

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROF JOSÉ SANT'ANA DE CASTRO
Marketing**

Manuella Carolliny Matias e Samira de Jesus Caetano Santos

**UI/UX Aplicada ao Marketing Digital: A influência do Design de Interface
(UI) na Decisão de Compra no Ambiente Digital**

Cruzeiro, São Paulo

2026

Manuella Carolliny Matias e Samira de Jesus Caetano Santos

**UI/UX Aplicada ao Marketing Digital: A influência do Design de Interface
(UI) na Decisão de Compra no Ambiente Digital**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso Técnico em
Marketing da ETEC Prof. José
Sant'Ana de Castro, orientado pelo
Prof. Alessandro Gomes, como
requisito parcial para a obtenção do
título de técnico em Marketing.

Cruzeiro, São Paulo

2026

Dedicamos este trabalho a Deus, por nos conceder força e sabedoria ao longo de toda esta jornada.

Aos nossos pais, por sempre nos apoiar e incentivar.

E a todos que acreditaram e contribuíram, direta ou indiretamente, para que conseguíssemos chegar até aqui.

Queremos agradecer primeiramente a Deus, que nos concedeu forças, paciência e sabedoria para que pudéssemos chegar até aqui.

Agradecemos as nossas famílias, que nos apoiaram desde o início e por todo o caminho que trilhamos.

Aos nossos professores, nossa eterna gratidão pela dedicação, conhecimento e contribuição fundamentais que nos ensinaram a ser as profissionais que sairemos daqui.

Em especial a nossa Coordenadora do curso Audrey Oliveira e ao nosso Orientador Alessandro Gomes, que tanto quanto os outros professores, nos apoiaram e incentivaram a sermos fortes e continuar.

Agradecemos também as amizades feitas durante esses semestres, pela companhia, pelas risadas que tiramos em momentos confortantes no curso.

Agradecemos também ao David José, que foi a nossa principal fonte de formatação para o TCC.

Aos demais da sala, desejamos uma boa vida.

P.s.: Eu, Samira Caetano, agradeço a nossa Professora e Coordenadora Audrey Oliveira, por ter tido muita paciência comigo pelas vezes em que perdi o ônibus.

Obrigada.

Design é a embaixadora silenciosa da sua marca.

Paul Rand, Designer Gráfico, 1914–1996.

UI/UX APLICADA AO MARKETING DIGITAL: A INFLUÊNCIA DO DESIGN DE INTERFACE (UI) NA DECISÃO DE COMPRA NO AMBIENTE DIGITAL

Resumo

Com o avanço das tecnologias digitais e o crescimento do comércio eletrônico, a experiência do usuário tornou-se um fator estratégico para empresas que atuam no ambiente digital. Nesse contexto, o design de interface (UI) exerce influência direta na forma como os consumidores percebem, interagem e tomam decisões dentro de plataformas digitais. O presente trabalho tem como objetivo analisar como elementos do design de interface, como cores, tipografia, layout e usabilidade, impactam o comportamento do consumidor e sua decisão de compra em ambientes digitais. Para isso, o estudo aborda conceitos relacionados à experiência do usuário (UX), interface do usuário (UI), usabilidade e comportamento do consumidor no marketing digital. A metodologia adotada caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, de natureza qualitativa e descritiva, baseada na análise comparativa de interfaces digitais com diferentes níveis de organização visual e usabilidade. A pesquisa busca compreender como diferentes estruturas de interface podem influenciar a percepção, a navegação e a experiência do usuário no ambiente digital. Espera-se demonstrar que interfaces organizadas, intuitivas e visualmente agradáveis contribuem para experiências mais positivas, aumentando o engajamento e favorecendo a permanência e a confiança do consumidor em plataformas digitais.

Palavras-chave: UX. UI. Design de interface. Marketing digital. Experiência do usuário. Decisão de compra.

UI/UX APPLIED TO DIGITAL MARKETING: THE INFLUENCE OF USER INTERFACE DESIGN ON PURCHASE DECISION IN THE DIGITAL ENVIROMENT

Abstract

With the advancement of digital technologies and the growth of e-commerce, user experience has become a strategic factor for companies operating in digital environments. In this context, User Interface (UI) design directly influences how consumers perceive, interact with, and make decisions within digital platforms. This study aims to analyze how interface design elements, such as colors, typography, layout, and usability, impact consumer behavior and purchasing decisions in digital environments. To achieve this, the research addresses concepts related to User Experience (UX), User Interface (UI), usability, and consumer behavior in digital marketing. The adopted methodology is characterized as applied, qualitative, and descriptive research, based on the comparative analysis of digital interfaces with different levels of visual organization and usability. The study seeks to understand how different interface structures may influence user perception, navigation, and experience in digital environments. It is expected to demonstrate that organized, intuitive, and visually appealing interfaces contribute to more positive experiences, increasing engagement and fostering consumer trust and permanence on digital platforms.

Keywords: UX. UI. Interface design. Digital marketing. User experience. Purchase decision.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
--------------------------	-----------

2 OBJETIVOS.....	12
2.1 Objetivo Geral.....	12
2.2 Objetivos Específicos.....	12
3 JUSTIFICATIVA.....	13
4 METODOLOGIA.....	15
4.1 Metodologia da pesquisa.....	15
4.1.1 Tipo de pesquisa.....	15
4.1.2 Procedimento da Pesquisa.....	15
5 DESENVOLVIMENTO.....	16
5.1 Marketing Digital e Comportamento do Consumidor.....	16
5.2 User Experience (UX).....	17
5.2.1 Conceito de UX.....	17
5.2.2 UX no Ambiente Digital.....	18
5.3 User Interface (UI).....	19
5.3.1 Conceito de UI.....	20
5.3.2 Elementos do Design de Interface.....	21
5.3.2.1 Tipografia.....	21
5.3.2.2 Cores.....	23
5.3.2.3 Layout.....	24
5.4 Design de Interface e Decisão de Compra.....	26
5.5 Usabilidade em Plataformas Digitais.....	27
6 CONCLUSÃO.....	29
7 REFERÊNCIAS.....	31
8 APÊNDICE.....	33
APÊNDICE A – Exemplos de Interfaces Consideráveis Eficientes.....	33
A.1 Apple.....	33

A.2 Airbnb.....	34
A.3 Notion.....	35
APENDICE B – Exemplos de Interfaces Consideráveis Ineficientes.....	36
B.1 Yale School of Art.....	36
B.2 Berkshire Hathaway.....	37
B.3 Arngren.....	38

1 INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias digitais e a popularização da internet transformaram significativamente as relações de consumo e as estratégias de comunicação utilizadas pelas empresas. Nesse contexto, o comércio eletrônico consolidou-se como uma das principais formas de comercialização na contemporaneidade, exigindo das organizações não apenas presença no ambiente

digital, mas também a criação de experiências capazes de atrair, engajar e fidelizar consumidores. Dessa forma, elementos relacionados à experiência do usuário (UX) e ao design de interface (UI) passaram a desempenhar papel estratégico no desenvolvimento de plataformas digitais.

