

UNICESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS TECNOLÓGICAS E AGRÁRIAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE SOFTWARE

**PSICOLOGIA DAS CORES EM INTERFACES DIGITAIS: INFLUÊNCIAS NO
COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS**

LUANA BEATRIZ ALVARES

MARINGÁ – PR

2024

LUANA BEATRIZ ALVARES

**PSICOLOGIA DAS CORES EM INTERFACES DIGITAIS: INFLUÊNCIAS NO
COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS**

Artigo apresentado ao Curso de Graduação em Engenharia de Software da UNICESUMAR – Centro Universitário de Maringá como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Engenharia de Software, sob a orientação do Prof. Dr. João Choma Neto.

MARINGÁ – PR

2024

FOLHA DE APROVAÇÃO
LUANA BEATRIZ ALVARES

**PSICOLOGIA DAS CORES EM INTERFACES DIGITAIS: INFLUÊNCIAS NO
COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS**

Artigo apresentado ao Curso de Graduação em Engenharia de Software da UNICESUMAR – Centro Universitário de Maringá como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Engenharia de Software, sob a orientação do Prof. Dr. João Choma Neto.

Aprovado em: ____ de ____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Nome do professor – (Titulação, nome e Instituição)

Nome do professor - (Titulação, nome e Instituição)

Nome do professor - (Titulação, nome e Instituição)

PSICOLOGIA DAS CORES EM INTERFACES DIGITAIS: INFLUÊNCIAS NO COMPORTAMENTO DOS USUÁRIOS

Luana Beatriz Alvares

RESUMO

Este trabalho explora a aplicação da Psicologia das Cores no contexto atual, destacando sua importância na área de Design UX/UI. A pesquisa investiga como as cores influenciam os comportamentos e os pensamentos humanos, além de oferecer uma análise do significado de cada cor. Compreender essa área é essencial para o desenvolvimento de interfaces que não apenas atraem visualmente, mas também criam conexões emocionais com os usuários. O estudo também examina como essa poderosa ferramenta é utilizada em alguns dos aplicativos mais reconhecidos mundialmente, revelando como as escolhas de cores impactam a experiência do usuário e moldam a percepção da marca. Ao desvendar os efeitos psicológicos das cores, buscamos fornecer outras percepções valiosas para designers que desejam otimizar a usabilidade e a estética de suas criações, contribuindo assim para um design mais eficiente e significativo.

Palavras-chave: UX/UI Design. Identidade. Paleta.

COLOR PSYCHOLOGY IN DIGITAL INTERFACES: INFLUENCES ON USER BEHAVIOR

ABSTRACT

This work explores the application of Color Psychology in the current context, highlighting its importance in the area of UX/UI Design. The research investigates how colors influence human behavior and thoughts, in addition to offering an analysis of the meaning of each color. Understanding this area is essential for developing interfaces that not only visually appeal, but also create emotional connections with users. The study also examines how this powerful tool is used in some of the world's most recognized apps, revealing how color choices impact user experience and shape brand perception. By unraveling the psychological effects of colors, we seek to provide other valuable insights for designers who want to optimize the usability and aesthetics of their creations, thus contributing to more efficient and meaningful design.

Keywords: UX/UI Design. Identity. Palette.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Como a cor vermelho reage	9
Figura 2: Preferência entre as cores	10
Figura 3: Logo do TikTok	14
Figura 4: Paleta de cores do TikTok	15
Figura 5: Tela inicial do TikTok.....	16
Figura 6: Logo do Instagram	18
Figura 7: Paleta de cores do Instagram	18
Figura 8: Evolução das logos do Instagram	20
Figura 9: Tela inicial do Instagram	21
Figura 10: Logo do Facebook	22
Figura 11: Paleta de cores do Facebook	22
Figura 12: Tela inicial do Facebook.....	23
Figura 13: Paleta de cores neutras do Facebook.....	25
Figura 14: Paleta de cores neutras do Instagram.....	25
Figura 15: Paleta de cores neutras do TikTok.....	25
Figura 16: Demonstração de Stories do Instagram.....	26
Figura 17: Demonstração de curtida no TikTok.....	27

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. OBJETIVO GERAL	7
2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
2.2. JUSTIFICATIVA DO TEMA	8
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	9
3.1. O LIVRO “A PSICOLOGIA DAS CORES”	9
3.2. SIGNIFICADO DAS CORES	11
3.3 A IMPORTÂNCIA DA PSICOLOGIA DAS CORES EM UX/UI	13
4. TRABALHOS RELACIONADOS	13
5. METODOLOGIA	13
5.1. ESTUDO DE CASO	14
5.2. TIKTOK	14
5.3. INSTAGRAM	18
5.4. FACEBOOK	22
5.5. PONTOS COMUNS ENTRE AS APLICAÇÕES	24
5.6. TONS NEUTROS COMO BASE	25
5.7. USO ESTRATÉGICO DAS CORES VIVAS	26
5.8. CONCLUSÃO DAS SEMELHANÇAS ENTRE OS APLICATIVOS	27
6. RESULTADOS	27
6.1. PORQUÊ ESTUDAR PSICOLOGIA DAS CORES	27
6.2. CONTRIBUIÇÕES ESPERADAS.....	28
7. CONCLUSÃO	29

1 INTRODUÇÃO

O estudo da psicologia das cores revela um campo de grande profundidade que examina os efeitos e reações que o uso específico e intencional das cores pode provocar (Lipctor, 2023). Pesquisas nessa área buscam entender como as cores exercem influência sobre nossas percepções e comportamentos, evidenciando a complexidade das interações entre estímulos visuais e respostas individuais. Tal conhecimento tem aplicação prática e relevante em setores como marketing, design, arte e publicidade, onde as cores são empregadas estratégicamente para estabelecer uma comunicação indireta, porém poderosa, com o público (Lupton, 2008). De fato, as cores possuem a capacidade de moldar percepções e direcionar decisões de modo sutil, mas altamente eficaz, sendo capazes de despertar desejos, motivar escolhas e evocar emoções favoráveis a determinado produto ou mensagem.

