

Una taxonomía para la detección de patrones engañosos

Brignull (2023) propone tener en cuenta la taxonomía de Mathur et al. (2019) que compartimos a continuación, porque, como indica el autor, es práctica de usar y está fuertemente basada en evidencia:

FURTIVO:

- **Infiltrarse en el carrito de la compra:** añadir productos adicionales al carrito de la compra del usuario sin su consentimiento.
- **Costes ocultos:** revelar a los usuarios cargos no revelados previamente justo antes de que realicen una compra.
- **Suscripción oculta:** cobrar a los usuarios una tarifa recurrente con el pretexto de una tarifa única o una prueba gratuita.

URGENCIA:

- **Temporizador de cuenta regresiva:** indicar a los usuarios que una oferta o descuento vencerá mediante un temporizador de cuenta regresiva.
- **Mensaje de tiempo limitado:** indicar a los usuarios que una oferta o venta vencerá pronto sin especificar una fecha límite.

DESORIENTACIÓN:

- **Confirmshaming:** utilizar el lenguaje y la emoción (vergüenza) para disuadir a los usuarios de hacer una determinada elección.
- **Interferencia visual:** utilizar el estilo y la presentación visual para disuadir a los usuarios de hacer determinadas elecciones o de no hacerlas.
- **Palabras engañosas:** utilizar un lenguaje confuso para disuadir a los usuarios de hacer determinadas elecciones.
- **Ventas bajo presión:** preseleccionar variaciones más caras de un producto o presionar al usuario para que acepte las variaciones más caras de un producto y productos relacionados.

PRUEBA SOCIAL:

- **Mensaje de actividad:** informar al usuario sobre la actividad en el sitio web (por ejemplo, compras, visualizaciones o visitas).
- **Testimonios:** testimonios en una página de producto cuyo origen no está claro.

ESCASEZ:

- **Mensaje de bajo stock:** indicar a los usuarios que hay cantidades limitadas de un producto disponibles, lo que aumenta su atractivo.
- **Mensaje de alta demanda:** indicar a los usuarios que un producto tiene una gran demanda y es probable que se agote pronto, lo que aumenta su atractivo.

OBSTRUCCIÓN:

- **Cancelación difícil:** facilitar al usuario la suscripción a un servicio, pero dificultar su cancelación.

ACCIÓN FORZADA:

- **Registro forzoso o inscripción forzada:** obligar a los usuarios a crear cuentas o compartir su información para completar sus tareas.

REFERENCIAS

Brignull, H. (2023). *Deceptive Patterns. Exposing the tricks tech companies use to control you*. Testimonium Ltd.

Mathur, A., Acar, G., Friedman, M.J., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., and Narayanan, A. (2019). Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, 3(CSCW), 1-32. <https://doi.org/10.1145/3359183>