A experiência do usuário está diretamente relacionada à forma como os indivíduos percebem e interagem com sistemas digitais, envolvendo fatores como facilidade de navegação, acessibilidade, organização das informações e sensação de confiança durante a utilização de uma plataforma. Paralelamente, o design de interface corresponde aos aspectos visuais e estruturais responsáveis por mediar a interação entre usuário e sistema, incluindo elementos como cores, tipografia, layout e hierarquia visual. Assim, UX e UI atuam de maneira complementar na construção de experiências digitais mais intuitivas, eficientes e agradáveis.

No ambiente do marketing digital, a qualidade da interface tornou-se um fator capaz de influenciar diretamente o comportamento do consumidor e sua decisão de compra. Em um cenário marcado pela rapidez das interações e pela elevada concorrência entre plataformas digitais, a primeira impressão visual pode determinar a permanência do usuário no site ou o abandono imediato da navegação. Nesse sentido, interfaces organizadas e visualmente atrativas tendem a transmitir maior credibilidade e segurança, favorecendo o engajamento e aumentando as possibilidades de conversão.

Diante dessa realidade, torna-se relevante compreender como os elementos do design de interface impactam a experiência do usuário e influenciam sua percepção durante o processo de navegação em plataformas digitais. Assim, o presente trabalho tem como objetivo analisar como elementos de UI/UX influenciam o comportamento do consumidor e sua decisão de compra no ambiente digital, evidenciando a importância do design de interface como ferramenta estratégica no marketing digital contemporâneo.

Para o desenvolvimento da pesquisa, será realizada uma análise qualitativa e comparativa de interfaces digitais, observando aspectos relacionados à usabilidade, organização visual, tipografia, cores, layout e experiência do usuário. A partir dessa análise, busca-se compreender como diferentes estruturas de interface podem influenciar a percepção, a navegação e a experiência dos consumidores em plataformas digitais.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Analisar como o design de interface (UI/UX) impacta o comportamento do consumidor e a decisão de compra em lojas virtuais, evidenciando o design como ferramenta estratégica no marketing digital contemporâneo.

2.2 Objetivos Específicos

a) Conceituar e distinguir os campos de User Experience (UX) e User Interface (UI) com base na literatura acadêmica especializada;

- b) Identificar os elementos de interface, como cores, tipografia, layout, hierarquia visual e usabilidade, que exercem influência sobre a confiança e a intenção de compra do consumidor.
- c) Analisar como diferentes estruturas de interface podem influenciar a percepção, a confiança e a intenção de compra dos usuários.
- d) Analisar como diferentes estruturas de interface podem influenciar a percepção, a navegação e a intenção de compra dos usuários;
- e) Propor diretrizes práticas de UI/UX aplicáveis ao contexto de pequenas lojas virtuais e plataformas digitais.

3 JUSTIFICATIVA

O crescimento das plataformas digitais e a expansão do comércio eletrônico transformaram a maneira como consumidores interagem com marcas, produtos e serviços no ambiente virtual. Nesse contexto, a experiência do usuário passou a ocupar posição estratégica dentro das empresas, uma vez que a qualidade da navegação e da interface pode influenciar diretamente a percepção do consumidor e sua decisão de compra. Assim, compreender como elementos de design de interface impactam o comportamento dos usuários torna-se fundamental para analisar os fatores que contribuem para o sucesso de plataformas digitais.

Além da função estética, o design de interface está relacionado à usabilidade, à acessibilidade e à organização das informações, fatores que influenciam a permanência do usuário em um site e sua experiência durante a navegação. Interfaces intuitivas, visualmente organizadas e alinhadas às necessidades do consumidor tendem a transmitir maior confiança e credibilidade, favorecendo o engajamento e aumentando as possibilidades de conversão. Em contrapartida, plataformas desorganizadas ou de difícil utilização podem gerar frustração, insegurança e abandono da navegação.

Do ponto de vista acadêmico, o presente estudo mostra-se relevante por integrar conceitos relacionados ao marketing digital, comportamento do consumidor, experiência do usuário (UX), interface do usuário (UI) e usabilidade, promovendo uma abordagem interdisciplinar alinhada às transformações tecnológicas contemporâneas. Além disso, o trabalho contribui para ampliar as discussões sobre a influência dos elementos visuais e estruturais das interfaces digitais no processo de tomada de decisão dos consumidores.

Sob a perspectiva prática, a pesquisa pode contribuir para o desenvolvimento de plataformas digitais mais eficientes, acessíveis e alinhadas às expectativas dos usuários. Por meio da análise comparativa de diferentes interfaces digitais, busca-se compreender como elementos como cores, tipografia, layout e organização visual podem impactar a experiência do usuário e influenciar sua percepção durante a navegação.

Dessa forma, a realização deste estudo justifica-se pela relevância do tema no cenário contemporâneo, evidenciando a importância do design de interface como ferramenta estratégica para o marketing digital e para a construção de experiências mais positivas no ambiente virtual.

4 METODOLOGIA

4.1 Metodologia da pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como aplicada, de natureza qualitativa e descritiva, tendo como objetivo analisar a influência do design de interface na percepção do usuário e em sua decisão de compra no ambiente digital. O estudo busca compreender como diferentes estruturas visuais podem impactar a experiência do usuário, a usabilidade e a confiança em plataformas digitais de comércio eletrônico.

4.1.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa possui caráter qualitativo, pois busca analisar aspectos relacionados à percepção visual, à navegação e à experiência do usuário diante de diferentes interfaces digitais. Além disso, caracteriza-se como descritiva e comparativa, uma vez que serão observadas e analisadas interfaces de plataformas digitais com diferentes níveis de organização visual, usabilidade e estrutura de navegação.

4.1.2 Procedimentos da pesquisa

Para a realização da pesquisa, serão selecionadas interfaces de plataformas digitais voltadas ao comércio eletrônico, com o objetivo de comparar diferentes estruturas visuais e elementos de design. A análise será baseada em aspectos relacionados à usabilidade, organização visual, tipografia, cores, hierarquia da informação, clareza da navegação e experiência do usuário.

Serão observadas interfaces consideradas organizadas e intuitivas, bem como interfaces com excesso de informações ou menor clareza visual, buscando identificar como esses fatores podem influenciar a percepção do consumidor e sua experiência durante a navegação. A análise será realizada com base nos conceitos teóricos abordados ao longo do trabalho, especialmente os relacionados à UX, UI e usabilidade.

5 DESENVOLVIMENTO

5.1 Marketing Digital e Comportamento do Consumidor

O avanço tecnológico e a expansão da internet impulsionaram o crescimento do comércio eletrônico, especialmente a partir do final do século XX e início do século XXI. Nesse cenário, muitas empresas passaram a investir no e-commerce como estratégia para ampliar sua atuação no mercado. Além do aumento nas vendas, esse modelo proporciona benefícios como maior alcance de público, fortalecimento do relacionamento com o consumidor e possibilidade de fidelização de clientes, sendo o marketing digital um elemento essencial para potencializar esses resultados (CAIRU, 2026).