A psicologia das cores é um campo estudado há muito tempo, com suas origens ligadas à teoria das cores de Isaac Newton. Newton acreditava que a luz era composta por partículas emitidas pelos corpos luminosos e conduziu vários experimentos para explicar o fenômeno das cores. No entanto, o termo "Psicologia das Cores" foi criado em 1810 na Alemanha pelo poeta Johann Wolfgang von Goethe, que foi pioneiro ao reconhecer que a percepção das cores influencia o comportamento e a sensação dos indivíduos (Heller, 2002). Sua teoria sobre as cores influenciou diversos campos de estudo, como:

Fisiologia: O estudo de como a visão se conecta com as áreas do cérebro e os processos cerebrais.

Química: A heterogeneidade das cores.

Física: A compreensão de como percebemos as cores a partir da luz e como elas são geradas.

Antes de 1810, a psicologia das cores já desempenhava um papel significativo em várias culturas, mesmo sem a criação do conceito. No Egito Antigo, as cores tinham significados simbólicos profundos e eram usadas para transmitir mensagens religiosas e culturais (Hothersall, 2019). Na Grécia e Roma antigas, as cores tinham

um papel importante na arte e arquitetura, carregando significados simbólicos, por exemplo, o roxo estava associado à realeza e à riqueza, enquanto o azul e o verde simbolizavam tranquilidade e serenidade. Já na China, as cores estavam ligadas aos cinco elementos da filosofia chinesa (madeira, fogo, terra, metal e água) e tinham associações com esses elementos, como o vermelho, que era associado à sorte e a felicidade, e o branco, que era associado ao luto.

2 OBJETIVO GERAL

Este estudo visa analisar a importância da Psicologia das Cores em projetos atuais, com foco na aplicação dessa ferramenta estratégica no design de interfaces digitais. A pesquisa investiga como as cores influenciam nossas percepções, emoções e comportamentos, além de explorar o significado e o impacto de cada tonalidade. Grandes empresas e aplicativos utilizam essa poderosa ferramenta para atrair usuários, guiando suas escolhas e incentivando ações que promovem seus objetivos. Ao entender as diferentes tonalidades, podemos perceber que as cores não são apenas elementos estéticos, mas sim componentes estratégicos que moldam experiências e decisões.

Com base no livro *A Psicologia das Cores*, de Eva Heller, o objetivo deste estudo é evidenciar como a aplicação consciente e estratégica das cores pode influenciar o comportamento dos usuários, melhorar a experiência de uso e, consequentemente, aumentar a relevância e o sucesso de websites e aplicativos. Busca-se promover uma maior valorização dessa área nas empresas, demonstrando a importância da psicologia das cores no design de interfaces digitais e sua capacidade de melhorar a interação e a satisfação do usuário.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para ser possível alcançar o objetivo geral deste trabalho, é necessário passar pelos seguintes objetivos e que sejam atingidos:

1. Entender o significado das cores.
2. Entender como a combinação das cores cria um sentimento.
3. Compreender como essas cores são aplicadas em aplicativos populares.

4. Analisar suas semelhanças e padrões.

2.2 JUSTIFICATIVA DO TEMA

A escolha do tema "*Psicologia das Cores em Interfaces Digitais: Influências no Comportamento dos Usuários*" foi motivada pela observação de que este campo de estudo é frequentemente desvalorizado. A psicologia das cores desempenha um papel crucial na maneira como os usuários interagem com interfaces digitais, influenciando suas emoções e decisões. No entanto, essa importância muitas vezes passa despercebida, especialmente na área de Tecnologia da Informação (TI).

Na prática, muitos projetos em TI focam predominantemente na funcionalidade do código, negligenciando a experiência do usuário. Essa atenção limitada pode comprometer a eficácia e a satisfação do usuário ao utilizar o produto. A compreensão e aplicação adequada da psicologia das cores podem transformar a interação do usuário, tornando-a mais intuitiva e agradável e trazendo mais clientes (Heller, 2002).

Portanto, a escolha deste tema visa destacar a importância da psicologia das cores no design de interfaces digitais. Ao explorar como as cores influenciam o comportamento dos usuários, pretendo contribuir para a valorização dessa área essencial, incentivando profissionais de TI e designers a incorporarem esses princípios em seus projetos, melhorando a experiência e o engajamento dos usuários.

Estudar a psicologia das cores permite que designers criem interfaces mais atraentes e funcionais. A escolha correta das cores pode melhorar a usabilidade, destacando informações importantes e facilitando a navegação. Além disso, as cores ajudam a transmitir a identidade da marca, criando uma conexão emocional com os usuários e fortalecendo a imagem corporativa (Heller, 2002).

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 O LIVRO “A PSICOLOGIA DAS CORES”

Baseado no livro "A Psicologia das Cores: Como as Cores Afetam a Emoção e a Razão", de Eva Heller, a autora explora a ideia de que conhecemos nossos sentimentos de maneira mais intuitiva do que compreendemos as cores. Dessa forma, cada indivíduo pode reagir e sentir de maneira única ao visualizar uma cor. Por exemplo, a cor vermelha pode evocar sensações variadas, como erotismo, raiva, atenção, nobreza ou até fome. No entanto, o que torna a psicologia das cores um tema tão complexo não é apenas o impacto individual de cada cor, mas como a combinação de várias cores pode criar efeitos complexos e multifacetados criando um acorde cromático (Heller, 2002).



