

CARACTERIZAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE DESIGN CENTRADO NAS EMOÇÕES – UM ESTUDO DE CASO DO TIKTOK¹

Ivia Marques Pereira Costa ²
Glúvia Angélica Rodrigues Barbosa³

Submetido em: 29/05/2026 | Aprovado em: 09/06/2026

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar e analisar a aplicação de estratégias de Design centrado nas Emoções na interface do TikTok, buscando compreender como a plataforma instrumentaliza tais elementos para influenciar a experiência de uso. Como resultados, esta pesquisa identifica as estratégias de design emocional mapeadas na literatura e analisa como elas se manifestam na interface do TikTok, além de discutir seus potenciais impactos no usuário. Em termos de contribuição, o estudo amplia o entendimento sobre práticas que potencializam os aspectos afetivos no design. Por fim, apresenta reflexões que contribuem para orientar a criação e a análise de futuras plataformas de vídeos curtos, estimulando interfaces mais focadas nas emoções e nas experiências positivas no usuário.

Palavras-chave: Design centrado nas Emoções; TikTok.

ABSTRACT

This study aims to investigate and analyze the application of Emotion-Centered Design strategies within the TikTok interface, seeking to understand how the platform leverages these elements to influence user experience. As a result, this research identifies the emotional design strategies mapped out in the literature, analyzes how they manifest in TikTok's interface, and discusses their potential impacts on the user. In terms of contribution, the study broadens the understanding of practices that enhance affective aspects in design. Finally, it presents reflections that contribute to guiding the creation and analysis of future short-video platforms, encouraging interfaces more focused on user emotions and positive experiences.

Keywords: Emotion-Centered Design. TikTok.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Engenharia de Computação do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG).

² Graduanda em Engenharia de Computação pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). E-mail: iviamp.10@gmail.com

³ Doutora em Ciência da Computação. Docente do Departamento de Computação (DECOM) do CEFET-MG. E-mail: glivia@cefetmg.br

1 INTRODUÇÃO

O consumo de conteúdo em vídeos curtos apresenta um crescimento contínuo, sendo mais expressivo entre jovens adultos (LI *et al.*, 2024). Plataformas como TikTok, YouTube Shorts e Instagram Reels têm transformado as dinâmicas de entretenimento digital, impulsionados por um público que busca gratificação imediata ou alívio rápido do tédio (LI *et al.*, 2024). Entre essas plataformas, destaca-se o TikTok (LI *et al.*, 2024).

O TikTok é uma plataforma de vídeo curto que utiliza um design de interface deliberadamente projetado para ser altamente imersivo e repetitivo (ENTRENA-SERRANO, 2025). Sua proposta de design, baseada em elementos como: (a) o feed infinito de rolagem vertical; (b) o design de tela cheia; bem como (c) o destaque algorítmico da página “For You”; reforça comportamentos de consumo automatizados, encapsulados pelo mantra “watch, scroll, repeat” (assista, role, repita) (ENTRENA-SERRANO, 2025).

Nesse sentido, para estimular o afeto, a satisfação e o engajamento contínuo do usuário durante a interação, é possível considerar a premissa de que o TikTok adota estratégias de Design centrado nas Emoções (NORMAN, 2004), como os princípios de Design Emocional (LI *et al.*, 2024; PRIMON, 2024; ENTRENA-SERRANO, 2025) e princípios de Afetibilidade (HAYASHI *et al.*, 2015). A adoção dessas estratégias de design traz benefícios evidentes, como a capacidade de promover interações mais envolventes e personalizadas (PRIMON, 2024). No entanto, surgem também riscos significativos, associados ao uso de padrões que exploram vulnerabilidades emocionais para induzir decisões automáticas e prolongar o tempo de uso, o que pode gerar efeitos negativos como ansiedade e dependência (PRIMON, 2024). Diante dessa dualidade, torna-se evidente a necessidade de entender como o TikTok materializa o design centrado nas emoções para estimular tais comportamentos e prender a atenção do usuário.

Logo, o objetivo deste trabalho é explorar e analisar como o Design centrado nas Emoções foi aplicado na interface da plataforma do TikTok. Enquanto a literatura existente foca primariamente nos efeitos desse uso (LI *et al.*, 2024; PRIMON, 2024; ENTRENA-SERRANO, 2025), este trabalho busca investigar a seguinte Questão de Pesquisa (QP): *Quais estratégias de design centrado em emoções o TikTok adota e quais são as potenciais respostas emocionais que essa plataforma gera?*

Para atingir esse objetivo e responder essa QP, foi conduzida uma metodologia qualitativa dividida em três etapas principais. Primeiro, foi realizado um levantamento bibliográfico para identificar e consolidar as estratégias de Design centrado nas Emoções existentes na literatura. Na sequência, foi aplicado o Método de Inspeção Semiótica (MIS) (SOUZA *et al.*, 2006) para caracterizar a proposta de Design centrado nas Emoções do TikTok, ou seja, como a plataforma comunica suas intenções ao usuário. Por fim, foi aplicado o Método de Inspeção Semiótica para Respostas Emocionais (MISE) (SANTOS *et al.*, 2024) para identificar as potenciais respostas emocionais que a interface desperta.

Em termos de resultados, este trabalho apresenta: (a) a caracterização das estratégias de Design centrado nas Emoções com base na literatura; (b) a caracterização das estratégias de design emocional comunicadas na interface do TikTok; bem como (c) reflexões sobre os potenciais impactos dessas escolhas de design no usuário. Em termos de contribuições, este trabalho permite expandir o conhecimento acerca da existência de estratégias para potencializar um design focado nas emoções. Adicionalmente, são apresentados pontos de reflexão que podem guiar o futuro design e a avaliação de plataformas de vídeo curto, centradas nas emoções e em experiências positivas para o usuário.

2 DESIGN CENTRADO NAS EMOÇÕES NA PERSPECTIVA DA IHC

Na área da Interação Humano-Computador (IHC), a compreensão da experiência do usuário evoluiu para além da usabilidade funcional, passando a incorporar dimensões afetivas como pilares centrais (BARBOSA *et al.*, 2021). Para integrar essas dimensões, adota-se a abordagem do Design centrado nas Emoções, que busca intencionalmente projetar produtos e sistemas capazes de provocar respostas emocionais específicas, indo além da eficiência, para alcançar o prazer e o engajamento (NORMAN, 2004).

Norman (2004) estabelece a base para o Design centrado nas Emoções, argumentando que a interação humana com produtos e sistemas não é uma experiência monolítica, mas sim um processo complexo que ocorre em três níveis distintos, Visceral; Comportamental; e Reflexivo. Esses níveis correspondem a diferentes tipos de processamento cognitivo e emocional que, juntos, formam a totalidade da experiência do usuário. Norman (2004) afirma que um Design centrado nas Emoções bem-sucedido deve contemplar esses três níveis, que são descritos a seguir:

- **Nível Visceral:** Este é o nível mais primitivo e automático do processamento, correspondendo à “primeira impressão”. Refere-se à reação instintiva e imediata a um produto, operando de forma subconsciente para julgar a aparência, o som e o toque. Como aponta o autor, o nível visceral está ligado puramente à estética, às reações instintivas e à atração sensorial imediata. (NORMAN, 2004)
- **Nível Comportamental:** Este nível relaciona-se à usabilidade, a funcionalidade e ao prazer de usar o produto. O foco é a experiência de uso: quão fácil, eficiente e agradável é a interação, o que gera no usuário uma sensação de controle e eficácia. Norman descreve como o nível que controla o comportamento cotidiano e as habilidades bem aprendidas, onde o prazer deriva da eficácia da ação. (NORMAN, 2004)
- **Nível Reflexivo:** Este é o nível em que o design é altamente influenciado pela cultura, educação, autoimagem e pelas memórias que o produto evoca. Ele trata do significado do objeto, do status que ele confere e da história que ele conta, apelando diretamente à autoidentidade e à satisfação a longo prazo do usuário. (NORMAN, 2004)

Com base no modelo conceitual de Norman (2004), surgiram diferentes iniciativas no âmbito da IHC que definem estratégias para apoiar profissionais e pesquisadores no design e na avaliação de soluções tecnológicas, com foco em potencializar as emoções positivas dos usuários. A partir de um levantamento da literatura, foi possível identificar e consolidar essas estratégias e ocorrências específicas, aqui denominadas Princípios de Design Emocional (pDE). Estes princípios são aplicados deliberadamente em mídias sociais para gerar respostas afetivas, moldar o comportamento e potencializar o engajamento (LI *et al.*, 2024; PRIMON, 2024; ENTRENA-SERRANO, 2025). O Quadro 1 detalha esses princípios, fornecendo exemplos de sua aplicação.

Quadro 1 – Princípios de Design Emocional

Código	Nome do Princípio	Descrição	Exemplo	Referência
pDE1	Recompensa emocional e social imediata	O design promove o afeto e o engajamento por meio de recompensas rápidas para reforçar comportamentos desejados.	No Instagram, as notificações vermelhas de “curtidas” e novos seguidores funcionam como validadores sociais instantâneos, gerando uma sensação de prazer e aceitação a cada interação recebida.	(LI <i>et al.</i> , 2024); (ENTRENA-SERRANO, 2025)
pDE2	Estímulos sensoriais e feedback emocional	Uso de elementos estéticos (como cores, imagens e sons) para provocar reações emocionais e tornar as interações mais envolventes.	As “Reações” do Facebook usam emojis animados e cores distintas para permitir expressões emocionais complexas, oferecendo feedback visual rico além do simples “curtir”.	(PRIMON, 2024)
pDE3	Personalização e curadoria afetiva	O sistema analisa emoções e comportamentos para ajustar o conteúdo, priorizando aquilo que mais combina com o estado e preferências do usuário.	O Spotify cria playlists como “Descobertas da Semana” ou mixagens baseadas no “humor” do usuário, analisando o histórico de escuta para entregar músicas que refletem emocionalmente o momento atual.	(PRIMON, 2024); (ENTRENA-SERRANO, 2025)
pDE4	Imersão e fluxo afetivo	O design minimiza interrupções para manter o usuário em um fluxo contínuo de consumo, típico de vídeos curtos.	O “Autoplay” (reprodução automática) da Netflix inicia o próximo episódio em poucos segundos, eliminando a necessidade de tomada de decisão e mantendo o usuário imerso na narrativa.	(ENTRENA-SERRANO, 2025)
pDE5	Design afetivo sustentável e reflexivo	Busca incentivar hábitos digitais mais saudáveis, oferecendo ferramentas para autoconsciência e controle do tempo de uso.	O aviso “Você já viu tudo” do Instagram, que sinaliza ao usuário o fim do conteúdo novo, incentivando uma pausa reflexiva.	(LI <i>et al.</i> , 2024)

Fonte: Gerado pela autora

Paralelamente aos Princípios de Design Emocional, existem os Princípios de Afetibilidade. A Afetibilidade é definida por Hayashi *et al.* (2015) como uma qualidade que visa promover o afeto, a satisfação e o engajamento contínuo do usuário em sistemas interativos. Nesse contexto, a Afetibilidade atua como uma qualidade de uso que o Design centrado nas Emoções busca potencializar, reconhecendo que as emoções são uma construção social influenciada pela cultura e pelo contexto de cada indivíduo (HAYASHI *et al.*, 2015). Para auxiliar a incorporação de aspectos afetivos no design, foram propostos os Princípios de Design para Afetibilidade (pAf) (HAYASHI *et al.*, 2015), que são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 – Princípios de Afetibilidade

Código	Nome do Princípio	Descrição	Exemplo
pAf 1	Permitir a comunicação de estados afetivos	O afeto deve ser expressado e interpretado de forma livre por cada usuário.	A personalização de fotos no Snapchat, por meio de desenhos, <i>stickers</i> e filtros.
pAf 2	Considerar o contexto social do usuário (cultura e valores)	Deve-se considerar a cultura e valores humanos importantes para o usuário alvo no <i>design</i> .	Os <i>doodles</i> que o Google mostra em sua página inicial representando certas datas comemorativas.
pAf 3	Possibilitar <i>tailoring</i>	O usuário deve poder inserir seu próprio conteúdo e personalizar elementos do sistema.	A personalização de perfil de usuário e preferências em redes sociais.
pAf 4	Promover a construção colaborativa	Usuários devem poder contribuir uns com os outros durante a interação.	O aplicativo Waze permite que cada usuário insira informações sobre o estado atual do trânsito, que serão disseminadas para outros.
pAf 5	Promover <i>awareness</i> social	Cada usuário deve poder saber sobre a presença ou estado dos demais.	Jogos <i>online</i> , como Candy Crush, mostram para o usuário a posição de cada amigo que também joga.
pAf 6	Explorar a “contaminação” via mídia	Explorar diferentes mídias como sons, imagens e cores.	Jogos <i>online</i> exploram imagens e diferentes resultados sonoros para diferentes ações.

Fonte: (HAYASHI *et al.*, 2015; FERREIRA *et al.*, 2017)

Para melhor compreender os conceitos apresentados, o Quadro 3 foi elaborado para relacionar os três níveis de Design centrado nas Emoções (NORMAN, 2004) com os

Princípios de Design Emocional (pDE) e de Afetibilidade (pAf) identificados na literatura. Esta relação demonstra como os princípios específicos (pDEs e pAfs) podem ser mapeados para os níveis visceral, comportamental e reflexivo, formando o framework analítico utilizado neste trabalho para caracterizar a proposta de design do TikTok.

Quadro 3 – Relação entre Níveis de Design centrado nas Emoções e Princípios de Design

	Nível de Design centrado nas Emoções	Código	Princípio de Design Emocional e de Afetibilidade	Referência
Design Emocional	Visceral	pDE1	Recompensa emocional e social imediata	(LI <i>et al.</i> , 2024); (ENTRENA-SERRANO, 2025)
		pDE2	Estímulos sensoriais e feedback emocional	(PRIMON, 2024)
	Comportamental	pDE1	Recompensa emocional e social imediata	(LI <i>et al.</i> , 2024); (ENTRENA-SERRANO, 2025)
		pDE3	Personalização e curadoria afetiva	(PRIMON, 2024); (ENTRENA-SERRANO, 2025)
		pDE4	Imersão e fluxo afetivo	(ENTRENA-SERRANO, 2025)
	Reflexivo	pDE3	Personalização e curadoria afetiva	(PRIMON, 2024); (ENTRENA-SERRANO, 2025)
		pDE5	Design afetivo sustentável e reflexivo	(LI <i>et al.</i> , 2024)
Design focado na Afetibilidade (Princípios de Afetibilidade)	Visceral	pAf1	Permitir a comunicação de estados afetivos	(HAYASHI <i>et al.</i> , 2015)
		pAf6	Explorar a “contaminação” via mídia	
	Comportamental	pAf3	Possibilitar <i>tailoring</i>	
		pAf4	Promover a construção colaborativa	
		pAf5	Promover <i>awareness</i> social	
	Reflexivo	pAf1	Permitir a comunicação de estados afetivos	
		pAf2	Considerar o contexto social do usuário (cultura e valores)	
		pAf3	Possibilitar <i>tailoring</i>	
		pAf4	Promover a construção colaborativa	
		pAf5	Promover <i>awareness</i> social	

Fonte: Gerado pela autora

3 TRABALHOS RELACIONADOS

Na literatura, foram identificados diferentes trabalhos que buscaram avaliar sistemas interativos com o intuito de identificar estratégias de Design centrado nas Emoções (e.g., princípios de afetibilidade e de design emocional), que guiaram seu design para potencializar a experiência do usuário. Por exemplo, o artigo de Ferreira *et al.* (2017) investiga a relação entre afetibilidade e opressão de gênero em sistemas interativos, com foco no público LGBT. Para atingir esse objetivo os autores aplicaram o Método de Inspeção Semiótica (MIS) (SOUZA *et al.*, 2006) para caracterizar a proposta de design sob a ótica da afetibilidade e identificar rupturas comunicativas capazes de gerar opressão de gênero. Complementarmente, realizaram-se entrevistas para verificar se as falhas identificadas na inspeção se refletiam, de fato, em experiências de opressão durante a interação dos usuários LGBTs com a plataforma. Em termos de contribuições, o trabalho destaca a importância de integrar os princípios de afetibilidade no design de sistemas sociais como forma de promover inclusão e reduzir opressões estruturais em ambientes digitais.