Paralelamente, o comportamento do consumidor também sofreu transformações significativas, dando origem ao chamado consumidor digital. Esse novo perfil caracteriza-se por ser mais exigente, autônomo e informado, buscando não apenas suprir necessidades, mas também vivenciar experiências de compra que transmitam satisfação, segurança e confiança. Dessa forma, o processo de consumo passa a envolver aspectos emocionais e subjetivos, além de critérios racionais (EDRONE, 2026).

Além disso, o consumidor digital possui amplo acesso à informação, o que possibilita a comparação de produtos, análise de preços e leitura de avaliações de outros usuários antes da tomada de decisão. Esse cenário torna o mercado mais competitivo e exige que as empresas estejam preparadas para atender às diferentes expectativas e perfis de consumidores. Assim, o sucesso no ambiente digital está diretamente relacionado à capacidade das organizações de compreender e se adaptar a esse novo comportamento (EDRONE, 2026).

Nesse contexto, a experiência do usuário passa a assumir um papel central no ambiente digital, uma vez que está diretamente relacionada à forma como o consumidor interage com uma plataforma. Elementos como facilidade de navegação, organização das informações e clareza na apresentação dos conteúdos influenciam não apenas a permanência do usuário no site, mas também sua satisfação durante a interação. Assim, uma experiência positiva pode contribuir para o fortalecimento da relação entre consumidor e marca, enquanto dificuldades na navegação podem resultar no abandono da página. Dessa forma, compreender a experiência do usuário torna-se fundamental para analisar os fatores que impactam o comportamento do consumidor e sua decisão de compra no ambiente digital.

5.2 Experiência do Usuário

A experiência do usuário (User Experience – UX) tornou-se um elemento fundamental no desenvolvimento de produtos e serviços digitais, especialmente em um contexto marcado pela crescente digitalização das interações. Nesse cenário, compreender como os usuários percebem, utilizam e reagem às plataformas digitais é essencial para garantir não apenas a funcionalidade, mas também a qualidade da interação. Dessa forma, a UX abrange aspectos relacionados à percepção, usabilidade e satisfação do usuário, sendo um fator

determinante para o sucesso de sistemas digitais. A seguir, serão abordados os principais conceitos relacionados à experiência do usuário, bem como sua aplicação no ambiente digital.

5.2.1 Conceito de User Experience (UX)

O termo User Experience (UX), em português Experiência do Usuário, foi popularizado por Don Norman, pioneiro da área e cofundador do Nielsen Norman Group. Segundo o autor, a experiência do usuário refere-se a todos os aspectos da interação de uma pessoa com um produto ou serviço, abrangendo não apenas sua funcionalidade, mas também as sensações e percepções geradas durante o uso. Dessa forma, a UX envolve tudo aquilo que o usuário vivencia ao interagir com um sistema, sendo compreendida como um conjunto amplo de fatores que influenciam diretamente sua experiência (BASE DIGITAL, 2026).

Nesse sentido, a experiência do usuário pode ser entendida como a percepção geral construída pelo indivíduo ao utilizar um produto, serviço ou sistema digital. O objetivo da UX é proporcionar uma interação simples, eficiente e agradável, garantindo que o usuário consiga realizar suas ações de forma intuitiva e satisfatória. Assim, a qualidade da experiência está diretamente relacionada à capacidade do sistema de atender às necessidades do usuário de maneira clara e acessível (ALURA, 2026).

Além disso, a experiência do usuário depende de diversos elementos fundamentais, como usabilidade, acessibilidade, organização das informações e eficiência na navegação. Quando esses aspectos são bem estruturados, contribuem para a satisfação do usuário, aumentando seu engajamento e a probabilidade de retorno à plataforma. Em um mercado altamente competitivo, investir em UX torna-se um diferencial estratégico, pois uma experiência positiva pode fortalecer a relação entre consumidor e marca, além de reduzir custos operacionais relacionados a suporte e retrabalho (ALURA, 2026).

Por fim, destaca-se que a experiência do usuário não se limita aos aspectos técnicos de funcionamento de uma plataforma, mas está diretamente relacionada à percepção que o usuário constrói durante a interação. Essa percepção envolve fatores como emoções, facilidade de uso, organização das informações e sensação de confiança, tornando a experiência um elemento subjetivo e determinante no

processo de navegação. Dessa forma, compreender a UX como percepção do usuário é essencial para analisar seu impacto no comportamento do consumidor e, conseqüentemente, em sua decisão de compra no ambiente digital.

5.2.2 UX no Ambiente Digital

Com o avanço das tecnologias digitais e a crescente utilização da internet como meio de consumo, a experiência do usuário passou a desempenhar um papel fundamental nas interações entre consumidores e plataformas digitais. Nesse contexto, ambientes como sites, aplicativos e lojas virtuais tornaram-se espaços estratégicos para as empresas, uma vez que concentram grande parte das relações de consumo contemporâneas. Assim, a forma como o usuário interage com essas plataformas influencia diretamente sua percepção sobre a marca e seus produtos.

No ambiente digital, a experiência do usuário está diretamente relacionada à qualidade da interação proporcionada pelas interfaces. Elementos como velocidade de carregamento, organização das informações, facilidade de navegação e adaptação a diferentes dispositivos são fatores essenciais para garantir uma experiência satisfatória. Além disso, a UX vai além dos aspectos puramente visuais de uma plataforma digital, buscando proporcionar maior intuitividade, simplicidade e usabilidade nas interfaces. Isso envolve o design da interface, a organização dos elementos e a forma como o usuário navega pelo sistema, tornando a tecnologia mais acessível e eficiente (TERRA, 2026).

Além disso, a experiência do usuário no meio digital impacta diretamente o comportamento do consumidor, especialmente no que se refere à permanência na plataforma e à tomada de decisão. Interfaces confusas, excesso de informações ou dificuldades de uso podem levar ao abandono do site, enquanto experiências positivas aumentam a confiança, o engajamento e a probabilidade de conversão. Nesse sentido, “uma experiência do usuário bem projetada evita churn e aumenta o tempo gasto em seu site, estimulando positivamente suas taxas de conversão” (CONQUIST, 2026), evidenciando a importância estratégica da UX para o desempenho das plataformas digitais.

Diante disso, observa-se que a experiência do usuário está intrinsecamente ligada à forma como as interfaces são projetadas e estruturadas. Assim, o design de interface (UI) assume um papel estratégico na construção de experiências

eficientes e atrativas, sendo um dos principais responsáveis por influenciar a percepção do usuário e seu comportamento no ambiente digital, aspecto que será aprofundado no tópico a seguir.