Figura 01: Imagem do livro "A Psicologia das Cores: Como as Cores Afetam a Emoção e a Razão", Como a cor vermelho reage

Como ilustrado na Figura 01, a combinação de diversas cores com o vermelho como base pode invocar uma ampla gama de sentimentos. Isso destaca a relevância e a importância de escolher cuidadosamente as cores para atrair e impactar o público de

maneira eficaz. Além disso, é fundamental entender quais cores são mais e menos apreciadas pelas pessoas (Heller, 2002).

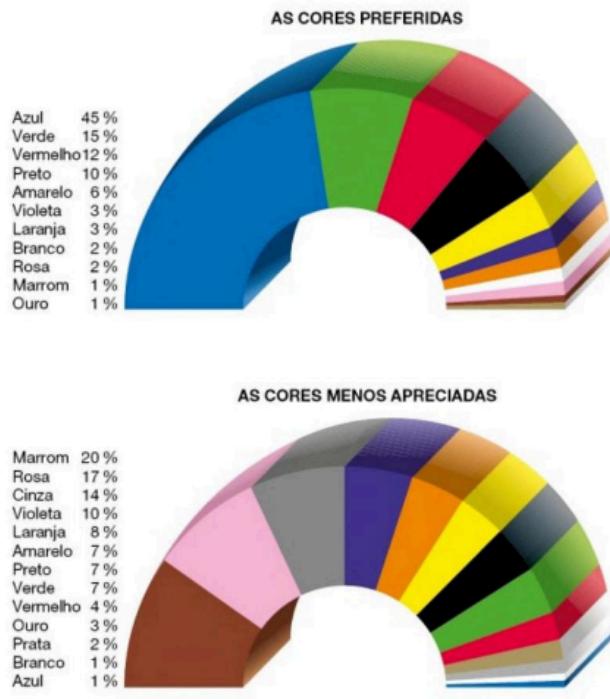


Figura 02: Imagem do livro "A Psicologia das Cores: Como as Cores Afetam a Emoção e a Razão", Preferência entre as cores

A Figura 02, é o resultado de um estudo realizado na Alemanha com mais de 2 mil participantes, incluindo homens e mulheres com idades variando de 14 a 97 anos. Todos os participantes foram capazes de associar cores a sentimentos e qualidades, gerando a imagem apresentada. Observa-se que a cor azul se destaca como a preferida, escolhida por 45% dos entrevistados. Desde o século 19, pesquisas têm investigado o motivo dessa preferência pela cor azul. Uma possível explicação é que o azul está associado a elementos positivos, como oceanos e céus claros. Em contraste, a cor marrom é a menos apreciada, possivelmente devido às suas associações com resíduos biológicos ou alimentos em decomposição (Heller, 2002).

3.2 SIGNIFICADO DAS CORES

Cada cor, quando analisada individualmente, carrega um significado particular que influencia percepções e interpretações de forma distinta. A compreensão dos simbolismos e das associações de cada tonalidade possibilita uma aplicação mais estratégica e eficaz das cores em diversas áreas (Heller, 2002). A seguir, serão explorados os significados específicos das principais cores, a fim de identificar as melhores maneiras de utilizá-las e maximizar seus efeitos nas mensagens visuais.

- **Azul:** A preferida entre as cores, o azul apresenta uma ampla gama de 111 tons diferentes. É associada à simpatia, harmonia, fidelidade, verdade e paz, e transmite uma sensação de delicadeza e feminilidade. Além disso, o azul pode trazer uma impressão de frieza e distância.
- **Vermelho:** Em termos visuais, o vermelho é uma cor que sempre se destaca, sendo oposta ao azul. Representa uma gama de emoções que vão do amor à raiva, transmitindo paixão, energia e intensidade. Sua presença vibrante pode evocar tanto carinho quanto conflito, fazendo do vermelho uma cor poderosa e ambígua. Enquanto o azul sugere calma e harmonia, o vermelho traz uma sensação de urgência e dinamismo, garantindo que nunca passe despercebido.
- **Verde:** Associada à natureza, equilíbrio e crescimento, a cor verde frequentemente transmite uma sensação de segurança e autossuficiência. No entanto, quando utilizada em excesso, pode emitir sentimentos negativos como inveja, ganância, ciúmes e egoísmo.
- **Rosa:** A cor rosa pode ser encontrada em tons suaves e intensos, e seu significado varia de acordo com a tonalidade. No entanto, independentemente do tom, todos os sentimentos associados ao rosa tendem a ser positivos, evocando sensações de carinho, ternura e romantismo.
- **Roxo:** Historicamente, essa cor é associada à realeza e nobreza. Além disso, o roxo é frequentemente relacionado à imaginação e à espiritualidade, evocando uma sensação de mistério e profundidade.
- **Marrom:** O Marrom em poucas palavras é a cor da terra e da natureza, transmitindo sensações de segurança, conforto e estabilidade. Ele evoca a ideia de casa, de raízes e de tudo que é sólido e permanente. Em contraste

com o vermelho vibrante, o marrom nos conecta à realidade e àquilo que é autêntico. Essa cor versátil pode transmitir tanto sofisticação quanto rusticidade, sempre transmitindo uma sensação de calma e equilíbrio.

