



ANÁLISE SEMIÓTICA DAS CORES COM BASE NA PSICOLOGIA DAS CORES E DE USABILIDADE COM BASE NAS LEIS DA PSICOLOGIA APLICADA À UX.

Guilherme Dias Ponsoni

Orientador: Nemuel Geraldo da Silva

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo IFSP
Guarulhos

Resumo

Esta pesquisa analisa a influência da psicologia das cores na experiência do usuário (UX) em interfaces digitais, considerando também aspectos da semiótica peirceana e da psicologia aplicada ao design. O estudo parte da compreensão de que as cores não possuem apenas função estética, mas também comunicativa, sendo capazes de despertar emoções, direcionar a atenção e influenciar a interação dos usuários com sistemas digitais. Para o desenvolvimento da pesquisa, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre teoria das cores, psicologia das cores, experiência do usuário e design comportamental, utilizando conceitos relacionados às Leis de Hick, Fitts e Miller, além do efeito estética-usabilidade. Como aplicação prática, foi realizado um estudo de caso com o site MedSênior, escolhido por possuir proposta visual bem definida e público-alvo voltado principalmente para pessoas da terceira idade. A análise concentrou-se na página inicial do site, observando aspectos relacionados às cores, organização visual, navegação e comunicação simbólica dos elementos gráficos. Os resultados indicam que o uso predominante das cores verde e branco reforça significados associados à saúde, confiança, acolhimento e segurança, contribuindo para uma experiência mais intuitiva e agradável. Também foi possível identificar que a organização das informações e a padronização visual auxiliam na redução da carga cognitiva e melhoram a usabilidade da interface. Dessa forma, a pesquisa evidencia a importância da utilização estratégica das cores no desenvolvimento de interfaces digitais mais eficientes, acessíveis e alinhadas às necessidades dos usuários.

Palavras-chave: Interação Humano-Computador. Design de Interface. Estética Digital. Comportamento do Usuário.

1. Introdução

A crescente presença das interfaces digitais tornou a Experiência do Usuário (UX) um fator essencial no desenvolvimento de sites e aplicativos. Nesse contexto, as cores influenciam a forma como os usuários percebem e interagem com uma interface, atuando como elementos visuais e comunicativos. Segundo Eva Heller (2014), as cores possuem significados simbólicos e emocionais que variam conforme o contexto. Além disso, princípios de UX e design comportamental, como as Leis de Hick, Fitts e Miller, demonstram que a organização visual pode melhorar a navegação e reduzir a carga cognitiva (YABLONSKI, 2020). Para aplicar esses



conceitos, foi realizado um estudo de caso com o site MedSênior, analisando os elementos visuais e de usabilidade presentes em sua página inicial. Dessa forma, a pesquisa busca compreender como a psicologia das cores influencia a experiência do usuário em interfaces digitais.

2. Materiais e Métodos

Esta pesquisa possui caráter qualitativo, exploratório e bibliográfico, buscando compreender a influência da psicologia das cores na experiência do usuário (UX) em interfaces digitais. Para isso, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre teoria das cores, psicologia das cores, semiótica peirceana e UX, utilizando como principais referenciais os estudos de Eva Heller, os conceitos semióticos de Charles Sanders Peirce discutidos por Pereira (2023) e Oliveira (2023), além dos princípios de UX e psicologia no design apresentados por Jon Yablonski(2020). Também foram considerados conceitos relacionados às Leis de Hick, Fitts e Miller e ao efeito estética-usabilidade.

a) Estudo de caso

Para aplicar os conceitos teóricos, foi realizado um estudo de caso com o site MedSênior, escolhido por possuir identidade visual bem definida e público-alvo voltado principalmente para pessoas da terceira idade. A análise concentrou-se na página inicial do site, observando aspectos relacionados às cores, organização visual, navegação e comunicação simbólica dos elementos gráficos.

b) Coleta de dados visuais

A coleta de dados foi realizada por meio de capturas de tela da página inicial do site, dividida em seções como cabeçalho, banner principal, área de serviços e rodapé. As imagens foram utilizadas para analisar os elementos cromáticos, a organização da interface e os princípios de UX. Além disso, a paleta de cores predominante foi identificada com a ferramenta Adobe Color.

c) Procedimentos de análise

A análise foi realizada de forma descritiva e interpretativa, relacionando os elementos da interface aos conceitos teóricos da pesquisa. Foram analisados os significados psicológicos das cores, a cor como signo na semiótica peirceana, conforme Pereira (2023) e Oliveira (2023), e os princípios de usabilidade ligados à experiência do usuário. Também foram observadas aplicações

das Leis de Hick, Fitts e Miller, além do efeito estética-usabilidade, verificando a organização das informações e a redução da carga cognitiva na navegação.