Por sua vez, o artigo de Primon (2024) investiga a integração da Inteligência Emocional (IE) no design de Interfaces de Usuário (UI) de mídias sociais, propondo o conceito de Interfaces de Usuário com Inteligência Emocional (EIUI). Essas interfaces são capazes de simular respostas emocionais e de se adaptar aos estados afetivos dos usuários, promovendo interações mais envolventes e personalizadas. O estudo realiza uma análise teórico-descritiva baseada em revisão de literatura e em modelos conceituais de design emocional, examinando como (a) cores, tipografia e padrões de animação, (b) feedbacks empáticos e microinterações responsivas, bem como (c) tecnologias de detecção

de emoções e personalização adaptativa podem ser integrados para melhorar a experiência do usuário. Contudo, [Primon \(2024\)](#) alerta para o uso dos chamados “dark patterns” de inteligência emocional, isto é, estratégias de design manipuladoras que exploram vulnerabilidades emocionais para induzir decisões automáticas, prolongar o tempo de uso e estimular dependência. Tais práticas, segundo o autor, podem gerar efeitos negativos como ansiedade, vício e redução da criatividade, apontando a necessidade de uma abordagem ética e responsável no uso da IE no design de interfaces sociais.

Voltando-se para o contexto específico de vídeos curtos, o artigo de [Li et al. \(2024\)](#) busca entender os aspectos emocionais que influenciam o uso excessivo de plataformas de vídeos curtos, como o TikTok e Youtube Shorts, por jovens adultos. O estudo busca compreender os fatores que levam ao exagero e propor estratégias de design baseadas em princípios de design emocional, capazes de promover um uso mais sustentável dessas plataformas. Para atingir esse objetivo, os autores combinaram: (a) um estudo etnográfico, analisando fóruns e discussões sobre o consumo de vídeos curtos, e (b) a aplicação de um questionário a usuários de 18 a 35 anos. Os resultados mostram que o tédio é o principal fator que impulsiona o uso excessivo e que muitos jovens têm dificuldade em controlar seus hábitos de consumo, mesmo quando conscientes dos efeitos negativos. Como contribuições para incentivar práticas de design mais responsáveis e evitar o uso excessivo dessas plataformas, o estudo apresenta o framework “Sustainable Design for User Emotion”, que propõe (a) o uso de recompensas tangíveis e virtuais para comportamentos positivos, (b) o fornecimento de suporte emocional e comportamental personalizado e (c) a implementação de medidas de intervenção com análise de uso e feedback.

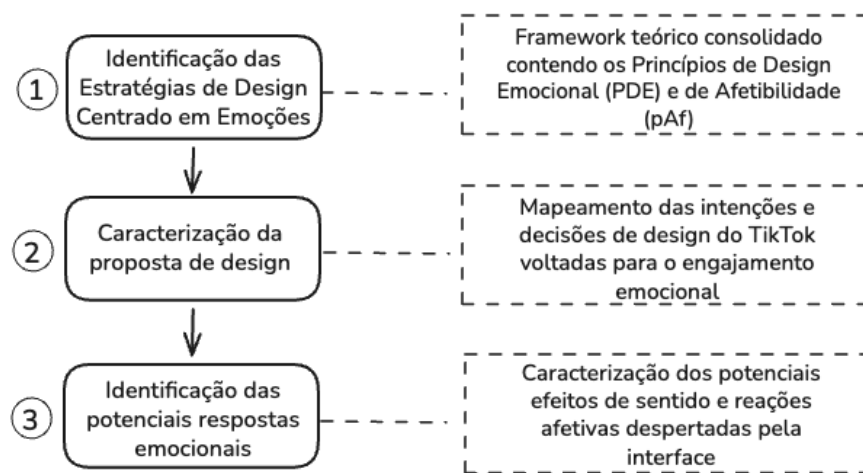
De forma complementar, o artigo de [Entrena-Serrano \(2025\)](#) analisa como o design de interface do TikTok molda os padrões de consumo e curadoria de conteúdo na plataforma, enfatizando o papel dos recursos interativos no estímulo ao engajamento contínuo. Os autores argumentam que elementos como (a) o feed infinito e de rolagem vertical, (b) os botões de interação visíveis (curtir, comentar, compartilhar), (c) o design de tela cheia dos vídeos e (d) o destaque dado à página “For you” criam um ambiente de uso repetitivo e imersivo, que reforça comportamentos de consumo automatizados. A pesquisa combina análise crítica de interface e observação etnográfica digital para compreender como essas dinâmicas afetam as práticas de consumo dos usuários. Os resultados mostram que o design do TikTok incentiva uma forma de “curadoria consumptiva”, que exige um engajamento mínimo do usuário para manter as recomendações, enfatizando o mantra de “watch, scroll, repeat” da plataforma. O estudo contribui ao demonstrar como decisões de design aparentemente neutras têm implicações comportamentais e afetivas significativas, evidenciando o poder da interface em modular a atenção e o envolvimento emocional dos usuários.

Os trabalhos apresentados nesta seção buscam analisar como softwares sociais e plataformas de vídeo curto afetam o comportamento e as emoções dos usuários, evidenciando tanto efeitos positivos quanto as consequências negativas. Contudo, esses estudos se concentram nos efeitos do uso, sem uma análise de quais estratégias de design são adotadas para gerar essas respostas emocionais. Portanto, esse trabalho se difere e estende as contribuições anteriores ao focar em explorar e caracterizar as estratégias adotadas no modelo de interface e interação do TikTok para potencializar emoções positivas durante a interação com esse tipo de solução. Esse tipo de iniciativa é relevante porque permite entender não apenas o que o usuário sente, mas como e por que a plataforma cria esses sentimentos, esclarecendo o papel intencional do design emocional na experiência oferecida pelo TikTok.

4 METODOLOGIA

Este estudo seguiu uma metodologia de abordagem qualitativa, dividida em três etapas principais, conforme ilustrado na Figura 1. As etapas adotadas foram: (1) identificação e consolidação das estratégias de Design centrado nas Emoções na literatura; (2) aplicação do Método de Inspeção Semiótica (MIS) (SOUZA *et al.*, 2006) para caracterizar a proposta de design do TikTok centrada nas emoções; e (3) aplicação do Método de Inspeção Semiótica para Respostas Emocionais (MISE) (SANTOS *et al.*, 2024) para identificar as potenciais respostas emocionais despertadas pela interface. A seguir, cada uma dessas etapas é detalhada.

Figura 1 – Metodologia do Trabalho



Fonte: Gerado pela autora

Inicialmente, na primeira etapa, foi realizado um levantamento bibliográfico com o intuito de construir o embasamento teórico da pesquisa, aprofundando-se nos conceitos de Design centrado nas Emoções dentro da área de Interação Humano-Computador (IHC). As bases consideradas nesse levantamento foram as plataformas ACM Digital Library e Google Scholar, onde buscou-se por trabalhos que definissem diretrizes para projetar experiências afetivas. Por meio dessa etapa, foi possível identificar e consolidar os Princípios de Design Emocional (pDEs) e os Princípios de Afetibilidade (pAfs). Assim, essa etapa gerou um framework analítico estruturado que serviu como base para as análises posteriores deste estudo.

Em seguida, a segunda etapa consistiu na aplicação do Método de Inspeção Semiótica (MIS) (SOUZA *et al.*, 2006), com o objetivo de mapear e caracterizar a proposta de design da plataforma. Nesta etapa, investigou-se como o TikTok comunica suas intenções de Design centrado nas Emoções, focando na emissão da metacomunicação pretendida. O resultado foi o mapeamento da proposta de design, descrevendo como a interface foi construída para comunicar intenções de engajamento e afetibilidade ao usuário.

Por fim, na última etapa, utilizou-se o Método de Inspeção Semiótica para Respostas Emocionais (MISE) para identificar as potenciais respostas emocionais que a interface pode despertar no usuário. Diferentemente da etapa anterior, que focou nas intenções do designer, esta etapa concentrou-se na análise dos potenciais efeitos da interação pretendida nas emoções do usuário. Por meio deste método, foi possível mapear como os elementos da

interface, previamente caracterizados, atuam efetivamente para estimular reações afetivas e comportamentais específicas, verificando se as estratégias de design identificadas possuem potencial para gerar as experiências emocionais propostas. A seguir, os principais resultados deste trabalho são apresentados e discutidos.

5 CARACTERIZAÇÃO DA PROPOSTA DE DESIGN DO TIKTOK

Esta seção apresenta os principais resultados da análise e caracterização do Design centrado nas Emoções adotado pelo TikTok. A subseção 5.1 apresenta uma visão geral do Método de Inspeção Semiótica (MIS) (SOUZA *et al.*, 2006). Em seguida, a subseção 5.2 detalha a proposta de design da plataforma obtida a partir da aplicação do MIS. Os resultados completos e detalhados podem ser consultados no apêndice A. Por fim, a subseção 5.3 descreve as estratégias de Design centrado nas Emoções adotadas pelo TikTok.

5.1 Visão Geral do Método de Inspeção Semiótica

O Método de Inspeção Semiótica (MIS) fundamenta-se na Teoria da Engenharia Semiótica (EngSem), uma teoria explicativa de Interação Humano-Computador (IHC) que permite compreender os fenômenos envolvidos no design, uso e avaliação de sistemas interativos (SOUZA *et al.*, 2006). Sob a ótica da EngSem, a interface é concebida como uma comunicação unidirecional e indireta do projetista aos seus usuários (i.e., uma metacomunicação), cujo objetivo é transmitir a visão sobre o público-alvo, os problemas que o sistema resolve e as formas de interação (SOUZA *et al.*, 2006). O usuário, por sua vez, compreende essa metacomunicação à medida que interage com a interface, interpretando a metamensagem composta por signos que a EngSem classifica como metalinguísticos, estáticos e dinâmicos (SOUZA *et al.*, 2006).

A avaliação de uma solução interativa por meio do MIS ocorre em cinco etapas (SOUZA *et al.*, 2006): (1) inspeção dos signos metalinguísticos; (2) inspeção dos signos estáticos; (3) inspeção dos signos dinâmicos; (4) contraste e comparação entre as mensagens identificadas e (5) apreciação da qualidade da metacomunicação. Nestas etapas, o especialista reconstrói a metamensagem proposta pelo projetista a partir da análise dos signos (passos 1 a 3), contrastando as mensagens geradas para explorar possíveis ambiguidades de significação pelo usuário (passo 4) e, finalmente, gerando uma versão unificada da metamensagem para consolidar a apreciação da qualidade do sistema (passo 5).

No contexto deste trabalho, o MIS é utilizado para além da identificação de rupturas de comunicação. Por meio de sua aplicação, torna-se possível identificar as estratégias de design adotadas, uma vez que a análise da emissão da metamensagem revela as intenções e decisões que guiam a interação e a experiência do usuário (FERREIRA *et al.*, 2017) (SOUZA *et al.*, 2010).

Na próxima seção, será apresentada a análise da interface do TikTok, realizada utilizando o MIS, indicando a proposta do projetista para o Design centrado nas Emoções bem como as estratégias adotadas por ele. A avaliação, cujos resultados detalhados estão apresentados no Apêndice A: (a) foi realizada no período de três semanas em Março de 2026 e (b) foi conduzida pelo primeiro autor do trabalho com conhecimento na aplicação do método nesse contexto de apreciação. O escopo da avaliação contemplou os principais cenários de uso do aplicativo, são eles: (1) criar conta; (2) consumir e interagir com o

conteúdo no fluxo contínuo da página “Para Você”; (3) alternar a navegação para os feeds “Seguindo” e “Amigos”; (4) acessar as configurações de bem-estar para gerenciamento de tempo de tela; e (5) realizar o fluxo de desativação ou exclusão da conta. Os resultados foram discutidos e validados por uma especialista com mais de 20 anos de experiência na área. A seguir, os principais resultados dessa etapa são apresentados.

5.2 Proposta de Design centrado nas Emoções do Tiktok

A partir da inspeção realizada com o Método de Inspeção Semiótica (MIS), foi possível verificar que a intenção principal do projetista do TikTok é fornecer um sistema digital altamente imersivo, focado no entretenimento rápido e na gratificação instantânea. O design da plataforma foi feito para estimular emoções positivas ligadas ao prazer, à satisfação visual e ao alívio do tédio, operando predominantemente nos níveis Visceral e Comportamental descritos por Norman ([NORMAN, 2004](#)).

Para atingir esse objetivo, a jornada do usuário se inicia com um fluxo de criação de conta projetado para ter o mínimo de barreiras possível. O usuário pode se autenticar rapidamente utilizando credenciais de outras redes sociais, e-mail ou telefone, fornecendo informações básicas como a data de nascimento e escolhendo um apelido inicial. Logo após esse fluxo inicial, o usuário é direcionado à página “Para Você” (For You), onde o projetista fornece uma interface minimalista em tela cheia combinada a um algoritmo de recomendação refinado. O consumo se dá por um fluxo contínuo, de play automático e pela rolagem vertical infinita (scroll infinito), eliminando botões de paginação e fundindo a navegação e o consumo em uma única ação fluida. Além desse feed automático, o sistema também oferece as abas “Seguindo” e “Amigos”. Elas permitem que o usuário escolha ver apenas os conteúdos das pessoas que acompanha ou de suas conexões recíprocas. Isso ajuda a equilibrar a imersão individual com a percepção social, conectando o usuário ao seu círculo de contatos dentro da plataforma.

Nesse sistema, o usuário é constantemente recompensado com novos estímulos visuais e sonoros. Ao interagir com os signos estéticos agrupados na lateral direita, o usuário recebe feedbacks positivos imediatos do sistema. Por exemplo, o clique no ícone de coração para curtir gera uma animação pulsante sobre o conteúdo visual. Da mesma forma, as ações de salvar ou republicar ativam banners dinâmicos informativos na tela. Essa resposta do sistema atua como um reforço positivo, validando a intenção do usuário e estimulando a recorrência da interação.

