

# IHM

# Interação Humano Computador

Prof. Rodrigo Martins  
[rodrigo.martins@francomontoro.com.br](mailto:rodrigo.martins@francomontoro.com.br)

# Cronograma da Aula

- Estudo das Cores
- Exercícios

# Design Digital - aplicação à construção de aplicativos e sites

- A questão principal é a harmonia entre beleza e funcionalidade. Afinal, nem tudo que funciona agrada o olhar, e nem tudo que é bonito é útil.
- Mas se um meio-termo puder ser encontrado, é possível fazer com que uma coisa ajude a outra e criar uma verdadeira experiência de uso.
- O design de um aplicativo web, programa, blog ou site não é apenas uma interface. Pois há um aspecto humano nesses software, sites ou plataformas que é tão importante quanto a sua funcionalidade.

# Teoria das Cores

---

O que é?



# O que é a Teoria das Cores



- Teoria das Cores são os estudos e experimentos relacionados com a associação entre a luz a natureza das cores, realizados por Leonardo Da Vinci, Isaac Newton, Goethe, entre outros.
- A Teoria das Cores trabalha principalmente a relação entre cor e luz, ou seja, determina que a cor é uma propriedade da luz e não dos próprios objetos.
- Sendo o processo de enxergar cores uma sensação fisiológica, a forma como elas se refletem nos objetos e como interagem uma com a outra tem efeitos psicológicos sobre os seres humanos. E para atingir e causar sensações em um determinado grupo, o design se utiliza da teoria das cores nas suas produções.
- O espectro é formado pela união das cores vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta. As sete cores que compõem a luz do sol e que formam o arco-íris.

# Circulo cromático

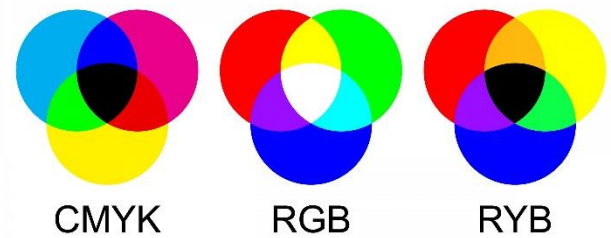


- **Cores primárias**
  - são as cores puras, ou seja, o vermelho, azul e amarelo.
- **Cores secundárias**
  - união de duas cores primárias, por exemplo, verde (azul e amarelo), laranja (amarelo e vermelho) e roxo ou violeta (vermelho e azul).
- **Cores terciárias**
  - união de uma cor primária e uma secundária, por exemplo, vermelho-arroxeadado (vermelho e roxo) e vermelho-alaranjado (vermelho e laranja); amarelo-esverdeado (amarelo e verde) e amarelo-alaranjado (amarelo e laranja); azul-arroxeadado (azul e roxo) e azul-esverdeado (azul e verde).

# Círculo Cromático

---





## **Cores luz (aditivas)**

As cores aditivas são aquelas produzidas pela luz, ou seja, quando a luz é emitida pelo próprio objeto. O sistema RGB (red, green e blue), usado na produção de design para web, é composto por vermelho, verde e azul, cores aditivas e primárias que definem as outras de acordo com a quantidade que possuem de cada uma delas. O seu sistema oposto é o CMY (cyan, magenta e yellow), compostos pelas cores ciano, magenta e amarelo. A junção das cores aditivas resulta em branco.

## **Cores pigmento (subtrativas)**

As cores pigmento têm origem na absorção da luz, ou seja, quando a cor refletida é aquela não absorvida pelo objeto. O sistema RYB (red, yellow e blue), comum à indústria da tecelagem, é composto das cores primárias e opacas vermelho, amarelo e azul, que juntas, resultam em cinza.

As cores pigmento transparentes fazem parte do sistema CMYK (cyan, magenta, yellow e black), usado principalmente para impressão de materiais. As cores primárias aqui seriam ciano, magenta, amarelo e preto. Inclui-se o preto, pois a mistura dos três não resulta em um preto “puro”, apenas em um cinza escuro.