3. Resultados e Discussão

A análise da interface do site MedSênior permitiu identificar a aplicação de princípios da psicologia das cores, semiótica peirceana, UX e psicologia no design. Os resultados demonstram que os elementos visuais da plataforma contribuem para uma comunicação voltada à confiança, acolhimento e acessibilidade, aspectos importantes para serviços de saúde e para o público idoso.

a) Paleta de cores

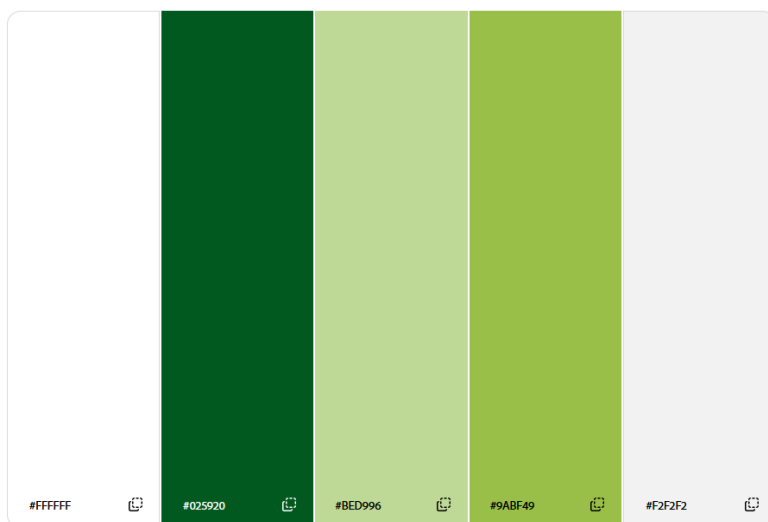


Figura 1 - Paleta de cores.

Fonte: <https://color.adobe.com/>

A paleta de cores do site foi identificada com a ferramenta [Adobe Color](https://color.adobe.com/), evidenciando o predomínio das cores verde e branco. Segundo Eva Heller (2014), o verde está associado à saúde, equilíbrio e natureza, enquanto o branco relaciona-se à clareza e honestidade, reforçando a proposta institucional da empresa. Na perspectiva da semiótica peirceana, conforme Oliveira (2023) e Pereira (2023), a cor atua como signo capaz de transmitir sentidos e produzir interpretações, fazendo com que o verde represente cuidado, segurança e confiança.



3.2 Cabeçalho e menu principal



Figura 2 - Cabeçalho e barra de navegação.

Fonte: <https://medsenior.com.br/>

A Figura 2 apresenta o cabeçalho e a barra de navegação do site, com predominância das cores verde e branco. Segundo Eva Heller (2014), essas cores estão associadas à saúde, equilíbrio, organização e clareza, favorecendo a legibilidade e a navegação. Na perspectiva da semiótica peirceana, conforme Oliveira (2023), o logotipo da MedSênior atua como signo visual, em que as folhas representam natureza, vitalidade e cuidado. No campo do UX, o menu apresenta organização simples e objetiva, evidenciando a aplicação da Lei de Hick e da Lei de Fitts, descritas por Jon Yablonski (2020). Além disso, o design harmonioso reforça o efeito estética-usabilidade, aumentando a percepção de confiabilidade da interface.

b) Banner principal e área de serviços



Figura 3 - Parte inicial do site.

