,3 bilhões de usuários da Internet em todo o mundo - e a maioria deles está de alguma forma conectada a um ou mais dos serviços do Google. O gráfico no centro representa como podemos imaginar que eles possam estar interconectados. Por exemplo, Search, Android e Chrome têm mais de 3 bilhões de usuários cada, o que significa que o Google coleta e analisa dados da grande maioria dos usuários da Internet em todo o mundo.



Internet
usuários
mundial

mais de
3 bilhões
de usuários

mais de
2 bilhões
de usuários

mais de
1 bilhão
de usuários

Search

Android

Chrome

YouTube

Gmail

Play Store

Workspace

Maps

Drive

Photos

0 1 2 3 4 5 5,3 bi

..... 4 bi

..... 3,2 bi

..... 3 bi

..... 2,3 bi

..... 2 bi

..... 2 bi

..... 2 bi

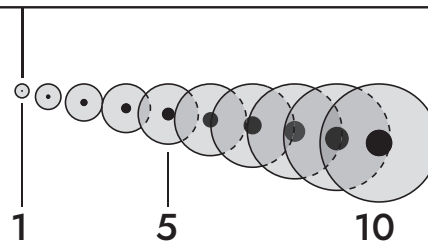
..... 1,5 bi

..... 1,5 bi

..... 1,2 bi

Os 10 serviços mais populares do Google são utilizados por 20 bilhões de usuários ao total. Isso é quase três vezes a população mundial. Estima-se que 5,3 bilhões de pessoas utilizam a Internet no mundo inteiro.

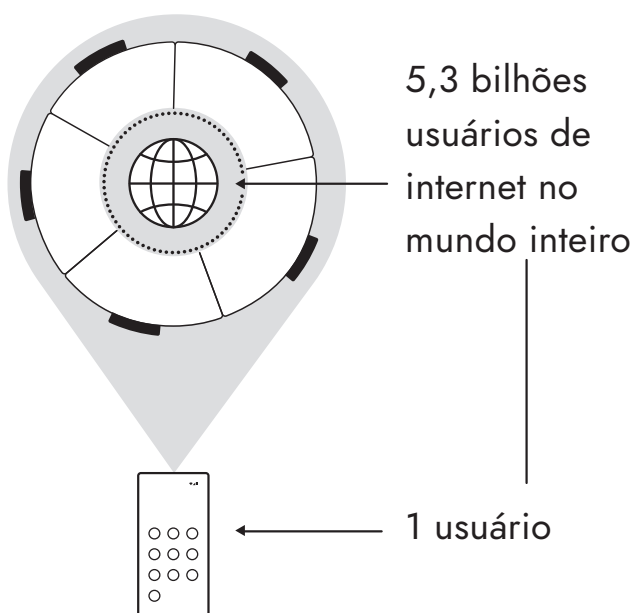
Produtos



Quantidade de fluxo de dados depende do número de serviços utilizados

NOSSA VISÃO

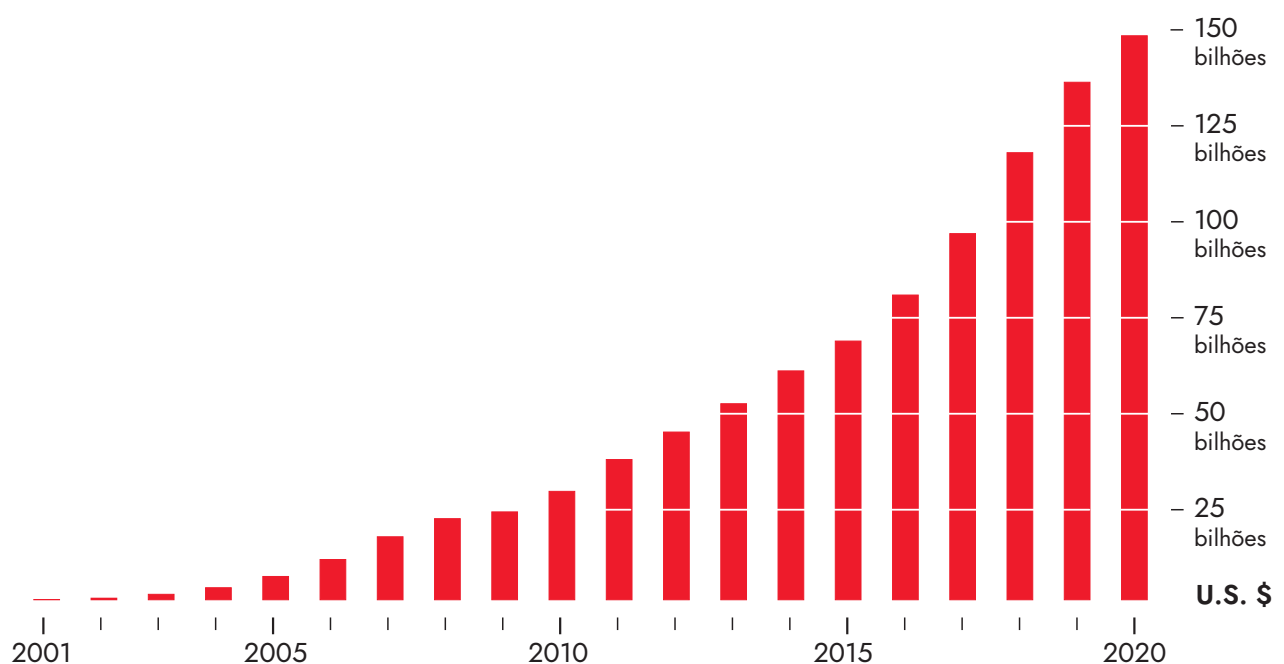
Estes são os **dez aplicativos e serviços mais populares do Google**. Cada um deles tem entre um e quatro bilhões de usuários. Utilizamos estas ferramentas populares do Google porque elas tornam nossas vidas mais eficientes, mais acessíveis, mais participativas, mais inteligentes, mais bem conectadas e mais divertidas. Algumas pessoas usam apenas um aplicativo ou serviço e algumas pessoas usam todos eles. Quais delas vocês usam?