Apesar de incentivar essa interatividade contínua, o projetista demonstra ter consciência de que o engajamento ininterrupto pode gerar fadiga e uso problemático. Por isso, a proposta de Design centrado nas Emoções do Tiktok também engloba estratégias voltadas ao nível Reflexivo ([NORMAN, 2004](#)), oferecendo recursos de bem-estar digital como limites de tempo de tela e opções de exclusão da conta por uso excessivo. No entanto, essas opções para mitigar emoções negativas (ansiedade, perda de controle) ficam restritas aos signos metalinguísticos e menus de configuração, separadas da experiência principal de consumo de conteúdo. Para acessar essas ferramentas de autoconsciência, o usuário precisa abandonar o feed principal e navegar ativamente pelos menus estáticos em lista, acessando “Configurações e privacidade” e seus submenus. Esse mesmo padrão de fricção intencional é observado nas configurações de exclusão ou desativação da conta, que exigem do usuário um esforço para ler densos alertas de perda de dados, fornecer justificativas comportamentais e validar códigos de segurança temporizados. Dessa forma, as ferramentas de reflexão e controle ficam isoladas da experiência principal, em contraste aos recursos de

retenção do usuário, que são comunicados de forma mais explícita.

5.3 Estratégias de Design centrado nas Emoções adotadas pelo TikTok

Uma vez identificada a proposta do projetista do TikTok, buscou-se verificar como as decisões comunicadas na interface da plataforma se alinham com as estratégias de Design centrado nas Emoções presentes na literatura. O Quadro 4 relaciona as decisões adotadas pelo projetista, identificadas no MIS, com os princípios de Design centrado nas Emoções disponíveis na literatura e sumarizados anteriormente no Quadro 3.

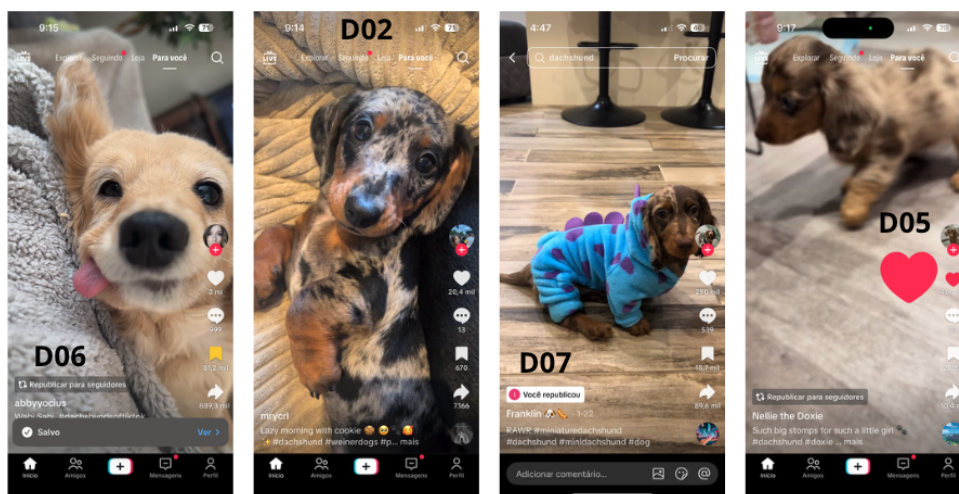
Quadro 4 – Estratégias de Design centrado nas Emoções Identificadas no TikTok

Cod.	Decisões do Projetista do TikTok	Exemplo de Aplicação no TikTok	Cód. Princípio de Design	Níveis de Design centrado nas Emoções
D01	Criação de conta e personalização inicial	O sistema oferece múltiplas opções de login rápido (redes sociais, telefone), permitindo a inserção fluida do usuário no sistema.	pAf3	Comportamental
D02	Interface em tela cheia	Vídeo ocupando toda a tela para diminuir referências externas e maximizar a imersão e o foco do usuário no vídeo.	pDE4	Comportamental
D03	Scroll infinito e carregamento automático	A interface exige apenas o gesto contínuo de deslizar para cima para carregar e reproduzir automaticamente novos vídeos, fundindo navegação e consumo.	pDE1, pDE4	Visceral e Comportamental
D04	Curadoria de conteúdo no feed “Para Você”	O algoritmo analisa comportamentos e adapta continuamente os vídeos entregues com base no tempo de visualização e histórico de interações, ajustando-se ao estado afetivo e aos interesses do usuário.	pDE3, pAf3	Comportamental
D05	Curtir conteúdo	O toque duplo no centro da tela gera a animação instantânea de um grande coração vermelho pulsante; tocar no ícone lateral também o preenche de vermelho como feedback visual imediato.	pDE2, pAf1, pAf6	Visceral
D06	Salvar conteúdo	Ao clicar, o ícone muda imediatamente para a cor amarela e um banner animado sobe na tela confirmando “Salvo”, gerando um feedback visual.	pDE2, pAf3	Visceral e Comportamental
D07	Republicar conteúdo	A seta abre um menu de envio e a opção “Republicar”. Ao acioná-la, um banner “Você republicou” com a foto do usuário é exibido, conectando a ação individual à rede de seguidores.	pDE2, pAf1, pAf4	Visceral e Comportamental
D08	Comentar conteúdo	Abre uma seção sobreposta ao vídeo, permitindo que o usuário expresse estados afetivos rapidamente via texto, emojis, vídeos ou curtindo comentários de terceiros.	pAf1, pAf4	Visceral e Comportamental
D09	Alternância para feeds “Seguindo” e “Amigos”	Abas fixas superiores e inferiores permitem ao usuário sair do feed governado pelo algoritmo e visualizar exclusivamente o conteúdo de contas que escolheu seguir ou de amigos.	pDE3, pAf3, pAf5	Reflexivo e Comportamental
D10	Gerenciamento de tempo de tela e pausas	Configurações ocultas no menu permitem criar lembretes de pausa e ler/criar afirmações positivas após longo tempo de uso.	pDE5	Reflexivo
D11	Acolhimento de justificativas na exclusão de conta	O fluxo de exclusão/desativação da conta oferece opções baseadas em motivos emocionais e comportamentais, como “Fico tempo demais no TikTok”.	pDE5	Reflexivo

Fonte: Gerado pela autora

Para ilustrar como essas estratégias se materializam na interface, a Figura 2 apresenta exemplos práticos das decisões do projetista do TikTok como: Salvar conteúdo (D06); Interface em tela cheia (D02); Republicar conteúdo (D07); e Curtir conteúdo (D05). Essas interfaces evidenciam os recursos focados em potencializar emoções positivas ligadas ao prazer, à satisfação visual e ao alívio do tédio, estando diretamente referenciadas pelos códigos da coluna ‘Cod. e Decisões do Projetista’ apresentada no Quadro 4.

Figura 2 – Feed em tela cheia e feedbacks das interações na plataforma



Fonte: Gerado pela autora

A partir da aplicação do MIS, conforme caracterizado no Quadro 4 e nos exemplos da Figura 2, foi possível identificar que o projetista do TikTok utiliza diferentes estratégias de Design centrado nas Emoções já conhecidas na literatura, que, segundo Norman (2004), Hayashi *et al.* (2015) e Primon (2024), contribuem para envolver, engajar e estimular o afeto do usuário no uso contínuo da aplicação. Por meio dessa caracterização foi possível observar que o projetista do TikTok utiliza de forma mais recorrente elementos focados nos níveis Visceral e Comportamental do Design centrado nas Emoções (NORMAN, 2004). Tais níveis são considerados motivacionais para promover o entretenimento e a retenção do usuário enquanto este faz uso da aplicação.

Em relação ao nível Reflexivo do Design centrado nas Emoções, foi possível observar que, embora o projetista comunique uma preocupação com o bem-estar digital ao oferecer ferramentas como o “Centro de Atividade” e limites de tempo, existe uma contradição prática na interface. Enquanto o consumo de vídeos flui livremente e sem barreiras, os recursos de autocontrole ficam escondidos em submenus. Essa escolha exige um alto esforço cognitivo do usuário e atua como uma fricção intencional, dificultando processos como a desativação ou exclusão da conta para reter o usuário no aplicativo.

Constatou-se também que o projetista faz uso dos três níveis de signos (estáticos, dinâmicos e metalinguísticos) para comunicar suas decisões relacionadas ao engajamento emocional no aplicativo. Entretanto, houve uma nítida distinção na carga de responsabilidade atribuída a cada tipo de signo. Por exemplo, os signos estáticos e dinâmicos operam em total conexão no feed “Para Você” para sustentar a imersão. Enquanto os signos estáticos preparam o ambiente, os signos dinâmicos entregam as recompensas imediatas e eliminam atrito cognitivo. Já os signos metalinguísticos foram majoritariamente utilizados nas funções de configuração e ferramentas reflexivas. Eles exigem que o usuário leia textos explicativos densos para gerenciar seu tempo ou justificar sua saída da rede, evidenciando que a metacomunicação da plataforma otimiza a fluidez (estático/dinâmico) para o consumo de vídeos, mas utiliza os textos (metalinguístico) para dificultar o abandono do aplicativo.

Considerando o exposto, os resultados do MIS permitiram caracterizar as intenções do projetista e as estratégias de Design centrado nas Emoções adotadas na interface do TikTok. Contudo, para explorar o potencial impacto prático dessas escolhas de design, a

próxima seção apresenta os resultados da aplicação do Método de Inspeção Semiótica para Respostas Emocionais (MISE) (SANTOS *et al.*, 2024). O objetivo do MISE passa a ser a investigação da recepção dessa metacomunicação, identificando quais respostas emocionais e comportamentais a plataforma potencialmente desperta nos usuários.

6 POTENCIAIS RESPOSTAS EMOCIONAIS DO TIKTOK

Conforme mencionado anteriormente, a terceira etapa desta pesquisa, consistiu em identificar as possíveis respostas emocionais que podem ser geradas a partir da interação com o TikTok. Para isso, foi conduzida uma avaliação utilizando o Método de Inspeção Semiótica para Respostas Emocionais (MISE) (SANTOS *et al.*, 2024), brevemente apresentado na subção 6.1. Os principais resultados desta etapa são apresentados na subseção 6.2, e os resultados completos estão disponíveis no Apêndice B.

6.1 Visão Geral do Método de Inspeção Semiótica para Respostas Emocionais

O Método de Inspeção Semiótica para Respostas Emocionais (MISE) (SANTOS *et al.*, 2024), referenciado na literatura internacional como SIME, é um método analítico focado na avaliação das possíveis respostas emocionais causadas por interfaces de usuário na Interação Humano-Computador. Portanto, enquanto o MIS foca em avaliar a emissão da metamensagem (i.e., as intenções e decisões de design), o MISE permite avaliar os potenciais efeitos emocionais gerados pela solução proposta (SOUZA *et al.*, 2006; SANTOS *et al.*, 2024).

A avaliação com o MISE ocorre em quatro etapas fundamentais: (1) Seleção de interfaces e elementos; (2) Classificação semiótica dos elementos da interface; (3) Identificação de domínios e octantes do Espaço Semântico Emocional; e (4) Caracterização das potenciais respostas afetivas (SANTOS *et al.*, 2024). A primeira etapa consiste na seleção de interfaces e elementos, na qual o especialista define o cenário de inspeção, bem como os elementos visuais e eventos de interação que serão inspecionados por serem considerados relevantes para o contexto da avaliação. Nesta etapa, o avaliador também pode optar por analisar um conjunto de elementos como um todo, caso eles componham um conceito unificado.

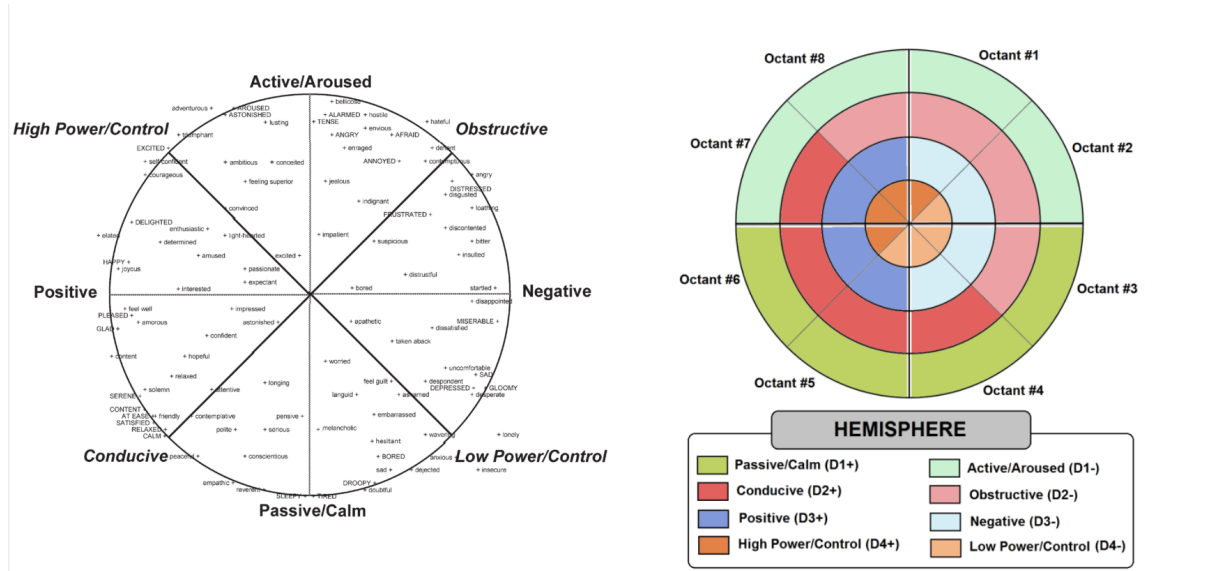
A segunda etapa envolve a classificação semiótica dos elementos da interface, baseando-se nas categorias de “Primeiridade”, “Secundidade” e “Terceiridade” de Peirce (1934). O método traduz essas categorias nas três classes de signos correspondentes: (a) os Signos Icônicos, que apresentam similaridades com um objeto real ou virtual; (b) os Signos Indicativos, que indicam uma consequência direta de uma interação; e (c) os Signos Informativos, que representam ideias integradas a um sistema de códigos ou convenções. A classificação dos elementos da interface em função dessas três categorias de signos é realizada através de um fluxograma com perguntas, que auxiliam na identificação e categorização do tipo de signo que melhor representa cada elemento avaliado (SANTOS *et al.*, 2024).

A terceira etapa consiste na identificação de domínios e octantes do Espaço Semântico Emocional de Scherer (SCHERER, 2005), conforme ilustrado na Figura 3. A partir da categoria de signo definida na etapa anterior, o avaliador utiliza perguntas estruturadas para correlacionar o elemento a quatro domínios bipolares: (a) Entusiasmo (Ativo/Excitado vs. Passivo/Calmo); (b) Condução de Objetivo (Conutivo vs. Obstrutivo); (c) Valência (Positivo vs. Negativo); e (d) Potencial de Enfrentamento (Alto vs. Baixo Controle).