5.3 User Interface (UI)

A User Interface (em português, Interface do Usuário) constitui um dos principais elementos responsáveis pela interação entre o usuário e os sistemas digitais. Enquanto a experiência do usuário (UX) está relacionada às percepções e sensações geradas durante o uso, a UI refere-se aos aspectos visuais e interativos que permitem essa interação, como layout, cores, tipografia e organização dos elementos na tela. Nesse sentido, a interface desempenha um papel fundamental na construção de experiências digitais eficientes, influenciando diretamente a forma como o usuário navega, interpreta informações e realiza ações dentro de uma plataforma. Dessa forma, compreender os conceitos e elementos que compõem a UI é essencial para analisar seu impacto no comportamento do consumidor no ambiente digital.

5.3.1 Conceito de UI

A User Interface corresponde ao meio pelo qual os usuários interagem com dispositivos eletrônicos, softwares ou aplicações digitais. Trata-se do conjunto de elementos que permitem essa interação, como telas, páginas, botões, ícones e demais componentes visuais e interativos. Dessa forma, a UI pode ser compreendida como a superfície de contato entre o usuário e o sistema, sendo responsável por viabilizar o controle e a navegação dentro de uma plataforma digital. Nesse contexto, o design da interface desempenha um papel fundamental, uma vez que influencia diretamente a forma como o usuário compreende e utiliza o sistema, tornando a interação mais intuitiva, eficiente e agradável (OBJECTIVE, 2026).

Além de facilitar a interação, uma interface bem projetada contribui significativamente para a satisfação do usuário, influenciando sua permanência e fidelização. Quando a utilização de um sistema ocorre de maneira simples e agradável, há maior probabilidade de o usuário continuar utilizando o produto e recomendá-lo a outros. Consequentemente, isso gera impactos positivos para as

organizações, como aumento nas taxas de conversão, redução da necessidade de suporte e melhoria no desempenho geral das plataformas digitais (OBJECTIVE, 2026).

Enquanto a interface do usuário (UI) está relacionada aos elementos visuais e interativos que permitem a interação com um sistema, a experiência do usuário (UX) abrange uma dimensão mais ampla, envolvendo as percepções, emoções e respostas do usuário durante essa interação. Nesse sentido, a UI pode ser compreendida como um dos componentes que contribuem para a construção da UX, uma vez que a forma como os elementos são apresentados influencia diretamente a experiência vivenciada pelo usuário. Assim, embora distintos, os conceitos de UI e UX são complementares, pois uma interface bem estruturada tende a facilitar a navegação e melhorar a experiência, enquanto falhas na interface podem comprometer a percepção geral do sistema, independentemente de sua funcionalidade.

5.3.2 Elementos do Design de Interface

A tipografia e as cores exercem um papel fundamental na forma como os indivíduos percebem e interagem com diferentes meios de comunicação, estando presentes em diversos contextos do cotidiano, como anúncios, mídias digitais e materiais visuais. No ambiente digital, esses elementos assumem ainda maior relevância, uma vez que influenciam diretamente as emoções, o comportamento e a tomada de decisão dos usuários. Assim, as escolhas relacionadas à tipografia e à paleta de cores em interfaces digitais podem contribuir tanto para a construção de uma experiência positiva e intuitiva quanto para a geração de dificuldades na navegação, impactando a percepção e a satisfação do usuário (MEDIUM, 2026).

5.3.2.1 Tipografia

A tipografia consiste na organização de letras e textos com o objetivo de tornar o conteúdo de uma interface reconhecível, legível e visualmente atrativo. Trata-se de um elemento fundamental no design de interfaces digitais, uma vez que influencia diretamente a forma como as informações são percebidas e compreendidas pelos usuários. Nesse sentido, a tipografia não se limita à escolha de fontes, mas envolve também aspectos como tamanho, espaçamento e

hierarquia textual, contribuindo para a construção de uma comunicação clara e eficiente (MEDIUM, 2026).

Além disso, é importante destacar a diferença entre tipo de letra e fonte, termos frequentemente utilizados como sinônimos, mas que possuem significados distintos. O tipo de letra refere-se à família tipográfica como um todo, enquanto a fonte diz respeito às variações dessa família, como peso, largura e estilo. Essa distinuição é importante para o desenvolvimento de interfaces digitais, pois permite compreender que uma mesma família tipográfica pode apresentar diferentes variações de peso, largura e estilo, possibilitando a criação de hierarquias visuais e contribuindo para a organização das informações na interface.

A tipografia também desempenha um papel relevante na construção da identidade visual das plataformas digitais, podendo transmitir diferentes sensações e significados de acordo com o estilo adotado. Tipos de letra serifados, por exemplo, costumam estar associados a uma estética mais tradicional e sofisticada, enquanto fontes sem serifa são frequentemente utilizadas em ambientes digitais por transmitirem simplicidade, modernidade e maior facilidade de leitura. Já fontes decorativas e cursivas são geralmente aplicadas em contextos específicos, como títulos e elementos de destaque, priorizando o aspecto estético em detrimento da legibilidade. Cada estilo tipográfico apresenta características próprias. As fontes serifadas possuem pequenos prolongamentos nas extremidades das letras e costumam transmitir tradição e formalidade. As fontes sem serifa apresentam traços mais simples e limpos, sendo amplamente utilizadas em interfaces digitais devido à sua legibilidade. Já as fontes decorativas e cursivas são empregadas principalmente em elementos de destaque, pois priorizam a expressividade visual em detrimento da leitura contínua.

Do ponto de vista da usabilidade, a escolha tipográfica impacta diretamente a experiência do usuário, especialmente no que se refere à leitura e à compreensão das informações. Uma tipografia adequada facilita a navegação, reduz o esforço cognitivo e contribui para que o usuário encontre rapidamente o que procura. Por outro lado, escolhas inadequadas podem dificultar a leitura, gerar frustração e comprometer a interação com o sistema. Nesse contexto, características como tamanho adequado, contraste, espaçamento entre letras e linhas e consistência visual tornam-se fundamentais para atender às necessidades dos usuários. Esses

fatores contribuem para uma leitura mais confortável, melhor compreensão das informações e maior eficiência na interação com a interface.

Por fim, destaca-se a importância de aplicar boas práticas no uso da tipografia, como a escolha de fontes coerentes com a proposta da marca, a priorização da legibilidade e a realização de testes com usuários. Essas estratégias contribuem para a construção de interfaces mais acessíveis, eficientes e alinhadas às expectativas dos usuários, reforçando o papel da tipografia como elemento essencial no design de interfaces digitais.

5.3.2.2 Cores

O uso das cores como forma de comunicação e expressão remonta a civilizações antigas, sendo historicamente associado à capacidade de evocar emoções e transmitir significados. No contexto do design de interfaces digitais, as cores assumem um papel estratégico, influenciando diretamente a percepção, o comportamento e a tomada de decisão dos usuários. Dessa forma, a escolha adequada de cores contribui para a construção de experiências mais intuitivas, agradáveis e eficientes no ambiente digital (MEDIUM, 2026).

Uma paleta de cores pode ser definida como a combinação de cores utilizada para compor uma interface, geralmente estruturada de forma coerente dentro de um sistema de design. Essas paletas são fundamentais para garantir consistência visual, além de contribuir para a acessibilidade e a usabilidade das plataformas digitais. Diferentes combinações de cores podem ser utilizadas de acordo com os objetivos do produto digital. A seleção dessas combinações deve considerar aspectos como identidade visual, público-alvo, contexto de uso e acessibilidade, garantindo uma comunicação visual coerente e eficiente.