Fonte: <https://medsenior.com.br/>

A Figura 3 apresenta o banner principal do site, com predominância de tons de verde que reforçam sensações de saúde, tranquilidade e estabilidade. O botão roxo do call-to-action cria contraste cromático e direciona a atenção do usuário, sendo associado ao destaque e à criatividade,



segundo Eva Heller (2014). Na perspectiva semiótica, conforme Pereira (2023), as imagens e elementos visuais atuam como signos de acolhimento e proximidade. Em relação ao UX, a interface apresenta hierarquia visual clara e organização eficiente das funcionalidades. Também é possível identificar a aplicação das Leis de Fitts e Miller, além do efeito estética-usabilidade, contribuindo para uma navegação mais intuitiva e agradável.

c) Seção “Por que escolher a MedSênior?”

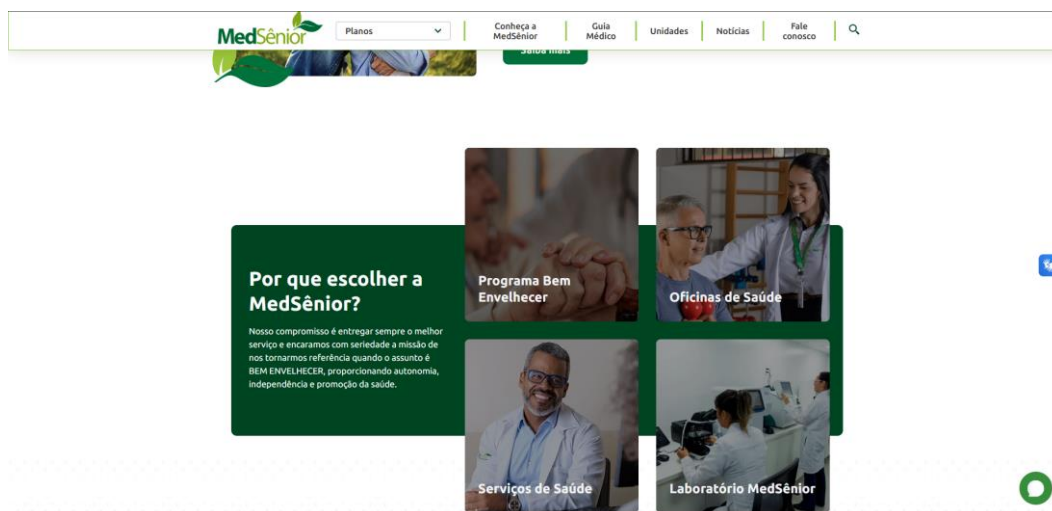


Figura 4 - Parte Central do site

Fonte: <https://medsenior.com.br/>

Na Figura 4, o predomínio do verde escuro reforça significados relacionados à segurança, estabilidade e confiança. As imagens de profissionais da saúde e idosos fortalecem a proposta de acolhimento da empresa. Na perspectiva da semiótica peirceana, conforme Oliveira (2023), esses elementos visuais atuam como signos associados ao cuidado e à humanização. Em relação ao UX, as informações organizadas em cartões facilitam a leitura e a navegação, evidenciando a aplicação das Leis de Hick e Miller. O efeito estética-usabilidade também é percebido na harmonia visual, nas imagens de qualidade e na tipografia legível.