No modelo de [Scherer \(2005\)](#), esses quatro domínios atuam como eixos que se cruzam, dividindo o espaço circular em oito partes, denominadas octantes. A relação entre eles ocorre de forma combinatória: cada octante é formado pela união simultânea de um polo de cada um dos quatro domínios. Assim, os octantes agrupam emoções prospectivas da interface que compartilham as mesmas características afetivas. Para facilitar o mapeamento dos resultados desta pesquisa e compreender a totalidade do Espaço Semântico Emocional de Scherer ([SCHERER, 2005](#)), os oito octantes do modelo são caracterizados da seguinte forma:

- Octante 1 – Tensão e Hostilidade: Reflete um estado ativo, associado a reações de alerta frente a obstáculos na interação. As emoções principais incluem: alerta (alarmed), tensão (tense), raiva (angry) e irritação (annoyed).
- Octante 2 – Frustração e Desgosto: Caracteriza um estado de aversão e negatividade durante a interação com a interface. As emoções centrais são: aflição (distressed), desgosto (disgusted) e frustração (frustrated).
- Octante 3 – Tristeza e Desânimo: Relaciona-se à passividade negativa profunda enquanto o usuário interage com a solução. Agrupa emoções principais como: infelicidade (miserable), tristeza (sad), melancolia (gloomy) e depressão (depressed).
- Octante 4 – Cansaço e Insegurança: Inclui emoções ligadas à exaustão e a conflitos reflexivos internos gerados ao longo da interação com o sistema. Apresenta emoções principais como: abatimento (droopy), cansaço (tired) e sonolência (sleepy).
- Octante 5 – Relaxamento e Imersão: Este estado é caracterizado por emoções que remetem à passividade e ao prazer ao longo da interação. No gráfico de Scherer, esse octante agrupa sentimentos como: empatia (empathetic), reverência (reverent), paz (peaceful) e conscienciosidade (conscientious).
- Octante 6 – Segurança e Controle: Reflete um estado de conforto onde o usuário sente domínio sobre a interação. As emoções mapeadas neste octante incluem: calma (calm), relaxamento (relaxed), satisfação (satisfied/content), serenidade (serene), além de confiança (confident), esperança (hopeful), atenção (attentive) e bem-estar (feel well).
- Octante 7 – Entusiasmo: Representa o engajamento ativo e dinâmico provocado pelas respostas do sistema. As emoções mapeadas neste octante incluem: contentamento (glad), prazer (pleased), alegria (joyous), felicidade (happy), entusiasmo (enthusiastic), interesse (interested), determinação (determined) e animação (excited).
- Octante 8 – Fascinação e Expectativa: Caracteriza-se por uma ativação positiva gerada pela antecipação ou surpresa com o conteúdo entregue pela interface, geralmente em situações onde o usuário possui baixo controle direto sobre o que o sistema irá exibir. Este octante engloba emoções como: o triunfo (triumphant), estar maravilhado/surpreso (astonished), desperto (aroused) e na expectativa (expectant).

Figura 3 – Octantes do Espaço Semântico Emocional de Scherer



Fonte: (SANTOS *et al.*, 2024)

Finalmente, a quarta etapa consiste na consolidação e análise dos dados, abrangendo a análise de incidência. Nesta etapa, o avaliador reúne todos os elementos analisados e determina os octantes com maior frequência através do cálculo da moda estatística (MORETTIN; BUSSAB, 2010). Caso a moda seja única, bimodal ou multimodal, interpretam-se os domínios associados para inferir o sentimento global provocado pela interface. Como resultado, o MISE produz uma lista de respostas emocionais prospectivas e possíveis, permitindo investigar, sem o alto custo de testes com usuários, se o design construído possui o potencial para atingir a experiência afetiva desejada (SANTOS *et al.*, 2024).

6.2 Identificação das Respostas Emocionais no TikTok

A avaliação com o MISE foi conduzida pelo primeiro autor do trabalho com conhecimento no método, no período de três semanas em Abril de 2026. O escopo desta etapa concentrou-se as principais decisões de design focadas em estimular emoções positivas, as quais foram previamente identificadas na etapa anterior desta pesquisa. Portanto, a análise com o MISE considerou as seguintes decisões/elementos: D02 - Interface em tela cheia, D03 - Scroll infinito e carregamento automático, D05 - Curtir conteúdo, D06 - Salvar conteúdo, D07 - Republicar conteúdo, D08 - Comentar conteúdo e D09 - Alternância para Feeds “Seguindo” e “Amigos”. Em contrapartida, as decisões: D01 - Criação de conta e personalização inicial, D04 - Curadoria de conteúdo no feed “Para Você”, D10 - Gerenciamento de tempo de tela e pausas e D11 - Acolhimento de justificativas na exclusão de conta, foram desconsideradas desta análise por abordarem questões de criação de conta e configurações do sistema, distanciando-se do fluxo principal de consumo e engajamento da plataforma. Vale ressaltar que os resultados obtidos a partir desse escopo delimitado foram, posteriormente, discutidos e validados por uma especialista com mais de 20 anos de experiência na área.

A partir da aplicação do MISE, constatou-se que as estratégias de design do TikTok tendem a despertar respostas emocionais predominantemente positivas e condutivas no Espaço Semântico Emocional (SCHERER, 2005). A análise revelou que as possíveis respostas emocionais geradas se concentram nos sentimentos de: Relaxamento e Imersão

(Octante 5); Segurança e Controle (Octante 6); e Entusiasmo (Octante 7). O Quadro 5 apresenta um mapeamento entre os tipos de respostas emocionais que a interface do TikTok pode gerar e as decisões de Design centrado nas Emoções dessa plataforma que têm o potencial de gerar esses sentimentos.

Quadro 5 – Possíveis Respostas Emocionais Identificadas com o MISE

Octante	Emoções despertadas	Cod.	Decisões do Projetista do TikTok
5	Relaxamento e Imersão	D02	Interface em tela cheia
6	Segurança e Controle	D05	Curtir conteúdo
		D06	Salvar conteúdo
		D07	Republicar conteúdo
		D08	Comentar conteúdo
		D09	Alternância para feeds “Seguindo” e “Amigos”
7	Entusiasmo	D03	Scroll infinito e carregamento automático
		D05	Curtir conteúdo

Fonte: Gerado pela autora

Conforme evidenciado no Quadro 5, o sentimento de Relaxamento e Imersão (Octante 5) é gerado por decisões que visam promover o consumo passivo e automático de conteúdo. O objetivo dessas escolhas é exigir o menor esforço cognitivo possível, induzindo o usuário a uma absorção pacífica e fluida do vídeo, o que minimiza a necessidade de tomadas de decisão ou de um controle ativo da interface (ENTRENA-SERRANO, 2025).

O sentimento de Segurança e Controle (Octante 6) é despertado por decisões que visam reafirmar a competência do usuário e anular qualquer atrito cognitivo. Esse conforto afetivo é alcançado, primeiramente, por meio de validações claras e imediatas a cada interação realizada. Além disso, a plataforma disponibiliza recursos que permitem a socialização sem interromper a visualização principal. Por fim, a experiência é complementada por espaços que devolvem ao usuário sua autonomia de escolha, permitindo-o navegar fora do feed imposto pelo algoritmo.

Por fim, o sentimento de Entusiasmo (Octante 7) é gerado por estratégias que visam atuar como um sistema de recompensas comportamentais instantâneas. O intuito é estimular o usuário dinamicamente, combinando a entrega acelerada e ininterrupta de novidades com feedbacks visuais vibrantes a cada mínima demonstração de engajamento na plataforma.

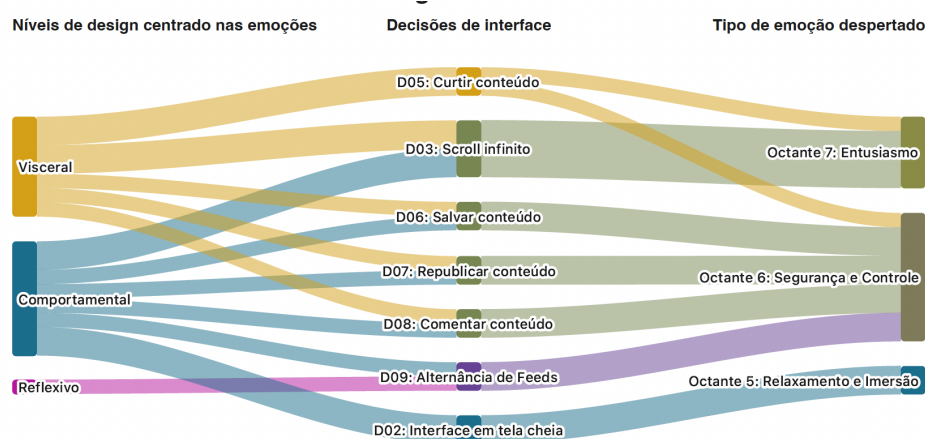
Dessa forma, a avaliação por meio do MISE indica que o design do TikTok articula seus signos icônicos, indicativos e informativos de maneira estratégica. A combinação entre esses elementos pode explicar a eficácia do sistema em reter a atenção do usuário, diminuindo frustrações e aumentando a imersão, o que gera um engajamento contínuo e emoções positivas durante o uso da plataforma. Considerando o exposto, os resultados do MISE indicam que as possíveis respostas emocionais estão alinhadas com a intenção do design identificada no MIS, conforme será discutido na próxima seção.

7 DISCUSSÃO E LIMITAÇÕES DOS RESULTADOS

A análise da interface do TikTok revela uma intenção deliberada para a manutenção de um fluxo afetivo positivo sem interrupções, onde as decisões de design atuam como mediadoras entre o processamento cognitivo e as respostas emocionais do usuário. Ao relacionar as intenções de design caracterizadas a partir do MIS (SOUZA *et al.*, 2006), com as potenciais respostas emocionais identificadas a partir do MISE (SANTOS *et al.*, 2024), observa-se uma compatibilidade estratégica entre o que foi projetado e as possíveis reações despertadas. Essa convergência de estratégias está sintetizada no gráfico da Figura 4, que

detalha o “Fluxo de Design Emocional no TikTok”. A figura evidencia a relação direta entre: (a) os níveis de Design centrado nas Emoções; (b) as decisões de design aplicadas; e (c) as possíveis respostas emocionais geradas pela plataforma.

Figura 4 – Mapeamento das Estratégias de Design centrado nas Emoções no TikTok



Fonte: Gerado pela autora

Os resultados evidenciam que a experiência no TikTok é sustentada entre os níveis Visceral e Comportamental do Design centrado nas Emoções. O nível Visceral, materializado na interface por meio de estímulos sensoriais rápidos e feedbacks visuais instantâneos, conduz o usuário a duas frentes afetivas distintas. Primeiramente, ele desperta o sentimento de Entusiasmo (Octante 7) através de recompensas dinâmicas que geram picos imediatos de energia e mantêm o usuário em um estado ativo de prontidão para o próximo conteúdo. Adicionalmente, tais decisões de design podem contribuir para despertar Segurança e Controle (Octante 6).

Além disso, a partir da análise e conforme evidenciado na Figura 4, os níveis Visceral e Comportamental se conectam ao Entusiasmo (Octante 7) especificamente por meio da união entre o consumo contínuo e as interações imediatas de validação, visando despertar o engajamento do usuário com estímulos dinâmicos. Contudo, essa associação entre a resposta estética e a facilidade de uso não serve apenas para gerar picos de energia. A convergência entre os dois níveis, presente também nas ações de salvar, republicar e comentar, leva simultaneamente ao sentimento de Segurança e Controle (Octante 6). Na prática, isso ocorre porque a plataforma utiliza esses feedbacks visuais para validar instantaneamente as ações do usuário, criando uma zona de conforto onde ele se sente seguro e no domínio da interface.

Simultaneamente, o nível Comportamental se materializa por meio de decisões focadas na extrema fluidez, na automatização do consumo e na diminuição de atritos cognitivos. Essa estrutura de facilidade interativa leva aos sentimentos de Relaxamento e Imersão (Octante 5) e também reforça a Segurança e Controle (Octante 6). Na prática, isso significa que a interface reduz o esforço mental, tornando a navegação passiva e confortável. Como o usuário pode socializar sem interromper o consumo do vídeo, o tempo de permanência é maximizado. O resultado é uma experiência blindada contra frustrações.

Em contrapartida, o nível Reflexivo possui uma atuação limitada no fluxo, conectando-se unicamente à estratégia D09 - Alternância para feeds “Seguindo” e “Amigos”, que leva ao sentimento de Segurança e Controle (Octante 6). O gráfico mostra que, na experiência principal de consumo, a única funcionalidade que exige um pensamento consciente do

usuário é a decisão voluntária de sair do feed automatizado para visualizar exclusivamente os conteúdos de sua própria rede, “Seguindo” ou “Amigos”. Na prática, isso significa que a plataforma restringe a necessidade de reflexão a essa única ação de retomada de autonomia, que serve para devolver ao usuário a sensação de domínio sobre a interface. A limitação do nível Reflexivo a esse único ponto do fluxo reflete a intenção de projetar uma navegação majoritariamente livre de atritos. A proposta é potencializar o engajamento do usuário por meio dos estímulos automatizados dos níveis Visceral e Comportamental.

Embora os resultados apresentados neste artigo sejam relevantes, o estudo apresenta limitações que devem ser consideradas. O escopo da avaliação restringiu-se à interface do TikTok, não abrangendo outros sistemas de plataformas concorrentes de vídeos curtos. Além disso, a aplicação de métodos de inspeção analíticos gera uma lista de intenções de design (MIS) e possíveis respostas emocionais (MISE), o que significa que a pesquisa não incluiu testes empíricos com seres humanos para validar tais percepções na prática. Contudo, essas restrições não invalidam a relevância deste trabalho.

Contudo, essas restrições não invalidam a relevância deste trabalho. As estratégias identificadas podem ser utilizadas: (a) para engajar usuários em outras plataformas similares de vídeos curtos, servindo de referência para o design de novas interfaces; e (b) para fomentar a reflexão dos usuários sobre os potenciais impactos, inclusive na saúde mental, que tais escolhas de design podem gerar durante o tempo de interação. A análise do TikTok permite compreender como a plataforma aborda o Design centrado nas Emoções, tanto em sua interface quanto em suas interações. Além disso, os resultados obtidos a partir do MISE permitem compreender os potenciais efeitos emocionais que essas escolhas de design geram nos usuários. Essa compreensão é útil para projetar e avaliar soluções semelhantes que buscam potencializar emoções positivas, oferecendo um referencial prático para o desenvolvimento de novas interfaces.

8 CONCLUSÕES E TRABALHOS FUTUROS

Este trabalho teve como objetivo central explorar a aplicação de estratégias de Design centrado nas Emoções na interface do TikTok. Por meio de uma abordagem metodológica qualitativa buscou-se compreender como a plataforma instrumentaliza elementos visuais e interativos para comunicar intenções afetivas e influenciar a experiência de uso.

Como principal contribuição, os resultados obtidos promovem uma expansão do conhecimento acerca da existência e da aplicação de estratégias voltadas para potencializar um design focado nas emoções e na construção intencional de interfaces afetivas. A pesquisa evidenciou como a plataforma articula os princípios de design emocional e de afetibilidade em decisões reais de interface para potencializar a imersão e a retenção do usuário durante a interação.

