

Visual

8 min de leitura

por Aelaschool.com

Halo Effect e o Impacto Visual Em UX Design

Você está passeando à noite no centro da sua cidade e, de repente, é acometido por uma fome incontrolável! Não há tempo para voltar para casa e mesmo se houvesse, não há nada de interessante lá para comer. Então, você decide procurar algum restaurante pela região por onde anda. De bate pronto você vê dois restaurantes, um do lado do outro, porta com porta. Um é bem arrumado, com uma iluminação aconchegante, cadeiras aparentemente confortáveis e garçons bem vestidos. Já o outro, tem uma iluminação muito clara, as mesas são de metal, e o chão parece que não vê sabão...

A jornada ao sucesso começa com um passo

Gostaria de expressar minha sincera gratidão por ter baixado esse ebook da Aela School. É uma honra ter você como parte da nossa comunidade de aprendizes dedicados e apaixonados por design.

Na Aela, acreditamos que o design é mais do que apenas criar coisas bonitas. É uma forma de resolver problemas, de criar soluções inovadoras e de fazer a diferença no mundo. E é isso que buscamos ensinar - a arte de transformar ideias em realidade, a habilidade de comunicar ideias de maneira efetiva e a confiança para colocar suas habilidades em prática.

O ebook que você baixou é apenas o começo de uma jornada incrível em direção ao seu sucesso como designer. Nossa escola está determinada em fornecer todos os recursos que você precisa para alcançar seus objetivos.

A Aela é mais que uma escola, é uma comunidade. Uma comunidade de pessoas que compartilham o mesmo sonho de se tornarem designers fenomenais e de mudarem o mundo para melhor. Nós acreditamos que, juntos, podemos fazer a diferença.

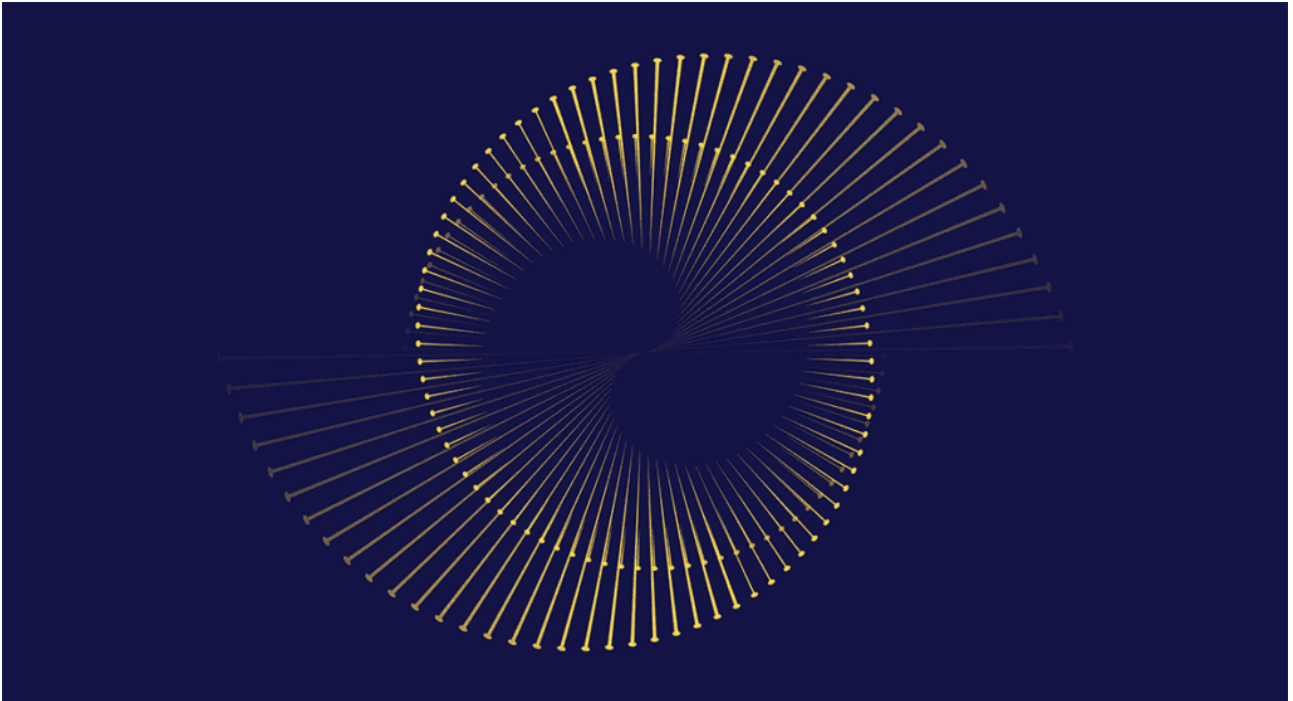
Estou animado para acompanhar seu progresso e trabalhar com você para atingir seus objetivos. Tenha uma ótima leitura!

