

INFLUÊNCIA DAS CORES NA PERCEPÇÃO DE USABILIDADE¹

Diogo Antônio Tissot², Guilherme Henke Saueressig², Rafaela Mombach Londero², Lori Machado Filho³

¹ Trabalho desenvolvido na disciplina de Programação para Interface de Usuário, do curso de Ciência da Computação, da UNIJUÍ, durante o segundo semestre de 2023.

² Estudante do curso de Ciência da Computação da UNIJUÍ

³ Professor do curso de Ciência da Computação da UNIJUÍ

Introdução/Objetivos: Em um mundo onde manter a atenção do usuário é um recurso valioso, o uso e a escolha das cores desempenha um papel crucial na maneira como as pessoas interagem com interfaces digitais. Conforme a psicóloga Eva Heller em sua principal obra, as cores não se usam sem motivo, e que todas possuem um significado e uma finalidade em particular. A maioria dos aplicativos, sites e sistemas possuem um esquema de cores bem definido, que está relacionado aos efeitos emocionais que essas cores exercem sobre os usuários. As cores adotadas por um determinado aplicativo ou site influenciam na compreensão de sua finalidade e intenção. Este trabalho tem como objetivo explorar a complexa relação entre as cores e as emoções, com foco na sua relevância para o desenvolvimento de interfaces de usuário e experiência de usuário (UX/UI) em aplicações digitais. **Metodologia:** O presente estudo trata-se de uma pesquisa exploratória e experimental, de abordagem quantitativa e natureza aplicada que foi realizada através de uma extensa pesquisa em artigos e sites sobre os temas de psicologia das cores, na qual também foi confeccionado um formulário utilizando a plataforma *Google Forms*, que continham perguntas relacionadas às associações de sentimentos de algumas cores. O formulário foi compartilhado com pessoas da cidade de Santa Rosa e região de forma aleatória. **Resultados e Discussão:** As cores são associadas a emoções, e entre as pesquisadas, a que mais se destacou positivamente foi a confiabilidade. A cor mais predominante com este sentimento foi a cor azul, presente em 64,9% das respostas da pesquisa. Em contrapartida, a cor que expressa menos confiabilidade foi a marrom, escolhida por apenas 2,7% das pessoas. A cor azul também foi considerada a mais agradável por 70,3% dos participantes, enquanto as cores marrom e vermelha foram consideradas as mais desagradáveis por 48,6% das pessoas. Através da pesquisa, que envolveu 37 participantes, foi possível perceber que as cores pesquisadas através do formulário possuem uma grande influência positiva para que o usuário engaje com o conteúdo apresentado nos sites e aplicações. **Conclusão:** Este estudo envolveu uma abordagem metodológica que incluiu a realização de uma pesquisa por meio de um formulário do *Google Forms*. O objetivo dessa pesquisa era compreender as associações e os sentimentos que as pessoas estabelecem com cores específicas. Esse processo permitiu obter *insights* valiosos sobre as percepções individuais e coletivas em relação a determinadas cores, fornecendo uma base sólida para compreender como a escolha cromática impacta as reações emocionais dos usuários.

Palavras-chave: Psicologia das Cores, Experiência de Usuário, UI/UX, Marketing, Desenvolvimento web.