Não sabemos quanta informação sobre seus usuários o Google possui, nem como eles a estão utilizando. O que sabemos é que sua capacidade de coletar e analisar tais informações em escala global é jamais conhecida.

REND A DO GOOGLE

A principal fonte de renda do Google é a venda de anúncios. Eles são adaptados e direcionados a diferentes usuários, aproveitando os dados que eles têm sobre bilhões de usuários em todo o mundo. Este infográfico mostra quanto dinheiro o Google ganhou com as vendas de anúncios entre 2001 e 2020. O que mais o Google ganha com este modelo de negócio além monetização dos dados pessoais dos usuários?



Parece profissional

Os impostores podem fazer com que a desinformação pareça legítima. Uma verificação rápida pode não ser suficiente para descobrir a verdadeira origem de uma história. Somos frequentemente inclinado a clicar em algo que tenha um “crachá de aprovação” ou a palavra “seguro” ou “verificado” nele.

Qual é a fonte da informação, e por que devo confiar nela?

Confirma o que nós pensamos

Geralmente procuramos e pesquisamos informações que confirmam nossa própria **perspectiva**. Isto cria contextos onde nossas próprias crenças são amplificadas e reforçadas através da repetição. Estas “câmaras de eco” podem aumentar a polarização social e política.

Esta informação se enquadra com minhas próprias crenças e idéias, será que isso faz com que seja verdade?

Parece desvendar uma nova narrativa

Fatos, manchetes e imagens podem ser tirados do contexto e usados para enquadrar falsamente um assunto. Pode parecer que uma informação “nova” está apoiando uma narrativa, mas na verdade pode ser antiga ou não relacionada.

Esta “nova” perspectiva é realmente inédita para a matéria, ou é reciclada de algum outro lugar?

Parece autoritário e justificado

Os materiais originais, citações e referências podem fazer com que uma história ou argumento pareça **confiável**. Só porque bocados de informações verdadeiras são usados para corroborar uma história, não significa que a história em si seja verdadeira.

Os fatos apresentados apóiam a opinião manifestada?

Nos faz rir

Memes e sites satíricos são populares na Internet, e por bons motivos. Mas mesmo que eles possam vir com isenções de responsabilidade, muitas pessoas acreditam neles. Em alguns casos, as falsas alegações tornam-se virais e nunca são totalmente desmentidas.

Pode ser considerado como uma piada inofensiva, mas como outros interpretarão?

É chocante ou surpreendente

Clickbait são manchetes ou textos elaborados para chamar nossa atenção ou nos induzir a clicar num link. Seu principal objetivo é obter tráfego para sites da Web para fins de marketing. Entretanto, se as histórias de clickbait forem falsas, poderão rapidamente espalhar informações errôneas.

Crianças fazendo amizade com ursos selvagens...?! Este é apenas um link suspeito?

Confirma todas as nossas suspeitas mais profundas

Às vezes, uma história parece ligar os pontos ou revelar evidências que provam uma teoria que sempre tivemos. Muitas vezes estas informações são contrárias às narrativas mais comuns. O objetivo é nos atrair para longe da visão de mundos aceita, **revelando** o que os outros não sabem ou estão tentando para se esconder.

Essa “verdade oculta” é apoiada por evidências concretas?