- **Preto:** A cor do poder, o preto é uma cor enigmática e sofisticada, associada ao mistério, poder e elegância. Em contraste com o branco, o preto simboliza a profundidade, o desconhecido e a proteção. Ele é uma cor atemporal, versátil e capaz de transmitir tanto formalidade quanto rebeldia. O preto nos convida a uma introspecção e a explorar os nossos lados mais sombrios, sendo ao mesmo tempo uma cor elegante e atemporal.
- **Branco:** O branco é a cor da pureza, da paz e da nova vida. Associado à luz e à esperança, ele simboliza um novo começo e a limpeza do espírito. Em contraste com o preto, o branco nos convida a olhar para o futuro com otimismo e positividade. É a cor da verdade, da honestidade e da sinceridade, transmitindo uma sensação de calma e equilíbrio. O branco é versátil e pode ser tanto frio e distante quanto acolhedor e convidativo.
- **Amarelo:** O amarelo é a cor da alegria, da energia e do otimismo. Associado ao sol e à felicidade, ele evoca sensações de calor, luz e positividade. É a cor da inteligência, da criatividade e da comunicação. O amarelo estimula a mente e desperta a atenção, sendo frequentemente utilizado para destacar elementos importantes. No entanto, o excesso de amarelo pode causar irritabilidade.
- **Laranja:** O laranja é uma cor vibrante e energética, associada ao calor, à alegria e à criatividade. Ele evoca sensações de entusiasmo e vitalidade, transmitindo uma sensação de otimismo e positividade. O laranja está ligado à comunicação, à sociabilidade e ao sucesso, estimulando a mente e o corpo. É uma cor que chama a atenção e que pode ser utilizada para criar ambientes alegres e estimulantes. No entanto, o excesso de laranja pode causar irritabilidade.

3.3 A IMPORTÂNCIA DA PSICOLOGIA DAS CORES EM UX/UI

A psicologia das cores desempenha um papel fundamental no contexto do UX/UI Design, sendo um dos tópicos mais relevantes para estudantes e profissionais da área. Na criação de uma nova interface, é essencial investigar quais cores são mais adequadas para o projeto, assim como entender como utilizá-las de maneira eficaz. As cores não apenas embelezam a interface, mas também criam emoções e reações diversas. Cada cor carrega um significado particular e, dependendo do contexto, pode transmitir sensações variadas. Por isso, é crucial estabelecer uma hierarquia visual que guie o usuário e prenda sua atenção, facilitando a navegação pela aplicação (Heller, 2002).

Compreender como cada cor impacta o comportamento e as emoções do usuário nos permitirá criar experiências mais envolventes e significativas, garantindo que a interface transmita realmente o que queremos transmitir. Ao final, a escolha cuidadosa das cores não apenas aprimora a estética, mas também potencializa a usabilidade e a interação do usuário com o produto (Heller, 2002).

4 TRABALHOS RELACIONADOS

"A Psicologia das Cores: Como as Cores Afetam a Emoção e a Razão" (Heller, 2002) e "Psicodinâmica das Cores em Comunicação" (Farina, 2011) oferecem uma visão detalhada e abrangente sobre o tema, explorando profundamente como as cores influenciam nossas emoções e decisões racionais. Estes livros abordam diversas questões cruciais, fornecendo uma base racional para o desenvolvimento de técnicas e a comprovação de teorias relacionadas à influência das cores.

5 METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos propostos, a pesquisa será dividida em duas etapas principais:

Revisão Bibliográfica: Análise de estudos acadêmicos e artigos sobre a psicologia das cores e seu impacto no design de interfaces digitais.

Análise de Casos: Estudo de aplicativos populares para identificar como a psicologia das cores é aplicada e quais são os resultados dessa aplicação.

5.1 ESTUDO DE CASO

Nessa seção serão analisados alguns dos aplicativos, considerados os mais populares de 2023, com atenção especial às paletas de cores que adotaram e aos significados transmitidos por essas escolhas visuais. Essa análise permite compreender como as cores, além de enriquecerem a estética, desempenham um papel fundamental na comunicação de emoções e intenções, estabelecendo uma conexão mais profunda e intuitiva com os usuários. Cores bem selecionadas contribuem para experiências mais envolventes e harmonizam com os objetivos de cada aplicativo, reforçando sua identidade e funcionalidade.

5.2 TIKTOK



Figura 03: Logo do TikTok

Cores Principais



Figura 04: Paleta de cores do TikTok

Preto:

Uso: Predominante como fundo e em textos.

Psicologia: Invoca sofisticação, autoridade e elegância. Também proporciona um contraste forte com outras cores, tornando-as mais vibrantes.

História: O uso do preto em plataformas digitais é comum, pois ajuda a focar a atenção no conteúdo visual.

Ciano (Aqua):

Uso: Aparece em elementos de destaque, como botões e ícones.

Psicologia: Associado a frescor, criatividade e tecnologia. O ciano é uma cor que atrai a atenção e é percebida como amigável e acessível, e isso é o que os vídeos da plataforma querem passar aos seus espectadores.

Conexões: Reflete a estética moderna e digital, muito utilizada em marcas de tecnologia como *Meta*.

Magenta:

Uso: Utilizado em detalhes e elementos gráficos.

Psicologia: Evoca criatividade, diversão e entusiasmo. É uma cor energética que pode estimular a ação e a interação.

Impacto: Combina bem com a cor ciano, criando uma sensação de movimento e dinamismo.

Contraste e Legibilidade

A combinação de preto com ciano e magenta cria um contraste visual poderoso que não apenas atrai a atenção, mas também melhora a legibilidade do texto e dos ícones. Isso é importante em uma plataforma onde a rapidez e a clareza são essenciais para a experiência do usuário, já que normalmente os vídeos são curtos e a plataforma deseja que você veja muitos em pouco tempo de tela.