A importância das cores no design de interface está relacionada a diversos fatores. Do ponto de vista da identidade visual, o uso consistente de cores permite que a marca seja facilmente reconhecida pelos usuários. Em termos de usabilidade, uma paleta bem estruturada facilita a identificação de elementos como botões, menus e links, tornando a navegação mais intuitiva. Além disso, a escolha adequada de cores contribui para a acessibilidade, especialmente quando há contraste suficiente entre os elementos, beneficiando usuários com limitações visuais. As cores também desempenham um papel significativo nas taxas de

conversão, uma vez que elementos como botões de chamada para ação podem ter seu desempenho influenciado pela cor utilizada (MEDIUM, 2026).

Outro aspecto relevante diz respeito à relação entre cores e emoções. Diferentes cores estão associadas a sensações e significados específicos, influenciando a forma como os usuários percebem e interagem com uma interface. De maneira geral, determinadas cores costumam estar associadas a percepções específicas. O azul é frequentemente relacionado à confiança e segurança; o verde à saúde, equilíbrio e crescimento; o vermelho à energia, urgência e ação; o amarelo ao otimismo e atenção; e o roxo à criatividade e inovação. Entretanto, essas associações podem variar conforme fatores culturais e contextuais.

No que se refere à construção de paletas de cores, existem diferentes abordagens que podem ser adotadas no design de interfaces. Entre as principais, destacam-se as paletas monocromáticas, formadas por variações de uma única cor; as paletas análogas, compostas por cores próximas no círculo cromático; as complementares, que utilizam cores opostas para gerar contraste; e as triádicas, baseadas em três cores equidistantes. Entre as principais abordagens estão as paletas monocromáticas, que utilizam diferentes tonalidades de uma mesma cor; as análogas, compostas por cores próximas no círculo cromático; as complementares, que combinam cores opostas para gerar contraste; e as triádicas, que utilizam três cores distribuídas de forma equilibrada no círculo cromático.

Por fim, destaca-se a importância da aplicação de boas práticas no uso das cores, como a escolha de combinações coerentes com a proposta da marca, a priorização da acessibilidade e a realização de testes com usuários. Além disso, fatores culturais devem ser considerados, uma vez que as cores podem possuir significados distintos em diferentes contextos sociais. Dessa forma, o uso estratégico das cores contribui para a construção de interfaces mais eficazes, influenciando diretamente a experiência do usuário e seu comportamento no ambiente digital.

5.3.2.3 Layout

O layout refere-se à organização e disposição dos elementos visuais dentro de uma interface digital, sendo responsável por estruturar a forma como as informações são apresentadas ao usuário. No contexto do design de interfaces, o

layout desempenha um papel fundamental na construção de uma navegação intuitiva, uma vez que influencia diretamente a forma como o usuário interpreta o conteúdo e interage com o sistema. Dessa forma, um layout bem planejado contribui para a clareza, a eficiência e a fluidez da experiência do usuário.

Um dos principais aspectos relacionados ao layout é a hierarquia visual, que consiste na organização dos elementos de acordo com seu nível de importância. Elementos como títulos, botões e imagens devem ser posicionados de maneira estratégica para guiar o olhar do usuário e facilitar a compreensão das informações. Quando bem aplicada, a hierarquia visual permite que o usuário identifique rapidamente as ações principais da interface, reduzindo o esforço cognitivo e tornando a navegação mais eficiente.

Além disso, o layout está diretamente relacionado à organização e ao espaçamento dos elementos. O uso adequado de espaços em branco (white space) contribui para uma interface mais limpa e legível, evitando a sobrecarga de informações. Por outro lado, layouts desorganizados, com excesso de elementos ou falta de alinhamento, podem gerar confusão e dificultar a interação do usuário. Interfaces que apresentam alinhamento consistente, distribuição equilibrada dos elementos e uso adequado de espaços em branco tendem a proporcionar uma navegação mais clara e eficiente. Em contrapartida, interfaces visualmente sobrecarregadas podem dificultar a localização de informações e comprometer a experiência do usuário.

No ambiente digital, o layout também influencia diretamente o comportamento do usuário e sua tomada de decisão. Interfaces bem estruturadas transmitem maior credibilidade, facilitam a navegação e aumentam a probabilidade de conversão. Em contrapartida, interfaces mal organizadas podem gerar insegurança, frustração e abandono da página. Quando o layout é planejado de forma estratégica, o usuário consegue compreender rapidamente a estrutura da interface e executar suas tarefas com menor esforço. Por outro lado, uma organização inadequada dos elementos pode aumentar a carga cognitiva, gerar dúvidas durante a navegação e reduzir a eficiência da interação.

Por fim, destaca-se que o layout deve ser planejado considerando o público-alvo, os objetivos da interface e os princípios de usabilidade. A aplicação de boas práticas, como alinhamento consistente, hierarquia visual clara e uso equilibrado de elementos, contribui para a criação de interfaces mais eficientes e agradáveis. Nesse sentido, o layout torna-se um elemento essencial no design de

interfaces digitais, influenciando diretamente a experiência do usuário e seu comportamento no ambiente digital.

5.4 Design de Interface e Decisão de Compra

No contexto contemporâneo, marcado pelo avanço da internet e pela digitalização das atividades econômicas, a experiência do usuário tornou-se um elemento essencial para empresas que atuam no comércio eletrônico. Nesse cenário, o design de interface assume papel estratégico, uma vez que a primeira impressão visual pode influenciar diretamente a permanência do usuário em uma plataforma digital e sua decisão de compra. Interfaces intuitivas, organizadas e de fácil navegação proporcionam uma experiência mais positiva ao consumidor, facilitando a realização de compras e contribuindo para o aumento das taxas de conversão, além da redução do abandono de carrinho (CLICKSERGIPE, 2025).

Além dos aspectos funcionais, o design de interface também exerce influência emocional sobre o usuário, sendo responsável pelo primeiro contato entre a marca e o consumidor no ambiente digital. Nesse sentido, o design não se limita apenas à estética, mas atua diretamente na percepção de confiança, credibilidade e interesse durante a navegação. Estudos apontam que o cérebro humano leva menos de 500 milissegundos para formar uma impressão inicial sobre um site, o que demonstra como os elementos visuais impactam rapidamente a experiência do usuário e sua permanência na plataforma (FARIA, 2026). Dessa forma, interfaces visualmente organizadas e coerentes podem favorecer uma percepção mais positiva da marca, enquanto ambientes desorganizados ou visualmente poluídos tendem a gerar rejeição e insegurança. Além disso, o crescimento das plataformas digitais e das redes sociais tornou o consumidor mais informado, exigente e participativo, fazendo com que as empresas utilizem o design de interface como ferramenta estratégica de engajamento e fidelização (REVISTA OWL, 2025).