Resulta em conversas incômodas com meus amigos e minha família

Me torna mais defensivo de meus pontos de vista

Me desgasta emocionalmente

Me deixa mais confuso sobre questões complexas

Aumenta minha ansiedade em tempos de crise

Aquilo fica na minha cabeça e se torna difícil de ignorar

Me faz sentir isolado ou distante

**Faz parecer que só há uma maneira
para ver e entender as coisas**

Leva à dúvida sobre notícias verificadas

**Enfraquece nossa tolerância para
as opiniões de outros**

**Aumenta a desconfiança em relação a
pessoas, instituições ou organizações**

**Obstrui os canais de informação e
prejudica nossa capacidade de abordar
questões importantes**

**Nos leva a negar a credibilidade baseada em
habilidades, experiências e conhecimentos**

**distorce nossa capacidade de distinguir
fatos de falsidades**

Design orientado para o lucro e o controle

As **Plataformas** ganham dinheiro com a monetização de **dados**, em particular dados pessoais. Tudo o que você faz conta: como você **visualiza**, **clica**, **curte** e **compartilha**. Para otimizar a coleta de dados e, portanto, maximizar os lucros, os serviços são projetados para mantê-lo engajado, fazendo com que você **interaja** e **compartilha** suas opiniões. Este **design sem atritos** permite que o conteúdo flua **livremente e longe**, criando também um caminho para a desinformação.

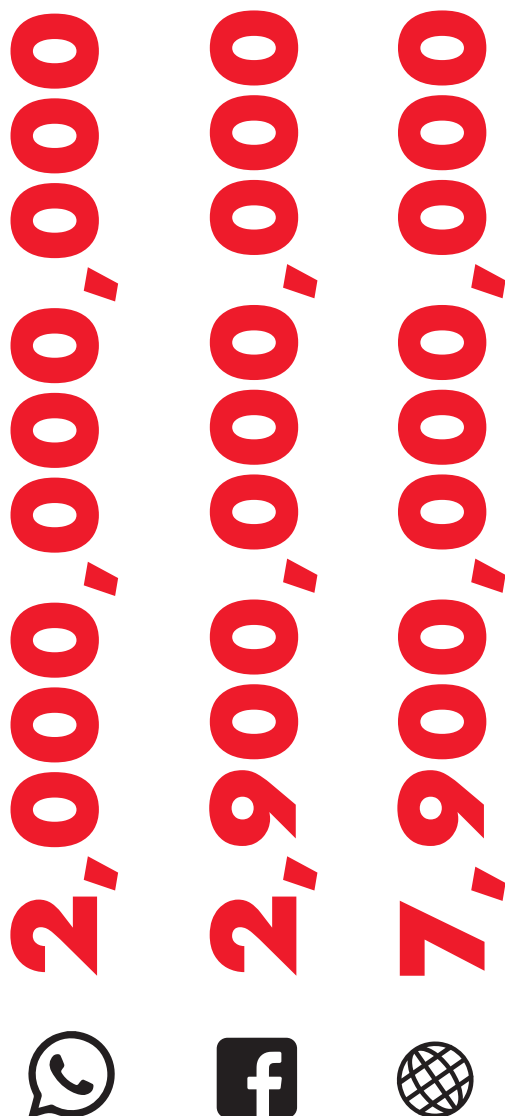
A disseminação da desinformação

Em uma tentativa de reduzir a proliferação de desinformação, a **WhatsApp** limitou a quantidade de vezes que uma mensagem poderia ser encaminhada. Agora o conteúdo só pode ser encaminhado com cinco chats de cada vez. Em países onde as notícias circulam principalmente no WhatsApp, as restrições de compartilhamento podem ter um grande impacto no modo como a informação se espalha.

O problema da escala da liberdade de expressão

Após o aumento da **moderação de conteúdo** no **WhatsApp**, **Facebook** e **YouTube** devido à desinformação ligada ao COVID-19, muitas pessoas mudaram para o **Telegram**. A plataforma de mensagens não só carece qualquer forma de moderação de conteúdo, mas consente também o compartilhamento ilimitado e conversas em grupo com até **200.000 pessoas**. Os bots são livres para encaminhar até **2.000 mensagens por hora**!

Número de usuários da WhatsApp e do Facebook em relação à população mundial



“As corporações, pelo menos em terras de mídia social, estão otimizando, maximizando a renda. Você maximiza a renda, você maximiza o engajamento. Para maximizar o engajamento, você maximiza o escândalo”.

Eric Schmidt, ex-CEO do Google
— A empresa matriz do YouTube

6 Janeiro 2022, no podcast Armchair Expert

Cinco chats de cada vez ainda contribuem de forma significativa