Aplicações em Design

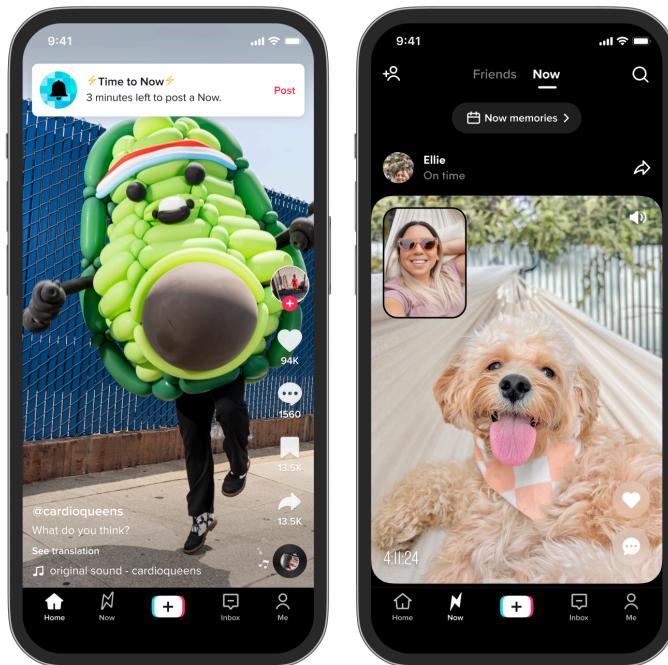


Figura 05: Tela inicial do TikTok

Interface do Usuário (UI): A paleta é aplicada em botões, menus e ícones, facilitando a navegação e a interação. Os elementos destacados em ciano e magenta são intuitivos, guiando os usuários de forma eficaz.

Identidade Visual: O logotipo e os gráficos associados são facilmente reconhecíveis devido ao uso consistente das cores. Isso ajuda a solidificar a marca na mente dos usuários.

Tons Neutros: Embora a paleta seja vibrante, a inclusão de tons neutros e espaços em branco é importante para evitar a sobrecarga visual, permitindo que o conteúdo se destaque.

Efeitos na Experiência do Usuário

Atração e Retenção: Cores vibrantes como ciano e magenta podem aumentar o engajamento, fazendo com que os usuários queiram explorar mais conteúdos, pois cores vibrantes tendem a ativar a curiosidade dos usuários.

Identidade da Comunidade: As cores transmitem um sentido de comunidade e pertencimento, especialmente entre os jovens, que se sentem atraídos por essa estética dinâmica.

Tendências e Inovação

A paleta do TikTok se alinha com as tendências modernas de design, que valorizam o minimalismo e o uso de cores vivas. Essa abordagem se destaca em uma infinidade de plataformas sociais mais tradicionais, conferindo ao TikTok uma identidade única.

Conclusão do TikTok

A paleta de cores do TikTok não é apenas uma escolha estética, ela desempenha um papel fundamental na construção da marca, na experiência do usuário e na criação de uma identidade visual coerente. As cores vibrantes, o uso eficaz do contraste e a abordagem moderna refletem o espírito inovador da plataforma, tornando-a atraente e acessível para seu público-alvo.

5.3 INSTAGRAM



Figura 06: Logo do Instagram

A paleta de cores do Instagram é cuidadosamente projetada para refletir a identidade da plataforma e promover uma experiência visual atraente. Vamos analisar os principais elementos dessa paleta em detalhes:

Cores Principais



Figura 07: Paleta de cores do Instagram

Gradiente Rosa e Laranja:

Uso: O logotipo e muitos elementos de design apresentam um gradiente que vai do rosa ao laranja.

Psicologia: Essas cores evocam sentimentos de criatividade, alegria e energia. O rosa é frequentemente associado à juventude e à emoção, enquanto o laranja transmite entusiasmo e calor.

Conexões: O gradiente representa a diversidade e a fluidez, refletindo a natureza dinâmica das interações na plataforma.

Roxo:

Uso: Presente em elementos secundários e na transição do gradiente.

Psicologia: Associado à inovação e criatividade. O roxo também evoca um senso de luxo e originalidade.

Impacto: Complementa o rosa e o laranja, criando uma sensação de profundidade e riqueza visual.

Contraste e Legibilidade

A paleta de cores é projetada para garantir que o conteúdo visual, especialmente fotos e vídeos se destaquem. O uso de cores vibrantes contra um fundo claro ou escuro melhora a legibilidade e a percepção do conteúdo.

Aplicações em Design

Interface do Usuário (UI): As cores são utilizadas em botões, ícones e menus, criando uma navegação intuitiva. O uso do gradiente também é comum em notificações e banners.

Identidade Visual: O logotipo do Instagram, com seu gradiente característico, é facilmente reconhecível, ajudando a estabelecer uma identidade forte e consistente, mesmo após a mudança drástica dos logos antigas para a logo atual.



Figura 8: Evolução das logos do Instagram - Imagem do site "logosmarca.net"

Efeitos na Experiência do Usuário

Atração e Engajamento: As cores vibrantes criam um ambiente acolhedor e amigável, incentivando os usuários a explorar e interagir com o conteúdo.

Identidade da Comunidade: As cores transmitem uma sensação de pertencimento e conexão, especialmente entre os jovens, que se sentem atraídos pela estética moderna e criativa.