Entre os principais elementos do design de interface que influenciam a decisão de compra, destacam-se as cores, a tipografia, o layout e a usabilidade. As cores possuem forte impacto emocional e podem transmitir sensações específicas ao usuário, influenciando sua percepção sobre a marca e o ambiente digital. A tipografia, por sua vez, contribui para a legibilidade e para a clareza das informações, facilitando a comunicação e a navegação. Já o layout organiza

visualmente os elementos da interface, orientando o usuário durante sua interação com a plataforma. Em conjunto, esses fatores contribuem para a construção de interfaces mais intuitivas, acessíveis e eficientes, favorecendo uma experiência positiva ao consumidor.

Nesse contexto, a experiência proporcionada pela interface pode impactar diretamente o comportamento do usuário durante o processo de compra. Interfaces confusas, lentas ou visualmente poluídas tendem a aumentar a frustração, dificultando a navegação e elevando as chances de abandono da página ou do carrinho de compras. Em contrapartida, plataformas organizadas, objetivas e visualmente agradáveis favorecem a permanência do usuário no site, aumentam a sensação de segurança e podem elevar significativamente a intenção de compra. Dessa forma, o design de interface deixa de possuir apenas função estética e passa a atuar como elemento estratégico para a conversão e retenção de consumidores no ambiente digital.

Diante disso, compreender a relação entre design de interface e comportamento do consumidor torna-se fundamental para analisar os fatores que influenciam a tomada de decisão no comércio eletrônico. Nesse sentido, a comparação entre interfaces organizadas e interfaces visualmente poluídas permite observar como diferentes estruturas visuais afetam a experiência do usuário e sua percepção sobre a plataforma. Assim, o estudo da interface do usuário contribui para compreender de que maneira elementos visuais e organizacionais podem influenciar o consumo e a experiência de compra no ambiente digital.

5.5 Usabilidade em Plataformas Digitais

A usabilidade é um conceito amplamente utilizado nas áreas de design de interfaces e experiência do usuário (UX), estando relacionada à facilidade com que um usuário consegue interagir com um produto, sistema ou plataforma digital. Nesse sentido, uma experiência satisfatória de usabilidade depende diretamente do trabalho desenvolvido pelos profissionais de UX design, responsáveis por projetar interfaces e planejar as interações entre o usuário e o sistema. Dessa forma, a usabilidade busca garantir que a navegação ocorra de maneira intuitiva, eficiente e agradável, contribuindo para uma experiência mais positiva no ambiente digital (EBAC, 2026).

Além da construção da interface, o trabalho do UX designer envolve compreender as necessidades e características do público-alvo antes mesmo do desenvolvimento da solução digital. Segundo William de Almeida, tutor do curso de UX Design da EBAC, é fundamental identificar os perfis dos usuários para propor soluções que proporcionem a melhor experiência e usabilidade possível. Assim, o desenvolvimento de plataformas digitais deve considerar não apenas aspectos visuais, mas também fatores relacionados às necessidades dos usuários, aos objetivos do negócio e à viabilidade técnica do projeto (EBAC, 2026).

Historicamente, muitos sistemas e softwares eram desenvolvidos com foco prioritário na tecnologia e em suas funcionalidades, sem considerar adequadamente a experiência do usuário. Como consequência, diversas plataformas tornavam-se complexas e difíceis de utilizar, gerando frustração e dificultando a interação dos consumidores. Esse cenário contribuiu para o fracasso ou reformulação de muitos produtos digitais, evidenciando a importância de colocar o usuário como elemento central no processo de desenvolvimento.

Nesse contexto, a usabilidade exerce influência direta sobre a percepção do consumidor em relação a uma marca ou plataforma digital. Interfaces com baixa usabilidade podem induzir o usuário ao erro, dificultar a execução de tarefas e gerar insatisfação durante a navegação. Em contrapartida, plataformas fáceis de usar tendem a proporcionar experiências mais positivas, aumentando as chances de permanência no site, retorno do usuário e realização de novas compras. Dessa forma, a usabilidade torna-se um fator estratégico para empresas que atuam no ambiente digital, influenciando diretamente o comportamento do consumidor e as taxas de conversão.

Além disso, a usabilidade está diretamente relacionada aos elementos de interface abordados anteriormente, como cores, tipografia e layout. Quando esses elementos são organizados de maneira coerente e intuitiva, contribuem para uma navegação mais clara e eficiente. Assim, a combinação entre boa usabilidade e design de interface adequado favorece a construção de plataformas digitais mais acessíveis, agradáveis e alinhadas às expectativas dos usuários.

6 CONCLUSÃO

O avanço das tecnologias digitais e o crescimento do comércio eletrônico transformaram significativamente a forma como consumidores interagem com marcas, produtos e serviços no ambiente virtual. Nesse contexto, o design de interface (UI) e a experiência do usuário (UX) passaram a desempenhar papel fundamental na construção de experiências digitais mais intuitivas, acessíveis e eficientes. Ao longo deste trabalho, foi possível compreender que elementos como cores, tipografia, layout, hierarquia visual e usabilidade influenciam diretamente a percepção do consumidor, sua permanência em plataformas digitais e sua decisão de compra.

A partir do referencial teórico desenvolvido, observou-se que a experiência do usuário vai além da estética visual, envolvendo fatores relacionados à funcionalidade, facilidade de navegação, organização das informações e percepção de confiança durante a interação com interfaces digitais. Da mesma forma, verificou-se que interfaces visualmente organizadas e alinhadas aos princípios de usabilidade tendem a proporcionar experiências mais positivas, favorecendo o engajamento e aumentando as chances de conversão no comércio eletrônico.

Além disso, o estudo permitiu compreender que o consumidor contemporâneo se tornou mais exigente, informado e participativo, fazendo com que empresas utilizem o design de interface como ferramenta estratégica dentro do marketing digital. Nesse sentido, a qualidade da interface deixa de possuir apenas função estética e passa a atuar como fator competitivo, capaz de fortalecer a relação entre consumidor e marca.

A proposta experimental desenvolvida neste trabalho, baseada na comparação entre diferentes estruturas de interface, contribui para demonstrar de forma prática como a organização visual e a usabilidade podem impactar a percepção e a intenção de compra dos usuários. Dessa forma, os resultados esperados reforçam a hipótese de que interfaces intuitivas, organizadas e visualmente agradáveis favorecem experiências mais positivas e influenciam diretamente o comportamento do consumidor no ambiente digital.

Por fim, conclui-se que o design de interface representa um elemento essencial para o sucesso de plataformas digitais e lojas virtuais, evidenciando a importância da integração entre UX, UI e estratégias de marketing digital. Espera-

se que este estudo contribua para ampliar as discussões sobre experiência do usuário e design de interfaces, além de servir como base para futuras pesquisas relacionadas ao comportamento do consumidor no contexto digital contemporâneo.

7 REFERÊNCIAS

CAIRU. A importância do marketing digital. Disponível em: https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/10/08_A_IMPORTANCIA_MARKETING_DIGITAL.pdf

Acesso em: 18 mar. 2026.