Grande abraço,



Felipe Guimarães
fundador da Aela





Halo Effect e o Impacto Visual Em UX Design

Por Editorial Aela 27 Jan, 2020 8 min de leitura

Índice do Conteúdo

1. O que é Halo Effect?
2. O Halo Effect no UX Design
3. O que o UX Designer deve saber sobre o Halo Effect?
4. Como utilizar o Halo Effect em UX Design
5. Case de sucesso
6. Dicas para aprender mais sobre Halo Effect

Você está passeando à noite no centro da sua cidade e, de repente, é acometido por uma fome incontrolável! Não há tempo para voltar para casa e mesmo se houvesse, não há nada de interessante lá para comer.

Então, você decide procurar algum restaurante pela região por onde anda.

De bate pronto você vê dois restaurantes, um do lado do outro, porta com porta. Um é bem arrumado, com uma iluminação aconchegante, cadeiras aparentemente confortáveis e garçons bem vestidos. Já o outro, tem uma iluminação muito clara, as mesas são de metal, e o chão parece que não vê sabão há muito tempo.

Em qual restaurante você decide jantar e qual aparenta ter a melhor comida?

Bem, é certo presumir que a maioria das pessoas optaria pelo restaurante com visual mais arrumado do que pelo outro.

Esse tipo de decisão é bastante comum porque, em um primeiro momento, somos atraídos pelo aspecto visual e pela beleza dos objetos, lugares, sites, etc.

Além disso, nosso primeiro julgamento é de que a comida do restaurante mais arrumado seja melhor do que do outro. Isso acontece porque a percepção visual faz com que a gente presuma boas qualidades aos seus outros atributos, de forma automática.

Esse fenômeno em que tomamos alguma decisão baseada nos aspectos visuais se chama Halo Effect.

Continue no artigo para entender o que é Halo Effect e como esse conceito também é importante em UX Design!

O que é Halo Effect?



Halo Effect é um estudo da psicologia o qual explica que a **primeira impressão** que temos sobre algo ou alguém causa outros julgamentos sobre seus demais aspectos.

Por exemplo: uma pessoa vestida mais à vontade, com roupas largas, bermuda e chinelo de dedo, pode passar a impressão de que seja preguiçosa e folgada. Mesmo não havendo uma razão lógica para presumir que uma pessoa com essas vestimentas seja realmente preguiçosa e folgada.

O primeiro psicólogo a estudar este fenômeno foi o americano **Edward Thorndike**. Ele realizou pesquisas empíricas, nas quais pessoas eram convidadas a avaliar as características umas das outras.

Edward observou que toda vez que uma pessoa fazia uma avaliação e observava alguma característica negativa em alguém, todas as outras características tendiam a se tornar negativas também!

Mas calma! O **Halo Effect também gera percepções e julgamentos positivos**. Na verdade, ele funciona para ambos os lados:

Se imediatamente alguém gosta de uma coisa, a tendência dele será gostar de tudo que seja relacionado a ela.

Os estudiosos chamam esse efeito de **Halo — auréola**, em português — por fazer uma analogia aos círculos brilhantes nas cabeças dos santos, muito comuns em quadros medievais e que desejavam causar a impressão de que eram seres dignos e bons.

Mesmo que seja só uma forma de simbolizar a dignidade dos santos nas pinturas, a tendência das pessoas ao ver as imagens é fazer um julgamento de caráter de uma pessoa boa, pura.

Mas o que tudo isso tem a ver com UX/UI Design?

Vamos te explicar a importância desse efeito e, principalmente, como usá-lo em seus projetos de UX/UI Design para criar produtos e serviços mais atrativos.

[*Dica de Leitura: A Importância da Psicologia em UX Design*](#)

O Halo Effect no UX Design



[Segundo pesquisas](#), leva-se cerca de 0,05 segundos para que o usuário forme uma opinião sobre a sua interface — se ele gosta ou não, se continua ou não.

Em 0,05 segundos não há tempo suficiente para se fazer uma avaliação detalhada dos aspectos da interface, como o conteúdo. O único aspecto percebido é o visual e se ele é atrativo ou não.