Adicionalmente, os resultados apresentados fornecem reflexões e recomendações para guiar o design e a avaliação de futuras plataformas de vídeos curtos. Ao demonstrar como os recursos interativos e o fluxo contínuo podem gerar respostas emocionais ligadas ao relaxamento, segurança e entusiasmo, o estudo destaca o papel da interface em modular a atenção e o envolvimento afetivo. Essas evidências podem incentivar profissionais da área a projetarem ecossistemas digitais mais responsáveis, promovendo experiências centradas no bem-estar e em emoções genuinamente positivas para o usuário, mitigando os riscos associados ao uso excessivo e automatizado.

Por fim, como desdobramento desta pesquisa e visando contornar a limitação do uso

exclusivo de métodos de inspeção analíticos, sugere-se como trabalhos futuros a realização de avaliações na perspectiva dos usuários. O intuito dessas investigações será investigar se os potenciais efeitos da comunicação pretendida e emitida pelo design do TikTok de fato se refletem na experiência de uso real. Dessa forma, será possível compreender de maneira mais profunda os impactos afetivos vivenciados durante a interação real. Além disso, a análise permitirá observar como esses aspectos se manifestam em diferentes perfis de usuários.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, S. D. J.; SILVA, B. S. d.; SILVEIRA, M. S.; GASPARINI, I.; DARIN, T.; BARBOSA, G. D. J. **Interação Humano-Computador e Experiência do Usuário**. [S.l.]: Autopublicação, 2021. ISBN 978-65-00-19677-1. Citado na página 2.

ENTRENA-SERRANO, C. Watch, scroll, repeat: How interface design shapes consumptive curation affordances on tiktok. **Social Media+ Society**, SAGE Publications Sage UK: London, England, v. 11, n. 3, p. 20563051251358529, 2025. Citado 6 vezes nas páginas 1, 2, 3, 4, 5 e 14.

FERREIRA, R. S.; BARBOSA, G. A.; ANDRADE, C.; SILVA, I. S.; COUTINHO, F. R. Caracterização de opressão de gênero em redes sociais a partir de violações dos princípios de afetibilidade: Um estudo de caso no facebook. In: SBC. **Simpósio Brasileiro de Sistemas Colaborativos (SBSC)**. [S.l.], 2017. p. 1486–1500. Citado 3 vezes nas páginas 3, 4 e 7.

HAYASHI, E. C. S.; POSADA, J. E. G.; PEREIRA, R.; BARANAUSKAS, M. C. C. Exploring principles for affectibility in the design of mobile applications. In: **Proceedings of the 14th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems**. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2015. (IHC '15). ISBN 9781450353625. Disponível em: <<https://doi.org/10.1145/3148456.3148465>>. Acesso em: 13 set. 2025. Citado 4 vezes nas páginas 1, 3, 4 e 10.

LI, H.; ZHANG, W.; SHAHRI, B.; CHEN, Z. *et al.* Emotional design in transforming excessive social media use: A case study on young adults' overuse of short-form video products. In: **DS 131: Proceedings of the International Conference on Engineering and Product Design Education (E&PDE 2024)**. [S.l.: s.n.], 2024. p. 360–365. Citado 5 vezes nas páginas 1, 2, 3, 4 e 5.

MORETTIN, P. A.; BUSSAB, W. d. O. **Estatística básica**. [S.l.]: Saraiva, 2010. Citado na página 13.

NORMAN, D. Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. In: _____. [S.l.: s.n.], 2004. v. 27. ISBN 0465051359. Citado 5 vezes nas páginas 1, 2, 3, 8 e 10.

PEIRCE, C. S. **Collected papers of charles sanders peirce**. [S.l.]: Harvard University Press, 1934. v. 5. Citado na página 11.

PRIMON, M. A. C. Emotionally intelligent user interface of social media: The role of emotional intelligence in user interface design and ux pattern of social media on human behavior. 2024. Citado 6 vezes nas páginas 1, 2, 3, 4, 5 e 10.

SANTOS, M. C. D. S.; SILVA, L. Z.; RODRIGUES, K. R. d. H.; NERIS, V. P. d. A. Sime-an analytical method for evaluating emotional responses in human-computer interaction. In: **Proceedings of the XXIII Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems**. [S.l.: s.n.], 2024. p. 1–12. Citado 5 vezes nas páginas 1, 6, 11, 13 e 14.

SCHERER, K. R. What are emotions? and how can they be measured? **Social science information**, Sage Publications Sage CA: Thousand Oaks, CA, v. 44, n. 4, p. 695–729, 2005. Citado 3 vezes nas páginas 11, 12 e 13.

SOUZA, C. S. de; aO, C. F. L.; PRATES, R. O.; SILVA, E. J. da. The semiotic inspection method. In: **Proceedings of VII Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems**. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery, 2006. (IHC '06), p. 148–157. ISBN 1595934324. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/1298023.1298044>. Acesso em: 18 out. 2025. Citado 6 vezes nas páginas 1, 4, 6, 7, 11 e 14.

SOUZA, C. S. de; LEITÃO, C. F.; PRATES, R. O.; BIM, S. A.; SILVA, E. J. da. Can inspection methods generate valid new knowledge in hci? the case of semiotic inspection. **International Journal of Human-Computer Studies**, Elsevier, v. 68, n. 1-2, p. 22–40, 2010. Citado na página 7.

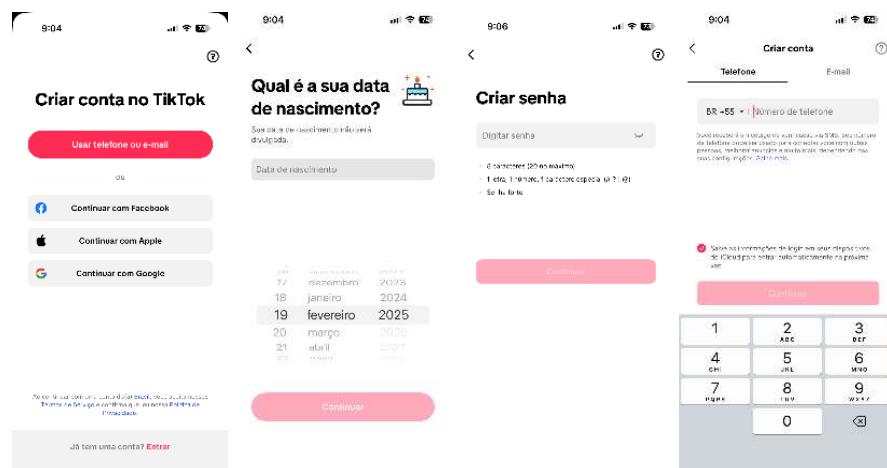
APÊNDICE A – Relatório de MIS do TikTok

Relatório da avaliação do TikTok utilizando o MIS Ivia Marques Pereira Costa

1. Passo 01: Análise dos Signos Metalinguísticos

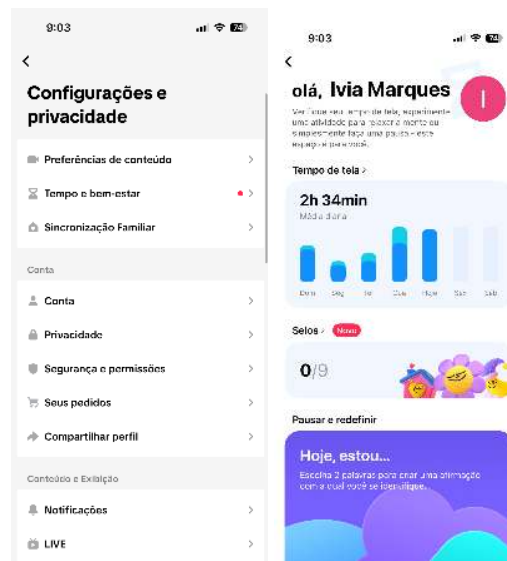
1.1. Lista dos signos metalinguísticos inspecionados:

- Textos instrucionais nas telas de criação de conta e login
- Mensagens, justificativas e alertas no fluxo de exclusão/desativação da conta
- Telas explicativas do "Centro de atividade" e "Tempo de tela", incluindo afirmações positivas e selos



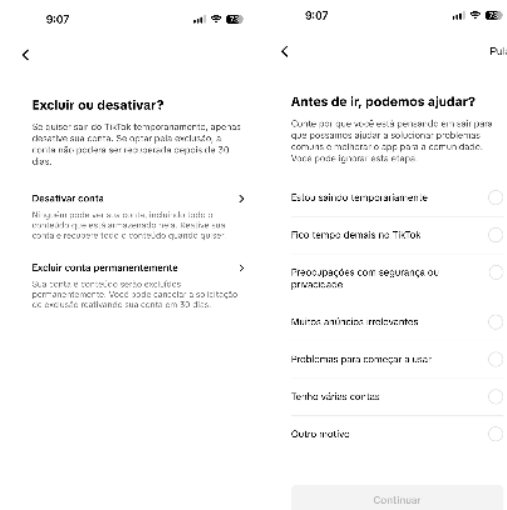
Evidência 01

Evidência 01 – Instruções de Criação de Conta



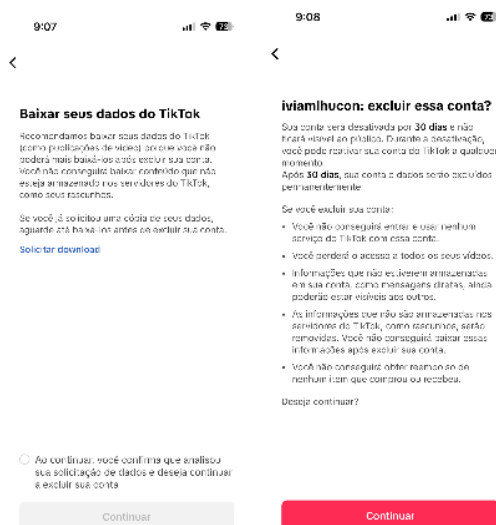
Evidência 02

Evidência 02 – Painel de Bem-estar Digital



Evidência 03

Evidência 03 – Fluxo e Justificativas de Exclusão



Evidência 04

Evidência 04 – Alertas de Consequência de exclusão de conta

1.3. Metamensagem do TikTok transmitida (apenas) pelos signos metalinguísticos:

- Quem é você: Um usuário que busca entretenimento, mas que também pode se preocupar com o tempo de uso, com sua privacidade ou que deseja pausar o uso da plataforma [Evidência 01][Evidência 02][Evidência 03].
- O que você quer ou precisa fazer: Eu entendi que você precisa gerenciar sua conta e, ocasionalmente, pode querer ferramentas para monitorar seu tempo de tela. Em alguns casos, você pode querer justificar sua saída [Evidência 02][Evidência 03].
- O sistema que criei para você: Criei um sistema que reconhece suas necessidades de bem-estar digital, oferecendo painéis analíticos e lembretes amigáveis [Evidência 02].
- O que você pode ou deve fazer para utilizar: Você pode consultar suas estatísticas médias de uso semanal, criar afirmações para se identificar e, se desejar excluir a conta, deve ler as orientações, baixar seus dados e confirmar a exclusão sabendo que perderá acesso aos vídeos permanentemente após 30 dias [Evidência 02][Evidência 04].

1.4. Potenciais problemas encontrados na análise dos signos metalinguísticos

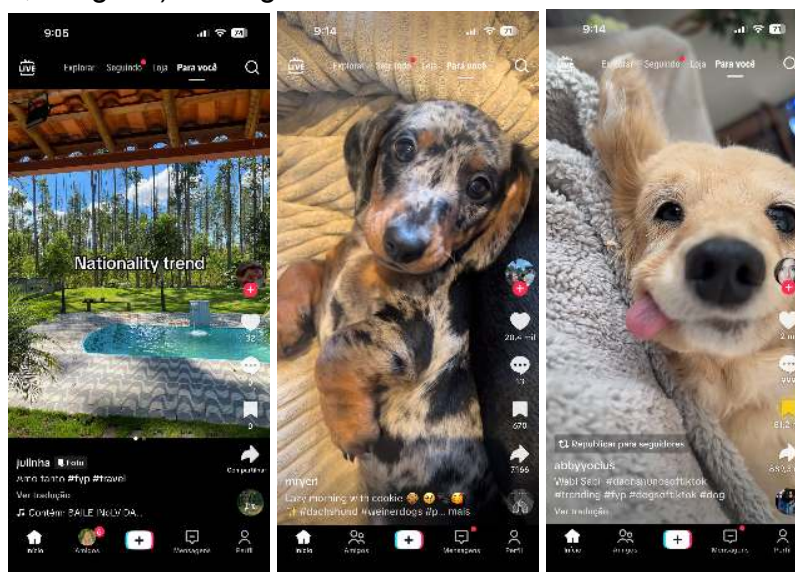
- [PSM01 - Contraste cognitivo na saída da plataforma] Os textos explicativos para deletar a conta e a exigência de justificar a saída criam uma carga de leitura alta [Evidência 03][Evidência 04]. Isso pode desencorajar o usuário a finalizar a ação, retendo-o na plataforma.

2. Passo 02: Análise dos Signos Estáticos

2.1. Lista dos signos estáticos inspecionados:

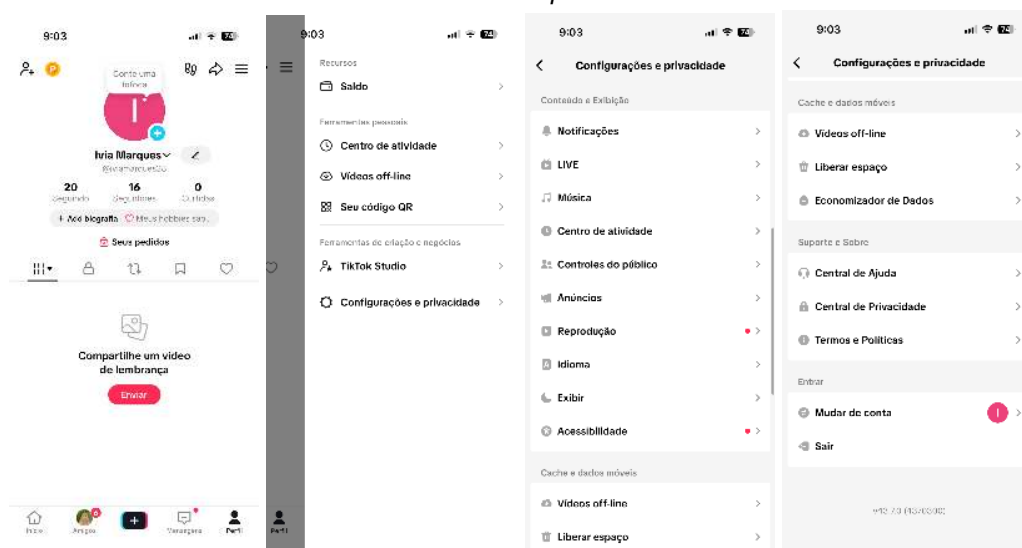
- Layout da página principal ("Para você") em tela cheia e disposição dos ícones de ação.
- Interface em janela sobreposta (modal) para seção de comentários.
- Estrutura de menus de Configurações e Privacidade
- Abas de navegação de feeds alternativos ("Seguindo" no topo e "Amigos" na barra inferior)

2.2. Evidências (i.e., imagens) dos signos estáticos analisados



Evidência 05

Evidência 05 – Tela Principal Imersiva



Evidência 06

Evidência 06 – Arquitetura de Menus Ocultos

acessar para que você possa filtrar sua experiência. [Evidência 08]

- O sistema que criei para você: Criei uma interface minimalista e focada no vídeo, onde as barras de status tradicionais muitas vezes desaparecem. Os botões de interação (curtir, comentar, favoritar e compartilhar) estão dispostos lateralmente de forma agrupada [Evidência 05].
- O que você pode ou deve fazer para utilizar: Você pode interagir facilmente acessando os ícones brancos laterais com o polegar. Para ajustes sistêmicos, você deve navegar por menus estáticos em lista textuais sucessivos [Evidência 05][Evidência 06].