EDRONE. Consumidor digital e e-commerce. Disponível em: <https://edrone.me/br/blog/consumidor-digital-ecommerce>

Acesso em: 18 mar. 2026.

BASE DIGITAL. O que é UX (User Experience). Disponível em: <https://base.digital/pt-br/insights/o-que-e-ux-user-experience-e-como-ele-pode-ajudar-o-seu-site-a-ter-sucesso>

Acesso em: 18 mar. 2026.

ALURA. User Experience (UX): o que é e por que é importante. Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/user-experience-ux>

Acesso em: 18 mar. 2026.

CONQUIST. Entenda a importância da experiência do usuário (UX) na era digital. Disponível em: <https://conquist.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-experiencia-do-usuario-ux-na-era-digital/>

Acesso em: 18 mar. 2026.

TERRA. UX transforma a experiência do usuário na era digital. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/ux-transforma-a-experiencia-do-usuario-na-era-digital>

Acesso em: 18 mar. 2026.

OBJECTIVE. User Interface (UI): o que é e qual sua importância. Disponível em: <https://www.objective.com.br/insights/user-interface-ui/>

Acesso em: 10 abr. 2026.

MEDIUM. UI Design: Typography and Colour Fundamentals. Disponível em: <https://medium.com/design-bootcamp/ui-design-typography-and-colour-fundamentals-b3bdf091b096>.

Acesso em: 10 abr. 2026.

CLICKSERGIPE. *Como o design UX/UI influencia decisões de compra no e-commerce.* Disponível em: <https://www.clicksergipe.com.br/pais/18/98582/como-o-design-uxui-influencia-decisoes-de-compra-no-e-commerce.html>.

Acesso em: 10 abr. 2026.

FARIA, Cristiane. *UX Design e conversão digital.* Disponível em: <https://cristianefaria.com/ux-design-e-conversao-digital/>.

Acesso em: 10 abr. 2026.

REVISTA OWL. *A influência do marketing digital no comportamento do consumidor contemporâneo.* Disponível em: <https://revistaowl.com.br/index.php/owl/article/view/336>. Acesso em: 10 abr. 2026.

EBAC. *Usabilidade e UX: qual a relação entre os conceitos?* Disponível em: <http://ebaonline.com.br/blog/usabilidade-e-ux-seo>. Acesso em: 10 abr. 2026.

8 APÊNDICE

APÊNDICE A – EXEMPLOS DE INTERFACES CONSIDERADAS EFICIENTES

A.1 – Apple

Figura A.1 – Página inicial do site Apple

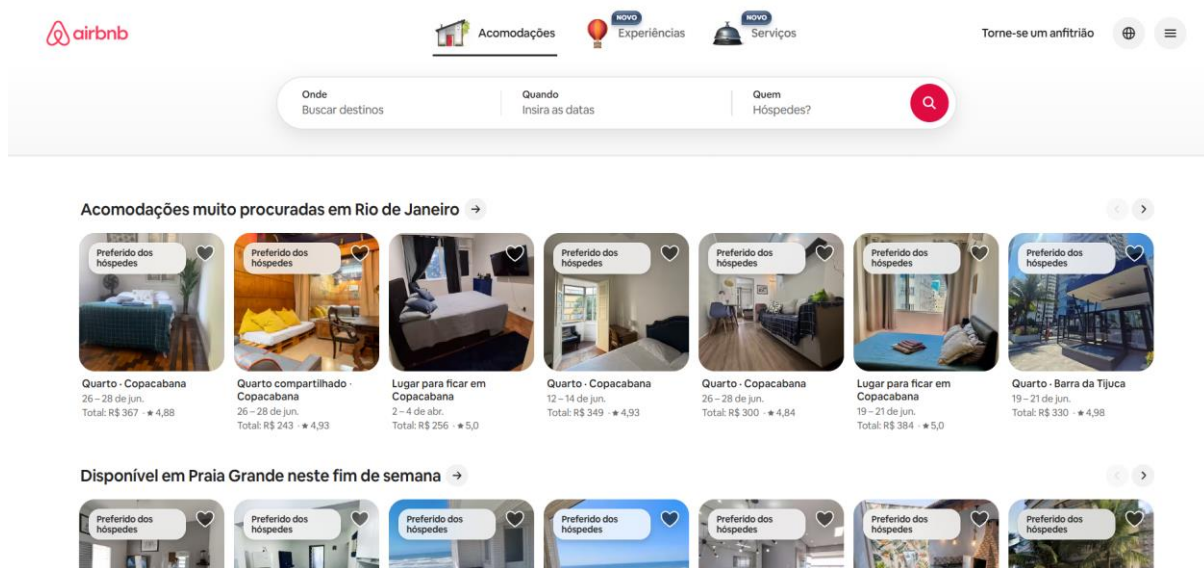


Fonte: Apple Inc. (2024). Disponível em: <https://www.apple.com/>. Acesso em: 01 jun. 2026.

Descrição: Interface com hierarquia visual clara, uso adequado de espaço em branco, tipografia organizada e navegação intuitiva, facilitando a compreensão das informações pelo usuário.

A.2 – Airbnb

Figura A.2 – Página inicial do site Airbnb

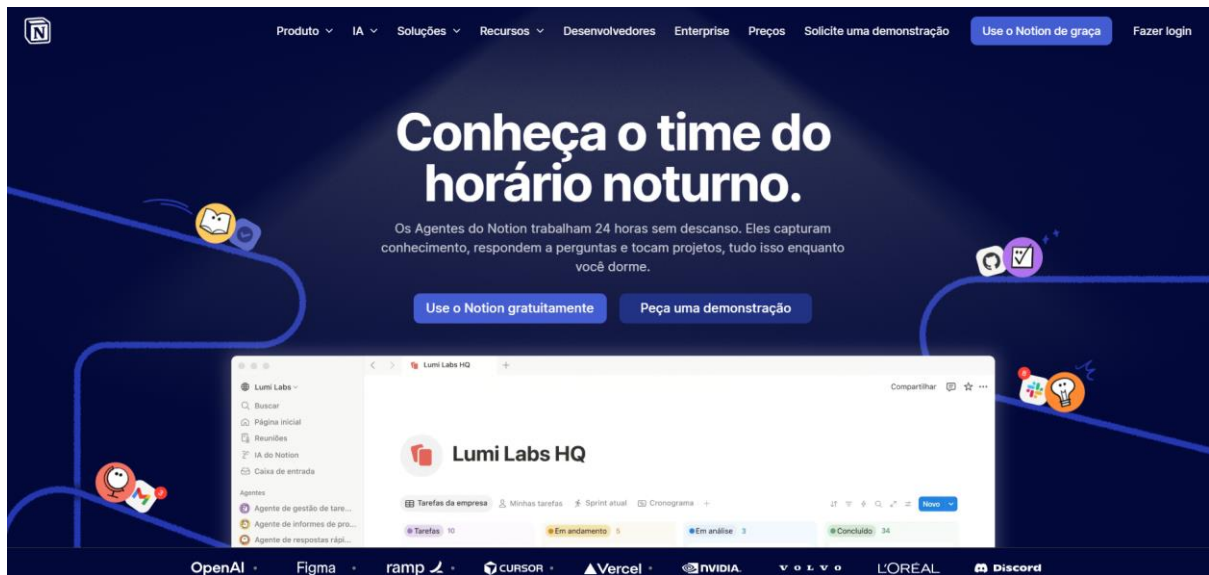


Fonte: Airbnb, Inc. (2024). Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/>. Acesso em: 01 jun. 2026.