Dessa forma, com base nesse julgamento inicial, o usuário vai decidir se gasta mais tempo ou não para avaliar o conteúdo da sua interface.

Nesse sentido, sites, aplicativos e diversas interfaces são impactadas pelo Halo Effect.

Esse fenômeno faz com que **a primeira impressão na experiência de um usuário afete** seus sentimentos sobre o produto ou sobre a empresa, como um todo.

Ou seja, se a experiência visual ou de usabilidade de um aplicativo for ruim, o usuário tende a acreditar que o produto também seja ruim. Ou pior, que a empresa não é confiável.

Com isso em mente, o UX/UI Designer deve:

- [conhecer muito bem seu usuário](#);
- construir a [persona](#);
- fazer [testes de usabilidade](#);
- [conhecer a jornada do usuário](#).

Dessa forma, com uma [abordagem centrada no usuário](#), as chances de causar uma boa primeira impressão são maiores.

Se os usuários gostam de imediato do que você produziu, é provável que as outras características do seu projeto também sejam julgadas favoravelmente.

Mas se os usuários não gostarem e tiverem uma impressão ruim logo de cara, será mais difícil mudar a percepção deles.

Nessa situação, dificilmente os usuários voltarão a utilizar seu produto. **Não é impossível. Entretanto, o esforço para reverter essa primeira má impressão será muito maior. E mais caro!**

“88% dos consumidores online alegam menos chances de retornar a um site depois de uma experiência de uso negativa” [The Gomez Report, Why Web Performance Matters.](#)

O que o UX Designer deve saber sobre o Halo Effect?

Há muita polêmica a respeito desse tema, por entre os UX Designers.

Existe quem defenda que não devemos nos preocupar de jeito nenhum com a parte visual da interface. E há outros que defendem que o importante é desenvolver um produto que apenas chame a atenção dos usuários.

No entanto, esses dois extremos são visões incorretas.

Vamos deixar claro: nesse artigo, **não estamos pregando que a [única preocupação do UX/UI Designer deve ser criar algo bonito e que chame atenção.](#)**

Entretanto, **isso também não significa que o visual não seja importante.** Pelo contrário, o visual é um dos fatores determinantes para o usuário efetuar uma escolha em segundos.

Nesse sentido, existem conceitos que fazem com que algo visual seja agradável para a maioria das pessoas que vão interagir com a interface como:

- [Princípios de Gestalt](#);
- [Leis de UX](#);
- [Heurísticas de Nielsen](#).

O site CXL publicou um [Academic Insight](#) sobre por que as pessoas confiam ou não em sites. O fator mais relatado: Design Visual de um site – uso de cores, layout do site, complexidade do layout e fotografias. Aqui está uma citação de um dos participantes do estudo: “Quando visitei o site, ele parecia muito barato e a aparência geral do site e dos produtos me fez não me sentir seguro ao fazer compras lá”.

Dessa maneira, o **UX Designer deve sim se preocupar com o visual. Mas junto dele tratar de todos os aspectos do projeto, como a usabilidade** – a facilidade de utilizar e a eficiência desta utilização.

Nesse artigo, queremos transmitir a importância da combinação destas características – **visual e usabilidade que causarão um Halo Effect positivo, gerando projetos de UX Design bem sucedidos.**

A atitude de **ignorar este efeito, pode gerar consequências negativas para a empresa, como:**

- Menos vendas do produto ou serviço;
- Menor percepção de valor agregado;
- Feedbacks negativos de usuários – inclusive em redes sociais;
- Abertura para concorrência produzir o mesmo produto mais positivo e útil.

[*Dica de Leitura: Hierarquia Visual em UI – Como Destacar o Que Precisa Ser Destacado?*](#)

Como utilizar o Halo Effect em UX Design

Se uma boa experiência está baseada tanto em aspectos de usabilidade quanto em aspectos visuais, o uso do Halo Effect em seus projetos deve estar totalmente vinculado ao conceito de [Design Centrado no Usuário](#).

Portanto, um visual atrativo com ferramentas funcionais são características extremamente importantes para gerar feedbacks positivos e manter interesse do usuário durante toda a sua jornada.

Além disso, a utilização do Halo Effect em UX Design traz alguns benefícios, como:

- Fidelização de clientes;

- Aumento de clientes;
- Impressões positivas sobre a marca;
- Produtos atrativos e funcionais;
- Maior valor agregado ao produto;
- Mais expectativas positivas nos próximos lançamentos da empresa.