2.4. Potenciais problemas encontrados na análise dos signos estáticos

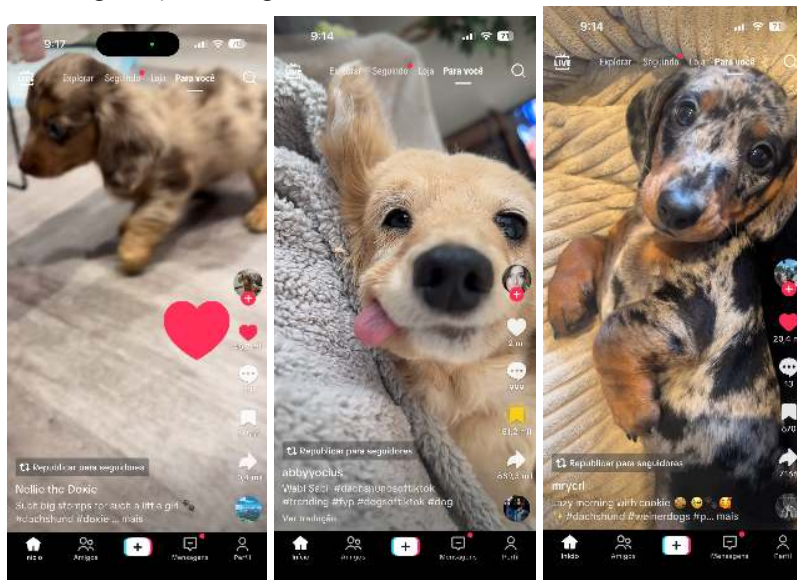
- [PSE01 – Ocultação de recursos reflexivos] Enquanto os elementos de consumo e prazer (curtir, comentar, compartilhar) têm destaque visual na tela principal [Evidência 05], os recursos de bem-estar estão escondidos atrás de múltiplos níveis na arquitetura de menus [Evidência 06], dificultando sua descoberta.

3. Passo 03: Análise dos Signos Dinâmicos

3.1. Lista dos signos dinâmicos inspecionados:

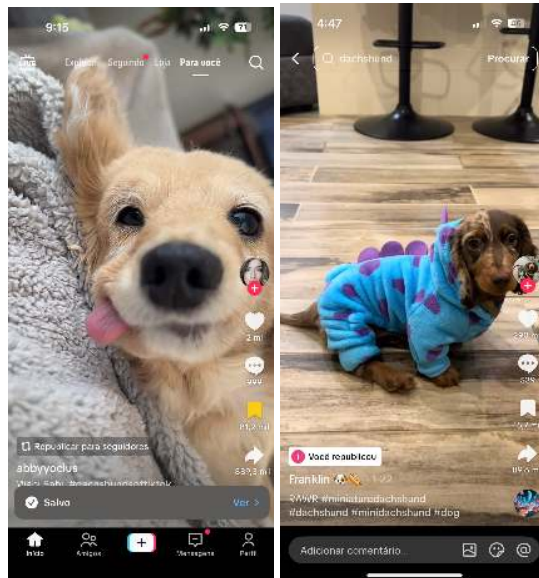
- Navegação por "Scroll" vertical infinito
- Microinterações e animações de feedback
- Inserção de código de validação e pop-ups de fricção temporal na saída.

3.2. Evidências (i.e., imagens) dos signos dinâmicos analisados

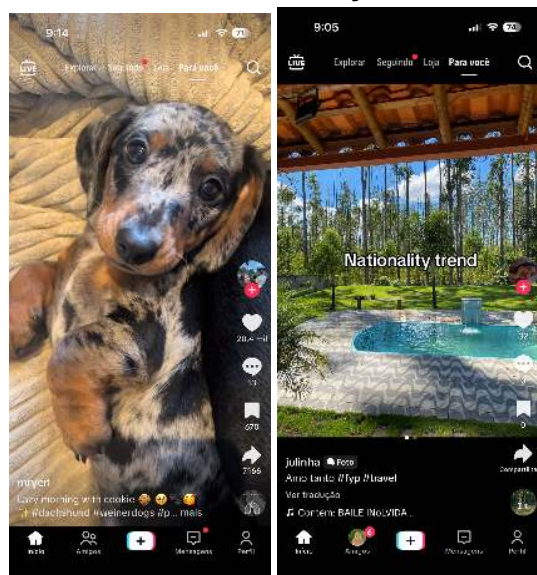


Evidência 09

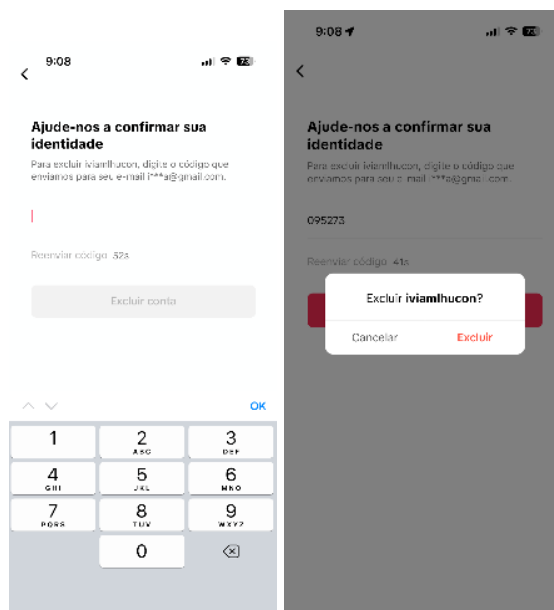
Evidência 09 – Feedback Visual Imediato



Evidência 10
Evidência 10 – Microinterações



Evidência 11
Evidência 11 – Scroll infinito e play automático



Evidência 12

Evidência 12 – Modais de Atrito

3.3. Metamensagem do TikTok transmitida (apenas) pelos signos dinâmicos

- Quem é você: Um usuário em busca de alívio rápido do tédio e recompensas comportamentais imediatas [Evidência 09][Evidência 10].
- O que você quer ou precisa fazer: Consumir entretenimento em fluxo ininterrupto, reagindo de forma rápida [Evidência 09][Evidência 10].
- O sistema que criei para você: Criei um ecossistema que não exige cliques para mudar de página. Ele carrega automaticamente o próximo conteúdo ao menor deslizar de dedos [Evidência 10].
- O que você pode ou deve fazer para utilizar: Deslize para cima para o próximo vídeo. Dê dois toques rápidos para acionar imediatamente a grande animação vermelha de validação da sua curtida [Evidência 09]. Para sair ou deletar o perfil, você deve obrigatoriamente preencher códigos e passar por etapas com modais de interrupção [Evidência 11].

3.4. Potenciais problemas encontrados na análise dos signos dinâmicos

- [PSD01 – Eliminação do atrito e perda de controle] O scroll infinito anula pontos de parada, podendo induzir vício e perda do controle. Em contrapartida, ações como exclusão de conta são bombardeadas com atrito dinâmico intencional, exigindo códigos temporizados que atrasam a decisão de abandonar a plataforma [Evidência 11].

4. Análise Comparativa & Síntese

4.1. Metamensagem Consolidada (i.e., unificada) do TikTok (considerando os três níveis de signos em conjunto)

Legenda:

Conteúdo expresso apenas pelos signos metalinguísticos

Conteúdo expresso apenas pelos signos estáticos

Conteúdo expresso apenas pelos signos dinâmicos

Conteúdo expresso pelos signos estáticos e dinâmicos

Conteúdo expresso nos 3 níveis de signo (i.e., metalinguísticos, estáticos e dinâmicos)

- **Quem é você:** Um usuário que busca entretenimento e consumo de conteúdo contínuo [Evidência 05][Evidência 09][Evidência 10], mas que também pode se preocupar com o tempo de uso, com sua privacidade ou que deseja pausar o uso da plataforma [Evidência 01][Evidência 02][Evidência 03].
- **O que você quer ou precisa fazer: (Formas que prefere fazer e por quê?):** Eu entendi que você quer consumir vídeos e gerenciar sua experiência [Evidência 01][Evidência 05][Evidência 09]. Para isso, você busca um fluxo imersivo, livre de distrações, onde você reage a estímulos e é instantaneamente recompensado [Evidência 05][Evidência 09][Evidência 10]. No entanto, compreendo que você valoriza suas conexões reais. Por isso, disponibilizei abas dedicadas ('Seguindo' e 'Amigos') para que você possa alternar ativamente o contexto do seu feed, permitindo que você consuma de forma exclusiva os vídeos das pessoas que você admira ou dos seus amigos mútuos [Evidência 08]. Ocasionalmente, você quer ferramentas para monitorar seu tempo de tela ou justificar seus motivos para sair da plataforma [Evidência 02][Evidência 03].
- **O sistema que criei para você:** Diante disso, criei para você o TikTok [Evidência 01][Evidência 05][Evidência 09]. Um ecossistema focado no nível visceral e comportamental com interface minimalista em tela cheia que elimina botões de próxima página usando autoplay constante [Evidência 05][Evidência 10]. Criei também recursos textuais de design reflexivo que reconhecem suas necessidades de bem-estar digital, oferecendo painéis analíticos e limites [Evidência 02].
- **O que você pode ou deve fazer para utilizar?** Você deve navegar e interagir ativamente [Evidência 05][Evidência 09]. Apenas deslize a tela para cima infinitamente. Quando algo lhe agrada, você pode interagir utilizando os ícones acessíveis pelo polegar ou dando dois toques na tela para ver a animação imediata de validação [Evidência 05][Evidência 09][Evidência 10]. Para ajustes de conta e encontrar seus recursos de saúde mental, você deve navegar ativamente por arquiteturas em lista nas configurações [Evidência 06]. Se você tentar sair ou deletar o app, enfrentará modais de interrupção cronometrados [Evidência 11] e deve ler fluxos extensos para confirmar a exclusão e baixar seus dados [Evidência 03][Evidência 04].

4.2. Potenciais problemas de comunicabilidade encontrados no TikTok

- [PP01 – Metalinguístico X Dinâmico: Contradição do Bem-Estar Digital] Há uma grave inconsistência nas estratégias adotadas. Os signos metalinguísticos comunicam preocupação com a fadiga do usuário ("Verifique seu tempo de tela" / "Fico tempo demais"). Contudo, os signos dinâmicos operam de forma diametralmente oposta: o autoplay e o scroll eliminam atritos cognitivos para dificultar que o usuário faça pausas voluntárias. A plataforma "discursa" sobre controle (Metalinguístico), mas atua para diminuir o controle (Dinâmico).
- [PP02 – Estático X Dinâmico: A Barreira da Exclusão] Existe uma ruptura de esforço. Criar o perfil é fácil e rápido, mas localizar a exclusão (Estático [Evidência 06]) e passar pelas telas de validação (Dinâmico [Evidência 11] e Metalinguístico [Evidência 03]) demanda alta retenção textual e fricção intencional, o que pode desencorajar o abandono da plataforma.

4.3. Apreciação Final

Conclui-se que o projetista do TikTok explora de maneira extremamente polida a comunicabilidade em seus níveis Visceral e Comportamental, com interfaces estáticas e dinâmicas perfeitamente alinhadas para garantir máxima retenção e afeto instantâneo.

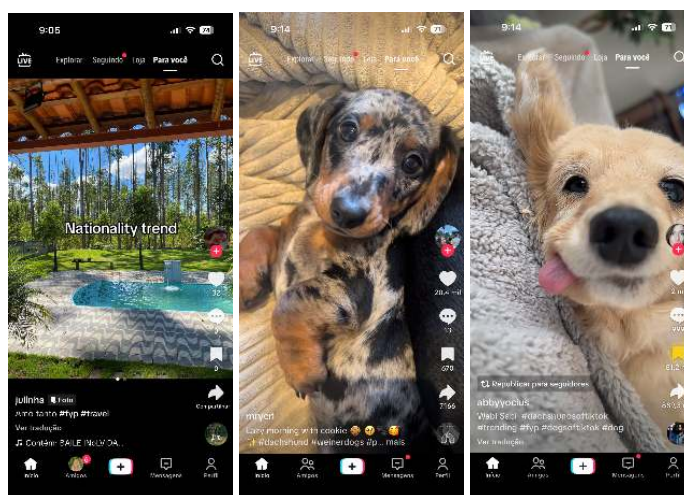
Entretanto, as estratégias de nível Reflexivo (projetadas para lidar com emoções maduras e autocontrole) são deslocadas intencionalmente para submenus, recaindo quase que inteiramente na dependência da comunicação por Signos Metalinguísticos (Textos) ocultos. Diferente de falhas acidentais de design, o MIS aponta que essas escolhas estruturais — como o atrito proposital no fluxo de saída contrapondo a extrema fluidez no fluxo de consumo infinito — parecem compor uma comunicação intencional para maximizar o engajamento a todo custo.

APÊNDICE B – Relatório de MISE do TikTok

Relatório da avaliação do TikTok utilizando o MISE Ivia Marques Pereira Costa

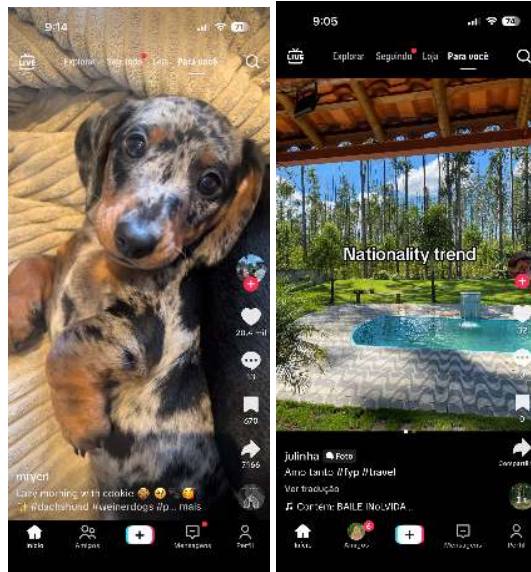
1. Avaliação de D2 (Interface em tela cheia) e D3 (Scroll infinito com carregamento automático)

1.1. **Passo 1 (Seleção):** Os elementos avaliados são o vídeo ocupando a totalidade da tela (Evidência 01) e o evento de deslizar o dedo verticalmente para carregar e reproduzir imediatamente um novo conteúdo (Evidência 2).