Descrição: Interface centrada na experiência do usuário, com sistema de busca em destaque, organização visual consistente e facilidade na execução das principais tarefas.

A.3 – Notion

Figura A.3 – Página inicial do site Notion



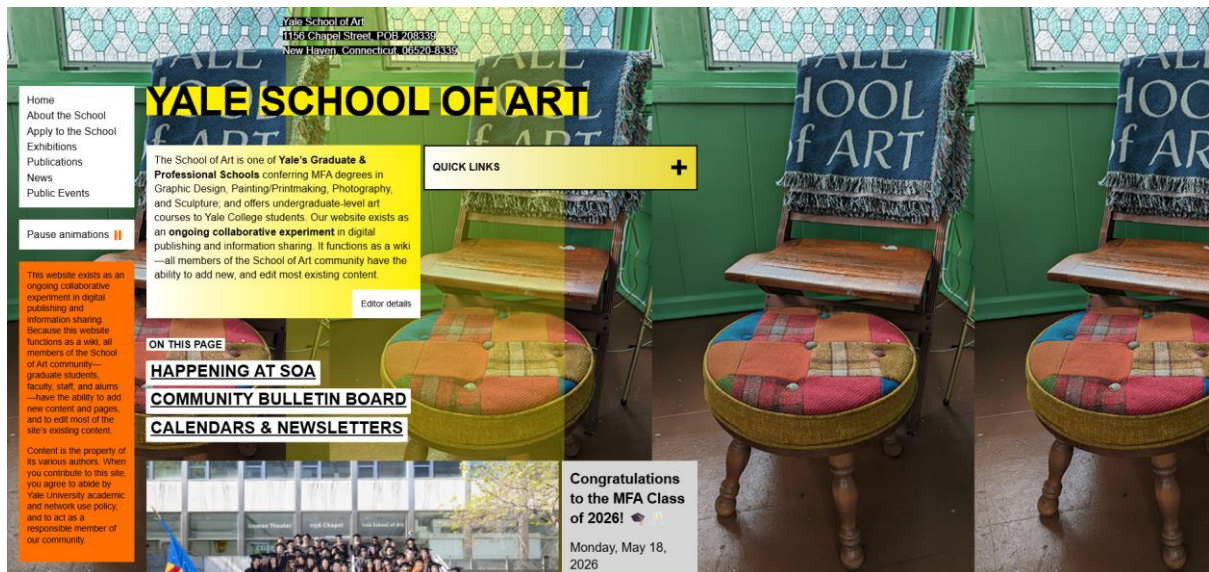
Fonte: Notion Labs, Inc. (2024). Disponível em: <https://www.notion.com/pt>. Acesso em: 01 jun. 2026.

Descrição: Interface minimalista, com boa organização dos elementos visuais, consistência gráfica e navegação simplificada.

APÊNDICE B – EXEMPLOS DE INTERFACES CONSIDERADAS INEFICIENTES

B.1 – Yale School of Art

Figura B.1 – Página inicial do site Yale School of Art



Fonte: Yale University (2024). Disponível em: <https://www.art.yale.edu/>. Acesso em: 01 jun. 2026.

Descrição: Interface com excesso de elementos visuais, pouca padronização estética e hierarquia visual limitada, dificultando a identificação das informações principais.

B.2 – Berkshire Hathaway

Figura B.2 – Página inicial do site Berkshire Hathaway

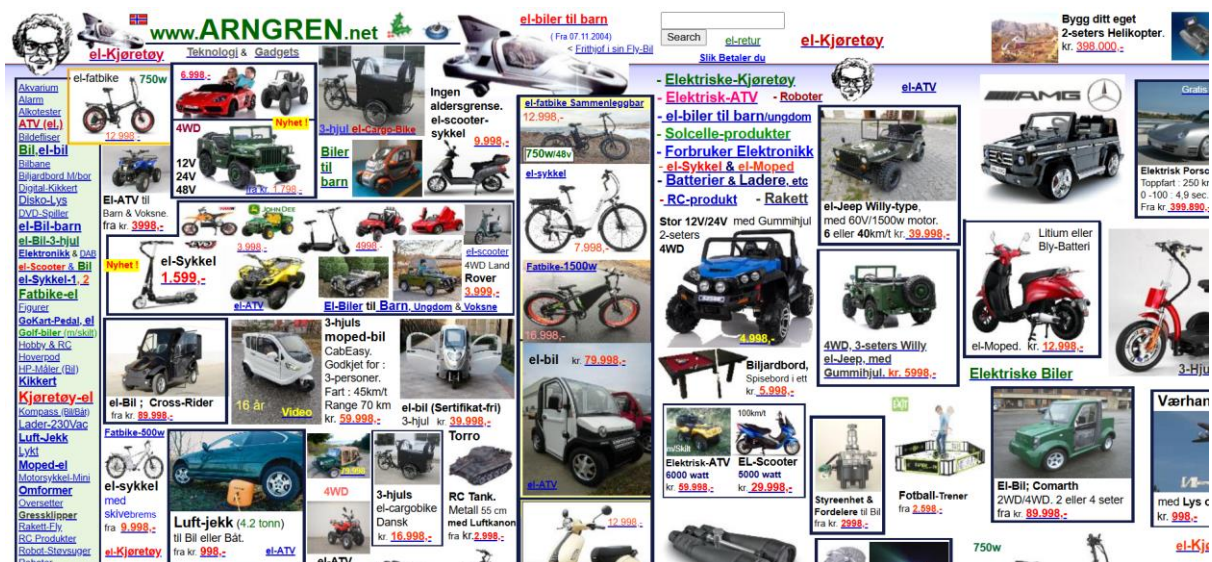


Fonte: Berkshire Hathaway Inc. (2024). Disponível em: <https://www.berkshirehathaway.com/>. Acesso em: 01 jun. 2026

Descrição: Interface com aparência visual desatualizada, baixo apelo estético e limitada hierarquia visual. Embora apresente navegação simples, a organização gráfica não acompanha os padrões contemporâneos de design digital, podendo transmitir uma percepção de menor modernidade e atratividade ao usuário.

B.3 – Arngren

Figura B.3 – Página inicial do site Arngren



Fonte: Arngren (2024). Disponível em: <https://www.arngren.net/>. Acesso em: 01 jun, 2026

Descrição: Interface com organização visual pouco estruturada, excesso de conteúdo na mesma página e dificuldade de navegação.