Tendências e Inovação

A paleta do Instagram se alinha com as tendências contemporâneas de design, que enfatizam o uso de gradientes e cores vibrantes. Essa abordagem ajuda a plataforma a se destacar em um cenário digital saturado, onde a estética visual é crucial se tornando uma logo original e única.

Elementos Neutros

Embora as cores vibrantes sejam proeminentes, o uso de tons neutros e espaços em branco é fundamental. Eles proporcionam um respiro visual e ajudam a destacar o conteúdo principal, evitando a sobrecarga.



Figura 9: Tela inicial do Instagram - Imagem do site "Olhar Digital"

Mesmo com as cores vibrantes e chamativas da sua logo, o Instagram escolhe tons neutros para a página principal. Isso torna a experiência mais agradável e evita que o visual fique cansativo, enquanto os pontos que merecem destaque ganham a atenção que precisam, utilizando do gradiente.

Conclusão

A paleta de cores do Instagram é uma combinação estratégica de cores vibrantes e gradientes que não apenas atrai visualmente, mas também reflete a identidade da marca e a experiência do usuário. As escolhas cromáticas transmitem criatividade, conexão e dinamismo, fundamentais para a natureza visual e social da plataforma. Essa paleta contribui para a popularidade do Instagram e seu apelo entre diferentes faixas etárias e demográficas.

5.4 FACEBOOK



Figura 10: Logo do Facebook

A paleta de cores do Facebook é simples, mas eficaz, refletindo a identidade da marca e a experiência que a plataforma busca proporcionar. Vamos explorar os principais aspectos dessa paleta:

Cores Principais



Figura 11: Paleta de cores do Facebook

Azul:

Uso: Predominante na interface do usuário, incluindo o logotipo, botões e elementos de navegação.

Psicologia: O azul é associado a confiança, segurança e comunicação, além de ser a cor da tecnologia. É uma cor que transmite estabilidade e serenidade, o que é crucial para uma plataforma de interação social.

Conexões: O Facebook utiliza um tom específico de azul que é facilmente reconhecível e distinto, ajudando a criar uma identidade forte.

Branco:

Uso: Utilizado como fundo em grande parte da interface, contribuindo para a clareza e legibilidade.

Psicologia: Representa simplicidade, pureza e liberdade. O branco permite que outros elementos visuais se destaquem, criando um espaço limpo e organizado.

Contraste e Legibilidade

O uso do azul em contraste com o branco melhora a legibilidade do texto e dos ícones, facilitando a navegação. Essa combinação também garante que o conteúdo visual se destaque, permitindo que as postagens sejam o foco principal da experiência do usuário.

Aplicações em Design

Interface do Usuário (UI): As cores são aplicadas em menus, botões e notificações, criando uma navegação intuitiva. O azul também é utilizado em destaque, como links e interações.

Identidade Visual: O logotipo azul do Facebook é um dos mais reconhecidos no mundo, contribuindo para a forte presença da marca.

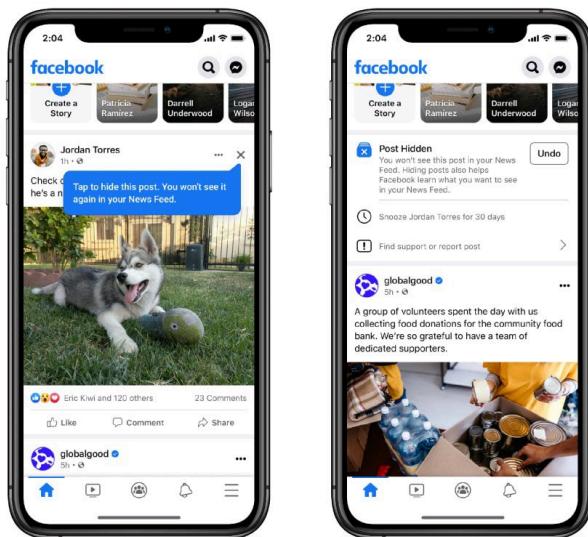


Figura 12: Tela inicial do Facebook - Imagem do site "Globo"

Efeitos na Experiência do Usuário

Atração e Retenção: O azul, como cor calmante, ajuda a criar um ambiente acolhedor, incentivando os usuários a passar mais tempo na plataforma e a interagir com amigos e conteúdos.

Identidade da Comunidade: A paleta de cores reforça a sensação de pertencimento e conexão, elementos centrais na proposta do Facebook de conectar pessoas.

Tendências e Inovação

A paleta do Facebook se destaca pela sua simplicidade em um cenário digital que muitas vezes utiliza cores mais vibrantes e complexas. Essa abordagem minimalista ajuda a plataforma a se diferenciar e a permanecer relevante.

Elementos Neutros

O uso de cinzas e outras cores neutras em elementos secundários também é comum, contribuindo para uma hierarquia visual que facilita a navegação e a compreensão.

Conclusão do Facebook

A paleta de cores do Facebook, dominada pelo azul e pelo branco, é uma escolha estratégica que comunica confiança, simplicidade e acessibilidade. Essa combinação não apenas define a identidade da marca, mas também contribui para uma experiência de usuário positiva e envolvente, essencial para a natureza social da plataforma. A simplicidade e a clareza da paleta ajudam o Facebook a se destacar em um ambiente digital saturado, mantendo seu apelo entre diversas demografias.

5.5 PONTOS COMUNS ENTRE AS APLICAÇÕES

A escolha das cores é uma parte crucial no design de interfaces pois influencia diretamente na percepção e nas decisões dos usuários. Após essa análise,

conseguimos notar alguns padrões e semelhanças que esses aplicativos (Tiktok, Instagram e Facebook) têm em comum, especialmente em relação ao uso de tons neutros e ao uso de cores vibrantes.