d) Rodapé do site

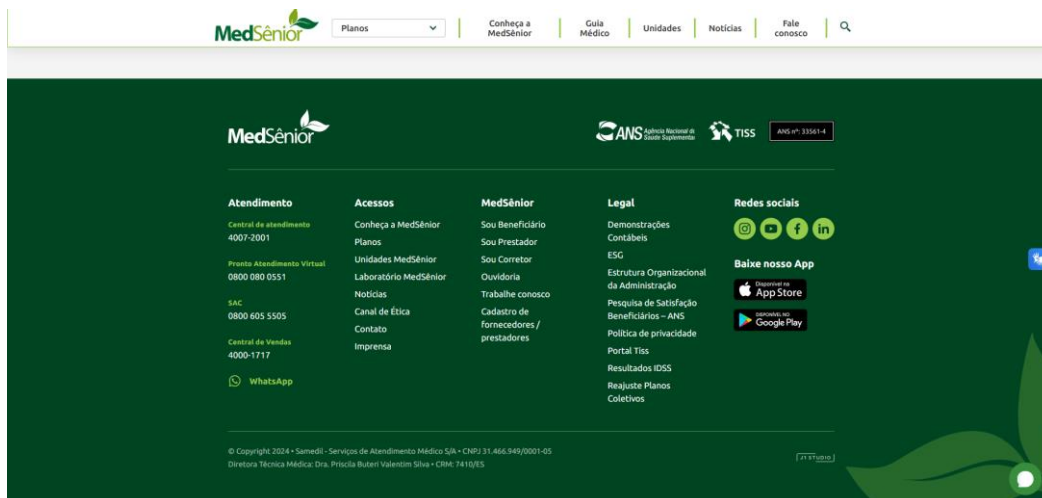


Figura 5 - Parte Final/Rodapé

Fonte: <https://medsenior.com.br/>

A Figura 5 apresenta o rodapé do site, no qual o verde escuro transmite segurança e credibilidade institucional. Os selos da ANS e os ícones de redes sociais reforçam a confiança e a acessibilidade digital. Na perspectiva da semiótica peirceana, conforme Pereira (2023), esses elementos atuam como signos capazes de comunicar informações e produzir interpretações. Em relação ao UX, o rodapé possui organização hierárquica clara, com conteúdos divididos em colunas, facilitando a navegação. Também é possível identificar a aplicação das Leis de Hick e Miller, além do efeito estética-usabilidade, mantendo a coerência visual da interface.

e) Discussão dos resultados

Os resultados obtidos indicam que o uso estratégico das cores, aliado à organização visual e aos princípios de UX, contribui para uma interface mais intuitiva, agradável e confiável. As cores utilizadas reforçam significados relacionados à saúde, acolhimento e segurança, conforme os estudos de Eva Heller (2014). Além disso, a análise semiótica mostrou que cores, imagens e símbolos atuam como signos capazes de fortalecer a comunicação visual da interface, conforme Oliveira (2023) e Pereira (2023). Também foi possível identificar a aplicação das Leis de Hick, Fitts e Miller, reduzindo a carga cognitiva e melhorando a navegação dos usuários. Por fim, por se tratar de uma pesquisa exploratória, os resultados servem como base para estudos futuros sobre psicologia das cores e experiência do usuário.

4. Considerações Finais



Esta pesquisa permitiu compreender como a psicologia das cores influencia a experiência do usuário em interfaces digitais. A análise do site MedSênior mostrou que as escolhas cromáticas e a organização visual contribuem para uma interface mais intuitiva, agradável e acessível. Os resultados indicam que as cores verde e branco reforçam significados relacionados à saúde, confiança e acolhimento, conforme os estudos de Eva Heller (2014). Além disso, a semiótica peirceana evidenciou que cores e elementos visuais atuam como signos capazes de transmitir mensagens e fortalecer a comunicação da interface, conforme Pereira (2023) e Oliveira (2023). Também foi possível identificar a aplicação das Leis de Hick, Fitts e Miller, além do efeito estética-usabilidade, demonstrando que a organização visual melhora a navegação e reduz a carga cognitiva dos usuários. Por fim, por se tratar de uma pesquisa exploratória, os resultados servem como base para futuros estudos sobre psicologia das cores e experiência do usuário.

5. Referências

ADOBE. **Adobe Color**. Disponível em: <https://color.adobe.com/> . Acesso em 16 de abril de 2026.

HELLER, E. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1.ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

MEDSÊNIOR. **MedSênior: saúde inteligente para adultos 49+**. Disponível em: <https://medsenior.com.br/> . Acesso em 16 de abril de 2026

OLIVEIRA, A. C. de. **A linguagem cinematográfica: uma abordagem semiótica da cor e sua aplicação no filme “Precisamos Falar Sobre o Kevin”**. *Revista Foco*, v. 16, n. 6, 2023. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/2219> , acesso em 29 de abril de 2026.

PEREIRA, Carla. **A cor como signo: fundamentos para uma abordagem semiótica das cores no design**. *Estudos em Design*, Rio de Janeiro, v. 31, n. 1, 2023. Disponível em: <https://eed.emnuvens.com.br/design/article/view/1574> , acesso em 19 de março de 2026.



YABLONSKI, Jon. *Leis da psicologia aplicadas a UX: usando psicologia para projetar melhores produtos e serviços*. São Paulo: Novatec Editora, 2020.