Evidência 01

Evidência 01 – Tela Principal Imersiva

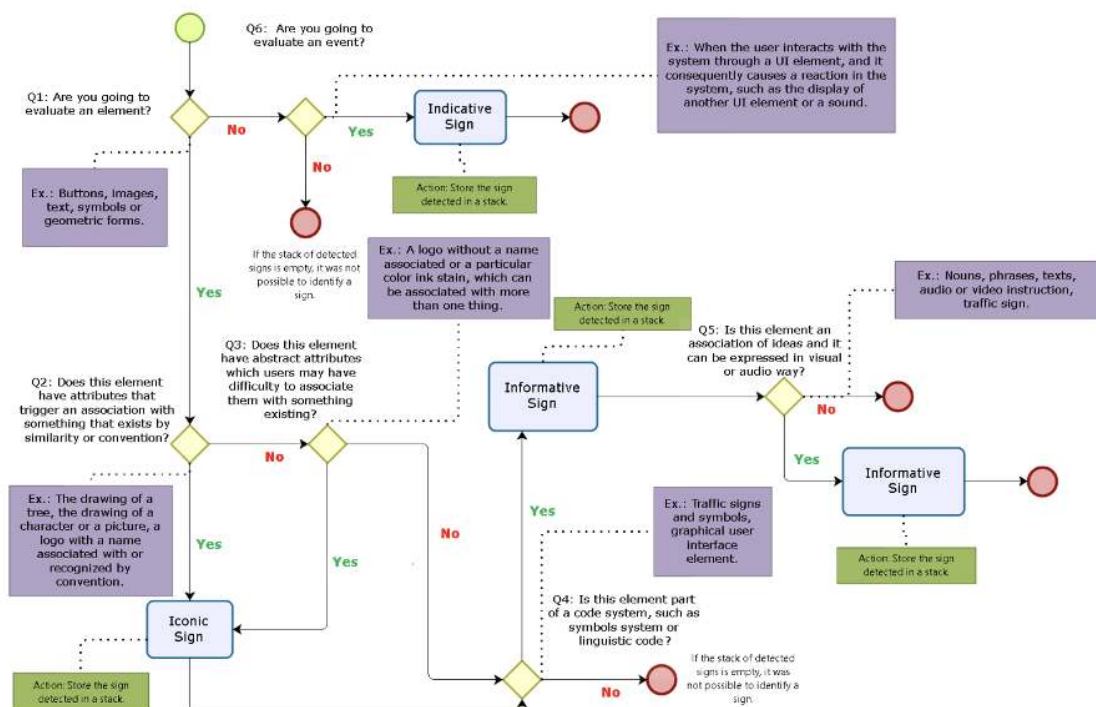


Evidência 2

Evidência 2 – Scroll infinito e play automático

1.2 Passo 2 (Categorização Semiótica):

- O vídeo em tela cheia funciona como um Signo Icônico (apresenta similaridade visual com a realidade).
- O evento de rolagem (scroll) que desencadeia a reprodução do próximo vídeo atua como um Signo Indicativo (uma ação do usuário indica uma consequência direta no sistema).



1.3 Passo 3 (Identificação de Domínios):

- **Ícônico (Vídeo em tela cheia):** Surge de uma ação passiva via autoplay (octantes 3,4,5,6), é positivo para o entretenimento (5,6,7,8), gera um estado de baixo controle pois o sistema dita o consumo (2,3,4,5) e é condutivo para prender a atenção (4,5,6,7). Interseção: Octante 5

Iconic Sign	Does the element appear from a passive or active action of users? ☐	Active (1,2,7,8) or Passive (3,4,5,6)	① ② ● ● ● ● ⑦ ⑧
	Is the element something positive or negative? ☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ●
	Can users control the element? ☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	① ● ● ● ● ⑥ ⑦ ⑧
	Does the element obstruct users to achieve their goals? ☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ⑧

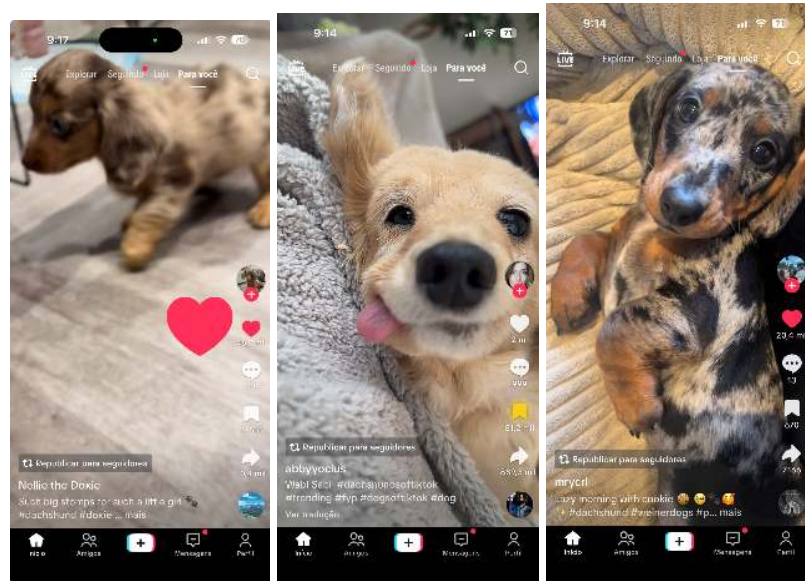
- **Indicativo (Scroll infinito):** Causa excitação/arousal devido à entrega rápida de novos estímulos (1,2,7,8), sua consequência é positiva ao aliviar o tédio (5,6,7,8), o usuário tem alto controle sobre a ação de deslizar (1,6,7,8) e é condutivo (4,5,6,7). Interseção: Octante 7

Indicative Sign	Does the event cause calm or arousal in users? ☐	Arouse (1,2,7,8) or Calm (3,4,5,6)	● ● ③ ④ ⑤ ⑥ ● ●
	Is the consequence of the event positive or negative? ☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ●
	Do users have control over the occurrence of the event? ☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	● ② ③ ④ ⑤ ● ● ● ●
	Does the event obstruct users to achieve their goals? ☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ⑧

1.4 Passo 4 (Análise de Efeitos): A moda resultante é bimodal, englobando os octantes 5 e 7. Essa combinação reflete o fluxo afetivo da plataforma: o usuário transita entre um estado de relaxamento (Octante 5) e momentos de excitação, alegria e interesse (Octante 7) ao descobrir novos conteúdos. A interface anula atritos cognitivos, potencializando a retenção.

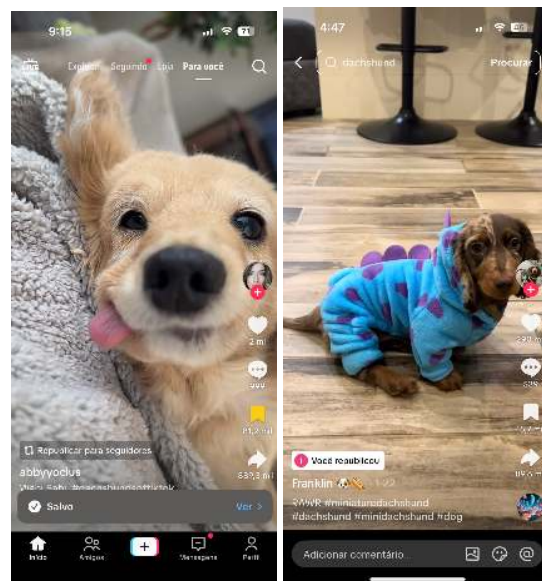
2. Avaliação de D5, D6 e D7: Interações imediatas (Curtir, Salvar, Republicar)

2.1. Passo 1 (Seleção): Ícones laterais de interação e as microinterações resultantes, como o coração vermelho gigante pulsante, o ícone de salvar que fica amarelo e os banners animados ("Salvo" / "Você republicou") (Evidências 03 e 04).



Evidência 03

Evidência 03 – Feedback Visual Imediato

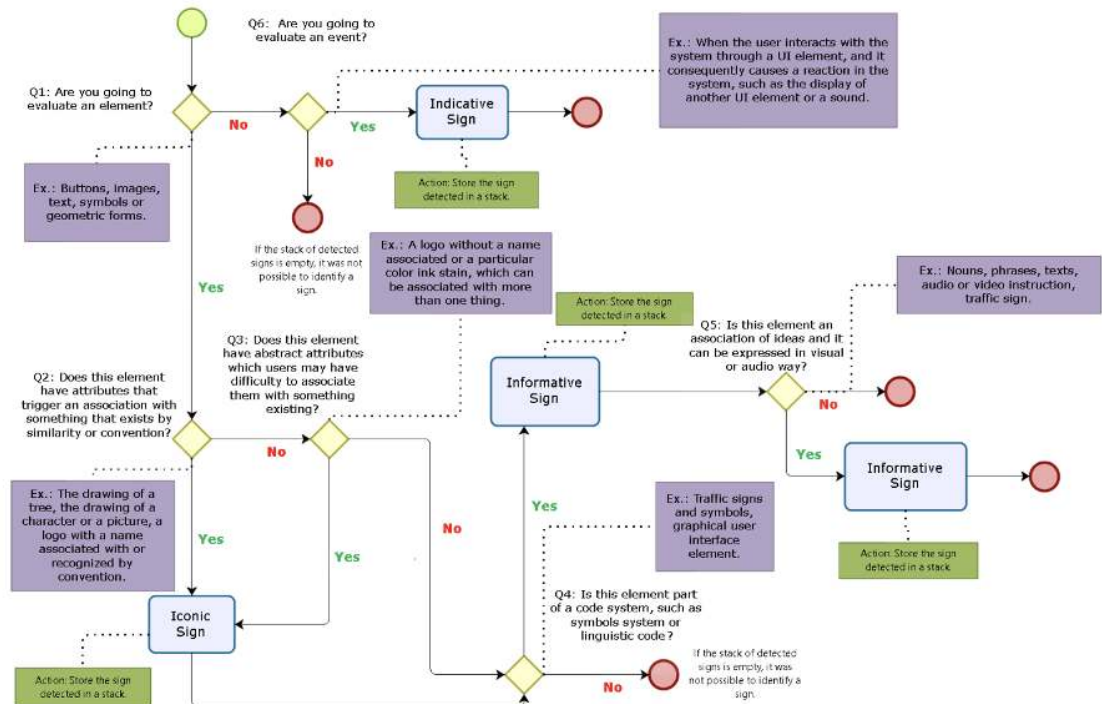


Evidência 04

Evidência 04 – Microinterações

2.2 Passo 2 (Categorização Semiótica):

- Os ícones laterais agem como Signos Icônicos por usarem convenções visuais para representar ações.
- As animações pulsantes e visuais rápidas são Signos Indicativos, pois resultam diretamente do clique ou do toque duplo.
- Os textos afirmativos nos banners são classificados como Signos Informativos, uma vez que expressam a ideia por meio de um sistema de código linguístico.



2.3 Passo 3 (Identificação de Domínios):

- Signo Icônico (Ícones laterais): Aguardam o usuário de forma passiva (3,4,5,6), representam engajamento positivo (5,6,7,8), a decisão de toque oferece alto controle (1,6,7,8) e são condutivos (4,5,6,7). Interseção: Octante 6.

Iconic Sign	Does the element appear from a passive or active action of users?	☐	Active (1,2,7,8) or Passive (3,4,5,6)	① ② ● ● ● ● ⑦ ⑧
	Is the element something positive or negative?	☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ●
	Can users control the element?	☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	● ② ③ ④ ⑤ ● ● ● ●
	Does the element obstruct users to achieve their goals?	☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ⑧

- Signo Indicativo (Microinterações): A velocidade e cores vibrantes provocam excitação imediata (1,2,7,8), consequência visual positiva (5,6,7,8), alto controle sob o acionamento (1,6,7,8) e condutivo (4,5,6,7). Interseção: Octante 7.

Indicative Sign	Does the event cause calm or arousal in users?	☐	Arouse (1,2,7,8) or Calm (3,4,5,6)	● ● ③ ④ ⑤ ⑥ ● ●
	Is the consequence of the event positive or negative?	☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ●
	Do users have control over the occurrence of the event?	☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	● ② ③ ④ ⑤ ● ● ● ●
	Does the event obstruct users to achieve their goals?	☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ⑧

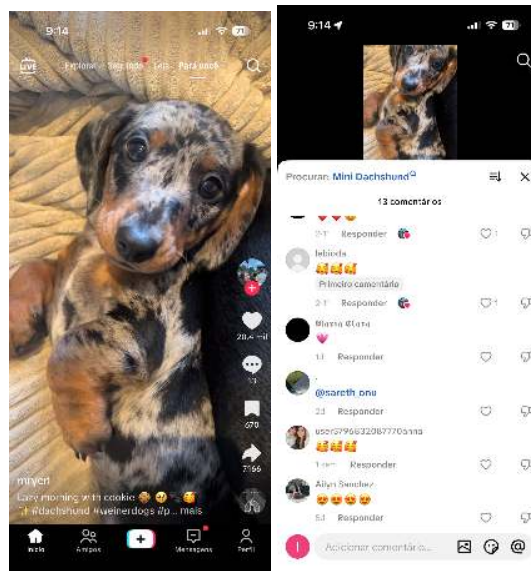
- Signo Informativo (Banners textuais): A confirmação textual assegura que o comando foi registrado, gerando calma (3,4,5,6), é positivo (5,6,7,8), reafirma o alto controle e competência do usuário (1,6,7,8), sendo condutivo (4,5,6,7). Interseção: Octante 6.

Informative Sign	Does the idea of the element or event cause arousal or calm in users? ☐	Arouse (1,2,7,8) or Calm (3,4,5,6)	① ② ● ● ● ● ⑦ ⑧
	Does the idea of the element or event refer to something positive or negative? ☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ●
	Does the idea of the element or event let users in a control situation? ☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	● ② ③ ④ ⑤ ● ● ● ●
	Does the idea of the element or event obstruct or conduct users to achieve the goal? ☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ⑧

2.4 Passo 4 (Análise de Efeitos): A moda final é o Octante 6, acompanhada pelo Octante 7. Enquanto as microinterações dinâmicas promovem estímulos e entusiasmo ativo instantâneo (Octante 7), a soma com os signos icônicos e informativos garante que a sensação global predominante seja de satisfação, segurança afetiva e conforto (Octante 6). Esse feedback visual imediato reforça o prazer na ação repetitiva, recompensando o comportamento do usuário e incentivando-o a interagir.

3. Avaliação de D08: Comentar conteúdo

3.1. Passo 1 (Seleção): O elemento inspecionado é a seção de comentários do aplicativo, caracterizada por ser uma janela sobreposta (modal) que se abre sem encerrar ou pausar a exibição do vídeo ao fundo (Evidência 05).