5.6 TONS NEUTROS COMO BASE

Uma das características comuns entre Facebook, Instagram e TikTok é a predominância de tons neutros em suas interfaces, tanto no modo claro quanto no modo escuro. Esses tons, como branco, cinza e preto, servem como pano de fundo, proporcionando um ambiente limpo e organizado que permite que o conteúdo dos usuários se destaque.

Podemos observar na figura 12, figura 13 e figura 14 que mesmo sendo aplicativos distintos, ambos priorizam em abordar tons neutros extremamente semelhantes.



Figura 13: Paleta de cores neutras do Facebook



Figura 14: Paleta de cores neutras do Instagram



Figura 15: Paleta de cores neutras do TikTok

5.7 USO ESTRATÉGICO DAS CORES VIVAS

Além dos tons neutros, essas plataformas também fazem uso estratégico de cores vivas para guiar a atenção do usuário e destacar funcionalidades importantes.

Elementos Interativos: No Facebook, o azul é utilizado para destacar links e botões de ação, como o "Curtir" e o "Compartilhar". Essa cor não apenas é parte da identidade visual da marca, mas também se destaca claramente contra os tons neutros, tanto no modo claro quanto no modo escuro.

Elementos de Engajamento: O Instagram usa gradientes de roxo e laranja para seus ícones de stories e ações interativas, criando um visual vibrante que atrai os usuários. Esses gradientes são contrastados com os tons neutros do fundo, direcionando o foco para as áreas de maior interação.

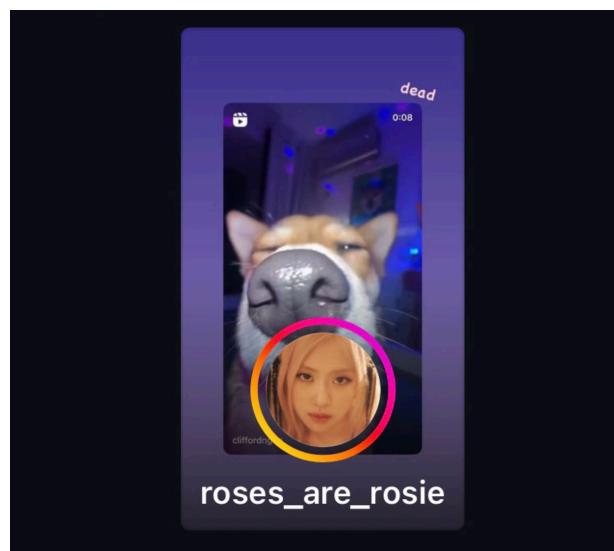


Figura 16: Demonstração de “Stories” do Instagram utilizando gradiente

Elementos de Navegação: O TikTok utiliza vermelho para destacar notificações e ícones de ações principais, como o botão de "Curtir". Essa escolha de cor é eficaz em captar a atenção dos usuários em um fundo predominantemente neutro.

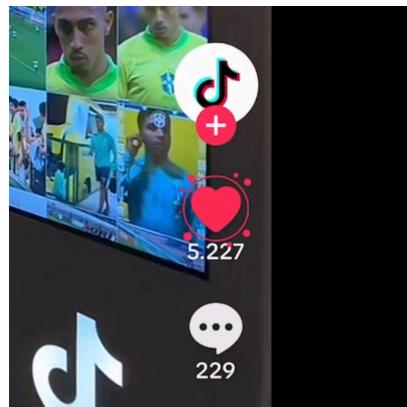


Figura 17: Demonstração de “curtida” no TikTok

5.8 CONCLUSÃO DAS SEMELHANÇAS ENTRE OS APLICATIVOS

A utilização de tons neutros em conjunto com cores vivas é uma estratégia comum entre Facebook, Instagram e TikTok, proporcionando uma experiência de usuário que é ao mesmo tempo visualmente agradável e funcional, tanto no modo claro quanto no modo escuro. Esses tons neutros criam um ambiente limpo e organizado, enquanto as cores vivas guiam a atenção dos usuários para elementos interativos e de engajamento, otimizando a navegação e a interação dentro das plataformas. A consistência na aplicação dessas paletas de cores contribui para a familiaridade e a usabilidade, aspectos essenciais para o sucesso contínuo dessas redes sociais.

6 RESULTADOS

6.1 PORQUÊ ESTUDAR PSICOLOGIA DAS CORES

No ambiente digital atual, a experiência do usuário (UX) é crucial para o sucesso de aplicativos e websites. A psicologia das cores, que estuda como as cores afetam emoções e comportamentos humanos, é essencial para criar interfaces atraentes, funcionais e influentes. Este texto destaca a importância de estudar a psicologia das cores em interfaces digitais, abordando desde o aumento da eficiência dos projetos até o impacto positivo no lucro das empresas.

Compreender a psicologia das cores permite que designers criem interfaces mais envolventes e intuitivas. A escolha adequada das cores pode melhorar a usabilidade, destacando informações importantes e facilitando a navegação. Além disso, as cores ajudam a transmitir a identidade da marca, criando uma conexão emocional com os usuários e fortalecendo a imagem corporativa.

As cores influenciam diretamente as emoções e decisões dos usuários. Por exemplo, o azul é associado à confiança e segurança, enquanto o vermelho pode estimular a urgência. Utilizar essas associações de forma estratégica pode direcionar os usuários a ações desejadas, como realizar uma compra ou se inscrever em um serviço. Cores bem escolhidas podem também tornar a experiência mais agradável, aumentando a satisfação do usuário.