Case de sucesso



Um exemplo de sucesso de **visual atrativo e ótima usabilidade** são os produtos da **Apple**.

A Apple é uma empresa de estratégia focada no usuário final e em criar soluções com visual muito atrativo!

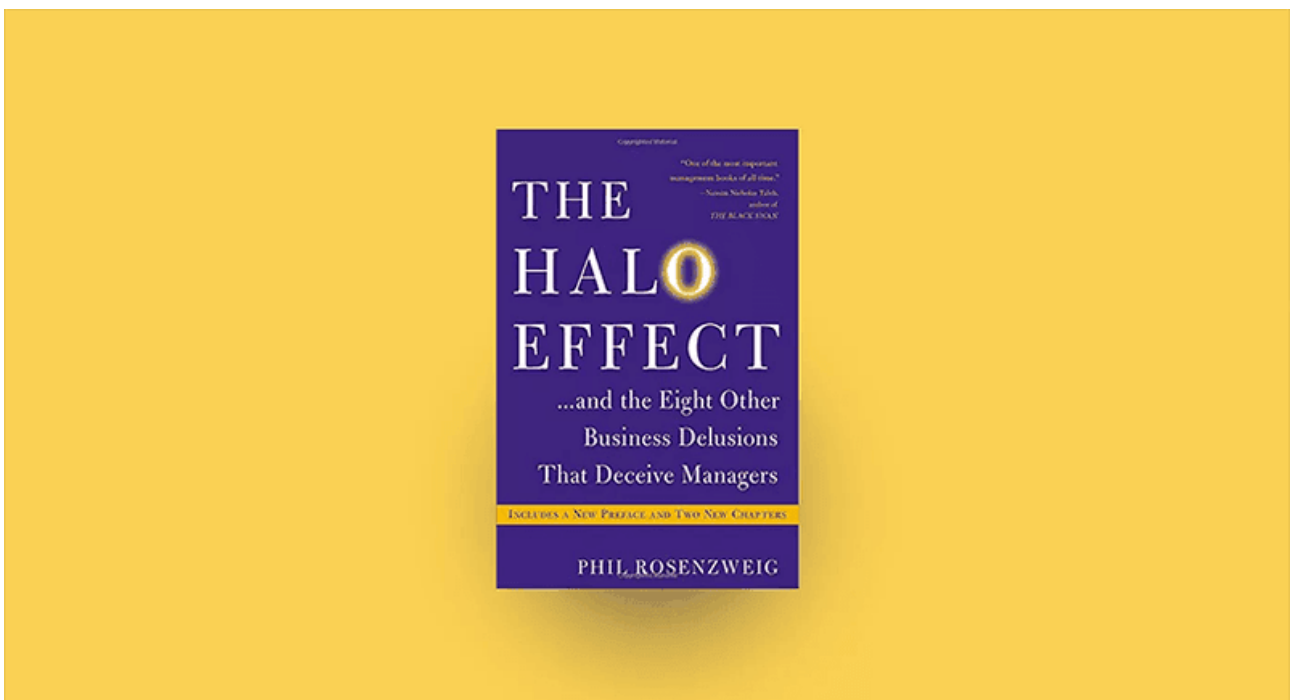
A qualidade dos produtos vinculado a um design bonito faz com que as pessoas desejem comprar os produtos Apple assim que entram nas lojas — Halo Effect.

A estética somada à qualidade é uma combinação de sucesso!

Dicas para aprender mais sobre Halo Effect

1) Assista ao vídeo da NN/g sobre Halo Effect:

2) Leia o livro: The Halo Effect - Phil Rosenzweig



Nesse livro, o autor faz uma discussão aprofundada sobre por que algumas empresas conseguem utilizar esse fenômeno de forma brilhante e outras não.

Indicamos esse livro para você, UX Designer, se aprofundar mais nesse fenômeno e entender como aplicar em seus projetos visando influenciar positivamente seus usuários através de seus Designs.

Parabéns por concluir a leitura desse ebook! Temos agora duas recomendações para você aprender ainda mais.

No nosso site, você encontrará diversos outros ebooks sobre Design Digital e Experiência do Usuário. Recomendamos que você acesse <https://aelaschool.com> e encontre sua próxima leitura!

Caso você goste de vídeos, recomendamos a inscrição no nosso canal do Youtube, onde tem diversos conteúdos e entrevistas sobre Design Digital e UX. Acesse:

<https://youtube.com/@aelabrasil>