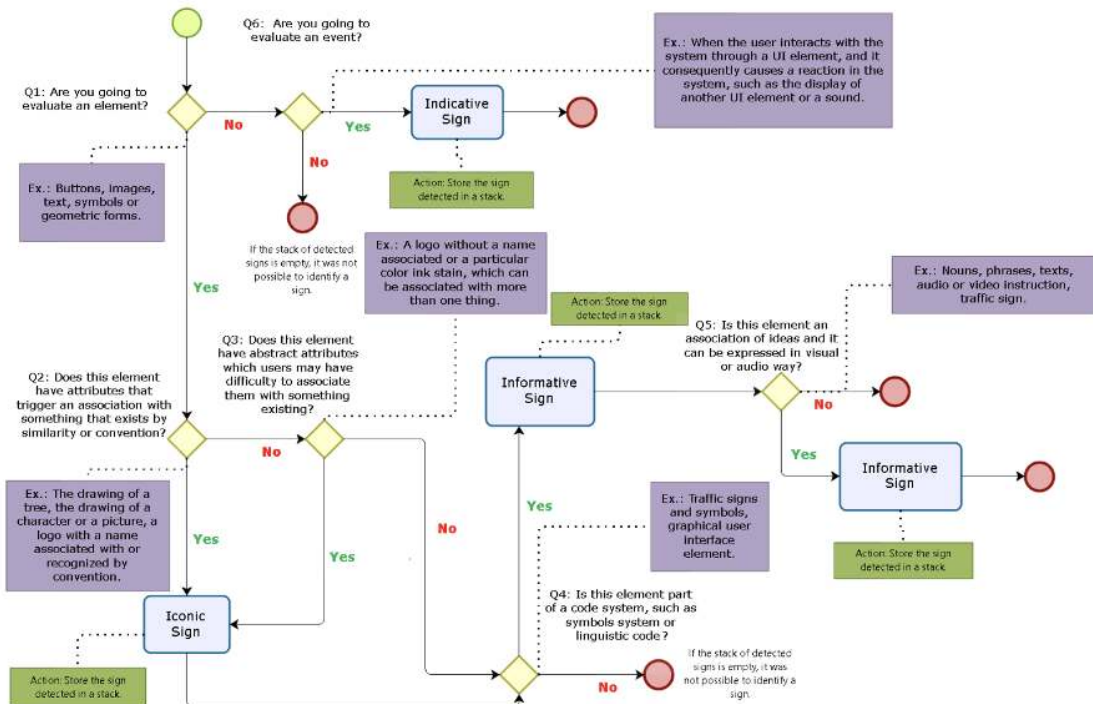


Evidência 05

Evidência 05 – Modal de Comentários

3.2 Passo 2 (Categorização Semiótica):

- O evento de abertura do modal de forma fluida é um Signo Indicativo.
- Os textos, emojis e frases escritas dentro dessa seção representam os Signos Informativos.



3.3 Passo 3 (Identificação de Domínios):

- Signo Indicativo (Abertura do Modal): Por não gerar ruptura na tela e permitir a continuação do vídeo, o evento provoca calma (3,4,5,6), é positivo (5,6,7,8), alto controle sobre a interface (1,6,7,8) e é condutivo para o objetivo de socializar sem perder o conteúdo (4,5,6,7). Interseção: Octante 6.

Indicative Sign	Does the event cause calm or arousal in users?	☐	Arouse (1,2,7,8) or Calm (3,4,5,6)	① ② ● ● ● ● ⑦ ⑧
	Is the consequence of the event positive or negative?	☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ●
	Do users have control over the occurrence of the event?	☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	● ② ③ ④ ⑤ ● ● ● ●
	Does the event obstruct users to achieve their goals?	☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ⑧

- Signo Informativo (Área de comentários): Embora a leitura dos comentários dependa do conteúdo, a ideia da seção como ferramenta de expressão é calma (3,4,5,6), positiva (5,6,7,8), de alto controle de participação (1,6,7,8) e altamente condutiva (4,5,6,7). Interseção: Octante 6.

Informative Sign	Does the idea of the element or event cause arousal or calm in users? ☐	Arouse (1,2,7,8) or Calm (3,4,5,6)	① ② ● ● ● ● ● ⑦ ⑧
	Does the idea of the element or event refer to something positive or negative? ☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ●
	Does the idea of the element or event let users in a control situation? ☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	● ② ③ ④ ⑤ ● ● ● ●
	Does the idea of the element or event obstruct or conduct users to achieve the goal? ☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ● ⑧

3.4 Passo 4 (Análise de Efeitos): Com moda única no Octante 6, a estratégia de design de utilizar modais sobrepostos em vez de direcionar o usuário para uma nova página, atua de maneira eficaz para instigar emoções de controle, sociabilidade e relaxamento. O usuário se sente no controle ao poder exercer duas atividades (assistir e ler comentários) simultaneamente, minimizando a fricção.

4. Avaliação de D09: Alternância para Feeds "Seguindo" e "Amigos"

4.1. Passo 1 (Seleção): Os elementos selecionados englobam as abas estáticas fixadas no topo ("Seguindo") e no rodapé ("Amigos"), que permitem ao usuário alternar curadorias de conteúdo na plataforma. (Evidência 06).

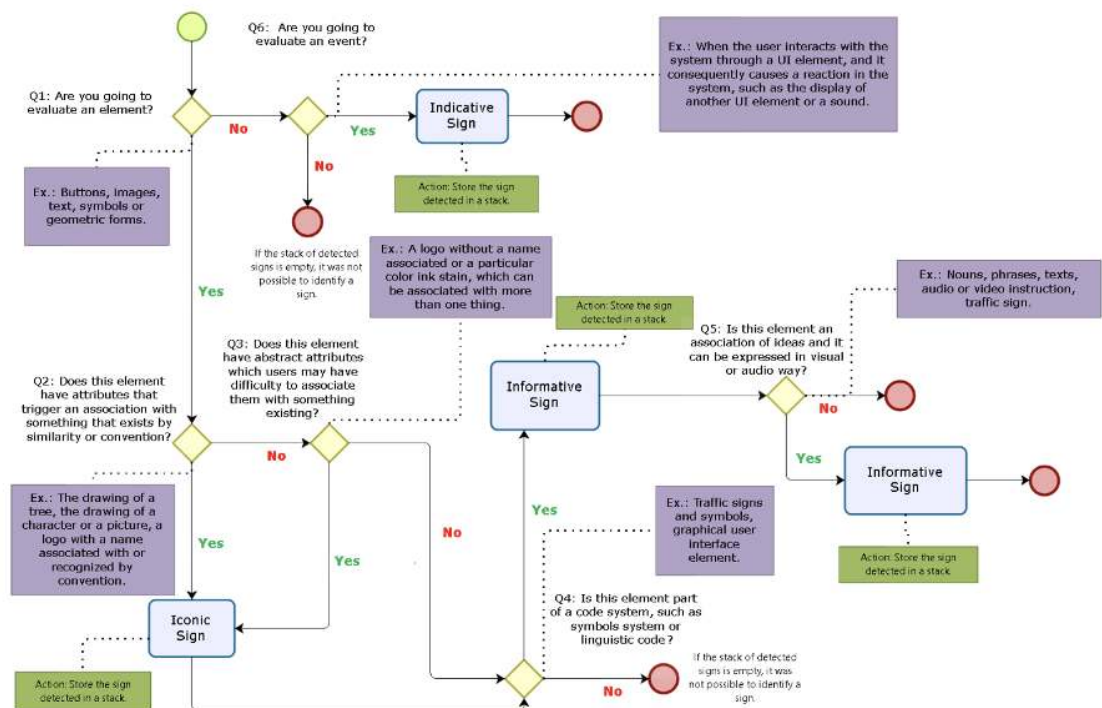


Evidência 06

Evidência 06 – Feeds de Curadoria Social

4.2 Passo 2 (Categorização Semiótica):

- A escrita dos rótulos e as categorizações nominais formam os Signos Informativos.
- O ato de clicar e alternar de forma imediata o eixo do feed constitui um Signo Indicativo.



4.3 Passo 3 (Identificação de Domínios):

- Signo Informativo (Rótulos de Abas): Restringir a entrega ao círculo de pessoas conhecidas e perfis escolhidos gera calma (3,4,5,6), é socialmente positivo (5,6,7,8), entrega alto controle à curadoria do usuário, em contraste ao modo passivo do feed principal (1,6,7,8) e é condutivo ao objetivo de pertencimento (4,5,6,7). Interseção: Octante 6.

Informative Sign	Does the idea of the element or event cause arousal or calm in users?	☐	Arouse (1,2,7,8) or Calm (3,4,5,6)	① ② ● ● ● ● ● ⑦ ⑧
	Does the idea of the element or event refer to something positive or negative?	☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	① ② ③ ④ ● ● ● ● ●
	Does the idea of the element or event let users in a control situation?	☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	● ② ③ ④ ⑤ ● ● ● ● ●
	Does the idea of the element or event obstruct or conduct users to achieve the goal?	☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	① ② ③ ● ● ● ● ● ⑧

- Signo Indicativo (Ato de alternar feeds): Permite navegação estável e calma (3,4,5,6), positiva (5,6,7,8), de alto controle (1,6,7,8) e condutiva para o uso das ferramentas (4,5,6,7). Interseção: Octante 6.

Indicative Sign	Does the event cause calm or arousal in users? ☐	Arouse (1,2,7,8) or Calm (3,4,5,6)	①②●●●●⑦⑧
	Is the consequence of the event positive or negative? ☐	Positive (5,6,7,8) or Negative (1,2,3,4)	①②③④●●●●
	Do users have control over the occurrence of the event? ☐	High control (1,6,7,8) or Low control (2,3,4,5)	●②③④⑤●●●●
	Does the event obstruct users to achieve their goals? ☐	Conductive (4,5,6,7) or Obstructive (1,2,3,8)	①②③●●●●⑧

4.4 Passo 4 (Análise de Efeitos): Com moda única no Octante 6 (Passivo/Calmo, Positivo, Alto Controle, Condutivo), essa estratégia complementa a característica afetiva do aplicativo. As abas devolvem ativamente a sensação de autonomia que é parcialmente suprimida no feed "Para Você", evocando sentimentos de calma e de segurança. Essa estrutura é deliberada para diminuir o desgaste cognitivo natural em ambientes puramente algorítmicos.

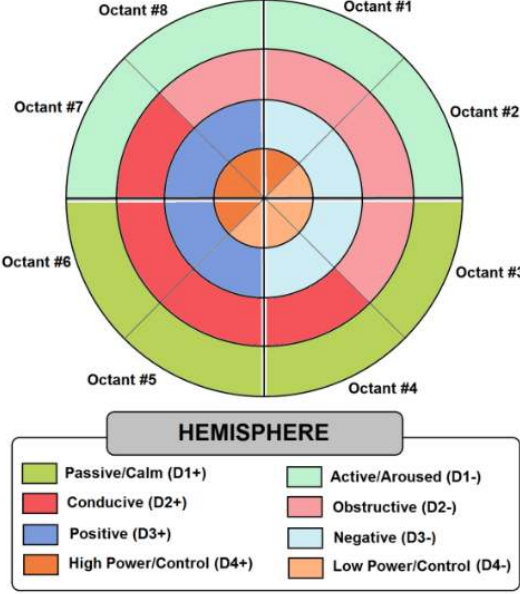
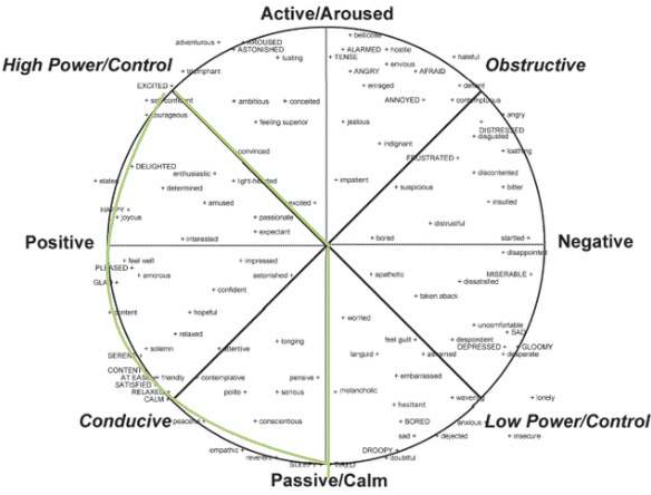
Conclusão

A partir da aplicação sistemática do método MISE, conclui-se que as decisões de design da interface do TikTok (D02, D03, D05, D06, D07, D08 e D09) atuam de forma intencional para gerar respostas emocionais predominantemente positivas e condutivas. Os resultados evidenciam que os elementos e eventos avaliados se concentram nos Octantes 5, 6 e 7 do Espaço Semântico Emocional.

Na prática, isso significa que a plataforma conduz o usuário por um fluxo afetivo estruturado que alterna três estados principais durante a interação:

- Relaxamento e imersão (Octante 5): alcançados por meio do consumo passivo e automático de vídeos, o que exige baixo esforço cognitivo do usuário.
- Segurança e controle (Octante 6): proporcionados por interações fluidas e feedbacks (visuais e textuais) que confirmam as ações do usuário.
- Excitação e entusiasmo (Octante 7): estimulados por microinterações rápidas, cores vibrantes e recompensas instantâneas ao interagir com o conteúdo.

Dessa forma, comprova-se que a plataforma articula seus signos Icônico, Indicativo e informativos de maneira estratégica. Isso explica a eficácia do sistema em reter a atenção do usuário, diminuindo frustrações e aumentando a imersão, o que garante um engajamento contínuo e o cumprimento dos objetivos do seu design centrado nas emoções.



Agradecimentos

Agradeço à minha orientadora, Glivia Barbosa, pelas orientações fundamentais para esta pesquisa, à minha família pelo apoio indispensável durante toda a graduação e ao meu namorado pelo incentivo constante em cada desafio desta jornada.

Declaração de uso de IA - Este artigo contou com o apoio da ferramenta de Inteligência Artificial NotebookLM para revisão linguística e sugestões de redação, sob supervisão e responsabilidade do autor.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DEPARTAMENTO DE COMPUTAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE COMPUTAÇÃO
FOLHA DE APROVAÇÃO DE TCC**

Ivia Marques Pereira Costa

**CARACTERIZAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE DESIGN CENTRADO NAS EMOÇÕES
UM ESTUDO DE CASO DO TIKTOK**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Engenheiro de Computação.

Aprovado em 09 de Junho de 2026

Banca examinadora:



Documento assinado digitalmente
GLÍVIA ANGÉLICA RODRIGUES BARBOSA
Data: 09/06/2026 12:45:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Glívia Angélica Rodrigues Barbosa – Presidente da Banca Examinadora
Prof. e Doutora em Ciência da Computação - DECOM CEFET-MG – Orientador(a)



Documento assinado digitalmente
ISMAEL SANTANA SILVA
Data: 09/06/2026 12:00:10-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Ismael Santana Silva
Prof. e Doutor em Ciência da Computação - DECOM CEFET-MG



Documento assinado digitalmente
ALINE NORBERTA DE BRITO
Data: 09/06/2026 10:18:17-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Aline Norberta de Brito
Prof. e Doutora em Ciência da Computação - DECOM - UFOP