Interfaces projetadas com base na psicologia das cores tendem a ser mais atraentes, incentivando os usuários a passarem mais tempo na plataforma. Esse maior tempo de permanência pode levar a uma maior interação com o conteúdo e a um aumento nas conversões, seja em vendas ou inscrições.

O uso eficaz da psicologia das cores pode resultar em aumento de lucro. Interfaces que proporcionam uma experiência positiva retêm mais usuários e reduzem os custos de aquisição de novos clientes. Empresas que investem em design baseado na psicologia das cores frequentemente observam um retorno significativo sobre o investimento.

6.2 CONTRIBUIÇÕES ESPERADAS

Espera-se que esta pesquisa contribua para a valorização do design baseado na psicologia das cores, demonstrando sua importância para a criação de interfaces digitais eficazes e envolventes. Além disso, pretende-se fornecer guias práticos que possam ser utilizadas por designers e empresas para otimizar suas interfaces e melhorar a experiência do usuário.

Um dos principais objetivos é aumentar a relevância e a importância dos profissionais de design dentro das empresas. Ao evidenciar como a aplicação estratégica das cores pode influenciar positivamente o comportamento dos usuários

e os resultados financeiros, espera-se que as organizações reconheçam e valorizem mais os designers que utilizam a psicologia das cores em seu trabalho cotidiano. Dessa forma, busca-se promover um maior reconhecimento e valorização desses profissionais, destacando seu papel crucial no sucesso dos projetos digitais.

7 CONCLUSÃO

A pesquisa sobre a psicologia das cores e sua aplicação no design de interfaces digitais revelou-se fundamental para entender como as escolhas de cores influenciam a experiência do usuário. Por meio de uma análise dos aplicativos populares como TikTok, Instagram e Facebook, observamos que a seleção estratégica de cores não apenas molda a identidade visual dessas plataformas, mas também impacta diretamente a interação e a percepção do usuário. Os resultados demonstraram que a utilização de tons neutros cria um ambiente visual limpo e organizado, permitindo que as cores vibrantes se destaquem e guiem a atenção do usuário para elementos importantes. Essa combinação contribui para uma navegação intuitiva e uma experiência de uso mais clara. Além disso, a psicologia das cores se mostrou uma ferramenta poderosa para criar emoções e comportamentos, permitindo que designers criem interfaces que atraem o público-alvo. Ao explorar os significados e associações das cores, foi possível identificar como estas não apenas transmitem mensagens visuais, mas também influenciam decisões e ações dos usuários. O impacto positivo das cores na satisfação do usuário sugere que empresas que investem e entendem a importância da aplicação da psicologia das cores podem não apenas melhorar a experiência do usuário, mas também aumentar suas taxas de conversão e lucros.

Portanto, a valorização do design baseado na psicologia das cores é imprescindível para o sucesso no ambiente digital atual. Espera-se que os resultados desta pesquisa incentivem profissionais e organizações a reconhecerem a importância de integrar princípios de psicologia das cores em seus processos de design. Assim, promove não apenas a melhoria da experiência do usuário, mas também o fortalecimento do papel dos designers como peças-chave na criação de soluções digitais impactantes.

Embora este estudo tenha fornecido uma base importante sobre a relação entre cores e experiência do usuário, existem várias direções para expandir esse conhecimento. O primeiro estudo futuro poderia se concentrar em “Como as preferências de cores variam entre diferentes faixas etárias e culturas”, uma vez que a percepção e a resposta emocional às cores podem ser subjetivas. Investigando como diferentes grupos respondem a paletas de cores, seria possível criar diretrizes mais específicas para o design de interfaces digitais que atendam melhor à diversidade de usuários.

Outro estudo futuro poderia explorar “Os efeitos de diferentes combinações de cores em ambientes de alta pressão ou stress”, como em aplicativos de saúde ou financeiros, onde as cores não apenas impactam a estética, mas também podem afetar a tomada de decisões rápidas e precisas. A psicologia das cores pode ter um papel ainda mais decisivo nesses contextos, ajudando a criar interfaces que promovem calma, clareza e confiança, fatores essenciais em situações de tensão.

Ao aprofundar essas questões, espera-se que os futuros estudos contribuam para uma compreensão ainda mais completa sobre a aplicação estratégica da psicologia das cores no design digital, beneficiando tanto os usuários quanto os profissionais de design em suas práticas cotidianas.

REFERÊNCIAS

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Editora Blucher, 2011.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Editora Olhares, 2022.

ELWOOD, Mark. **Por que o azul é provavelmente a sua cor favorita, segundo a Ciência**. BBC Future. Disponível em: (<https://www.bbc.com/portuguese/vert-fut-61777269>).

FAUSTO, Ilma Rodrigues de Souza et al. **Psicologia das cores**, v. número, p. páginas, ano. DOI ou link (<https://enqr.pw/31Qi6>).

FERNANDES, Karla Gimenez. **PSICOLOGIA DAS CORES: O QUE É E COMO INFLUENCIA NAS EMOÇÕES?**.

GOODWIN, C. James. **História da psicologia moderna**. Editora Cultrix, 2005.

JACÓ-VILELA, Ana Maria; FERREIRA, Arthur Arruda Leal; PORTUGAL, Francisco Teixeira (Ed.). **História da psicologia: rumos e percursos**. Nau Editora, 2018.

VALLE SISTEMAS. **Psicologia das cores**. Disponível em: (<https://vallesistemas.com.br/blog/psicologia-das-cores/>).

WAGNER, L. D. J. **Newton e suas experiências**. Disponível em: (<https://www.pucsp.br/pos/cesima/schenberg/alunos/wagnerldjr/newton/experiencias.htm>).