# Cores

- **RGB é a abreviatura de um sistema de cores aditivas em que o Vermelho (Red), o Verde (Green) e o Azul (Blue) são combinados de várias formas de modo a reproduzir um largo espectro cromático.**
- O propósito principal do sistema RGB é a reprodução de cores em dispositivos eletrônicos como monitores de TV e computador, retroprojetores, scanners e câmeras digitais, assim como na fotografia tradicional.
- Em contraposição, impressoras utilizam o modelo CMYK de cores

# Cores

**CMYK** é a abreviatura do sistema de cores subtrativas formado por Ciano (Cyan), Magenta (Magenta), Amarelo (Yellow) e Preto (Black (Key))

**O padrão CMYK é mais usado para impressão, enquanto que monitores e televisões usam o padrão RGB (Vermelho (Red), Verde (Green) e Azul (Blue)), onde são usadas apenas três cores.**

Como o CMYK que se usa na indústria gráfica é baseado na mistura de tintas sobre o papel e o CMYK usado nos sistemas de computador não passa de uma variação do RGB, nem todas as cores vistas no monitor podem ser conseguidas na impressão, uma vez que o espectro de cores CMYK (gráfico) é significativamente menor que o RGB.

Alguns programas gráficos incorporam filtros que tentam mostrar no monitor como a imagem será impressa.



RGB



CMYK

# PROPRIEDADES DAS CORES

- **Matiz**

- Matiz é a primeira propriedade da cor, que vai definir a sua tonalidade. É a primeira percepção que se tem sobre a cor refletida.

- **Saturação**

- A saturação refere-se à pureza da cor, definida pela quantidade de cinza que foi adicionado a ela. Quanto mais cinza, menos saturada é a imagem e vice-versa.

- **Brilho**

- O brilho é referente à luminosidade, sendo maior ou menor em algumas cores. Para variar o brilho de uma cor, adiciona-se branco para aumentar e preto para diminuir.

# Conceitos básicos de imagem digital

- No computador podemos criar dois tipos de imagens: Vetorial e Bitmap.
- **Imagem vetorial** é gerada por softwares para desenho gráfico, como o Corel, Illustrator, Auto Cad. Esse tipo de imagem é criado com equações matemáticas (por exemplo par desenhar uma reta são necessários dois pontos com suas respectiva coordenadas).
- **Imagem de varredura ou Bitmap, ou mapa de Bits** é formada por milhões de pontos agrupados numa grade (linhas e colunas), denominados pixels, em diferentes tonalidades de cor.

# Vetorial e Bitmap



Diferentemente da imagem bitmap, o círculo vetorial aparece suave tanto em 100% como em 800%.

# Imagens Impressas

Nos trabalhos impressos a imagem depois de editada terá dois destinos: ou será impressa em uma impressora caseira, ou será utilizada por um software de editoração eletrônica, como o ImDesign para trabalhos profissionais e impressão Offset (A **impressão offset** é um processo planográfico cuja essência consiste em repulsão entre água e gordura (tinta gordurosa). O nome inglês off-set (fora do lugar) vem do fato de a **impressão** ser indireta, ou seja, a tinta passa antes por um cilindro intermediário (blanqueta).

# Resolução

Resolução é a unidade de medida que determina o tamanho de uma imagem. Há três tipos:

- **Resolução de imagem ou resolução de entrada:** refere-se ao tamanho que a imagem deverá ter em pixel (ppi – pixel por polegada).
- **Resolução do monitor:** refere-se ao tamanho que a imagem deverá ter ao ser exibida no monitor.
- **Resolução de Saída:** refere-se a qualidade da imagem que será impressa.

Quanto maior a qualidade da imagem, maior será o numero de pontos por polegada (por exemplo se uma imagem tiver 300 ppi, conterà 300 pixel em uma polegada quadrada)

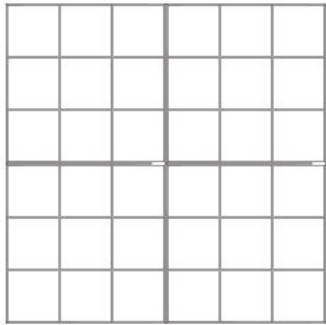


# Resolução

- Lembre-se , **quanto maior a imagem, maior será o número de pontos por polegada, então quanto maior a resolução de uma imagem, mais será exigido do seu computador, portanto é muito** importante determinar a resolução da imagem de acordo com o seu trabalho.
- Se por exemplo, o propósito é no monitor, deve-se seguir o padrão do computador com a resolução não superior a 72dpi.
- Para a saída de imagens em impressora recomendada 200 dpi
- Para colocar imagens na web 73 dpi
- Só se deve colocar resolução de 300 dpi, ou superior para imagens de qualidade profissional, com saída em impressora de alta definição

# Resolução

Cada quadrado representa um pixel



1366 x 768  
sem escala

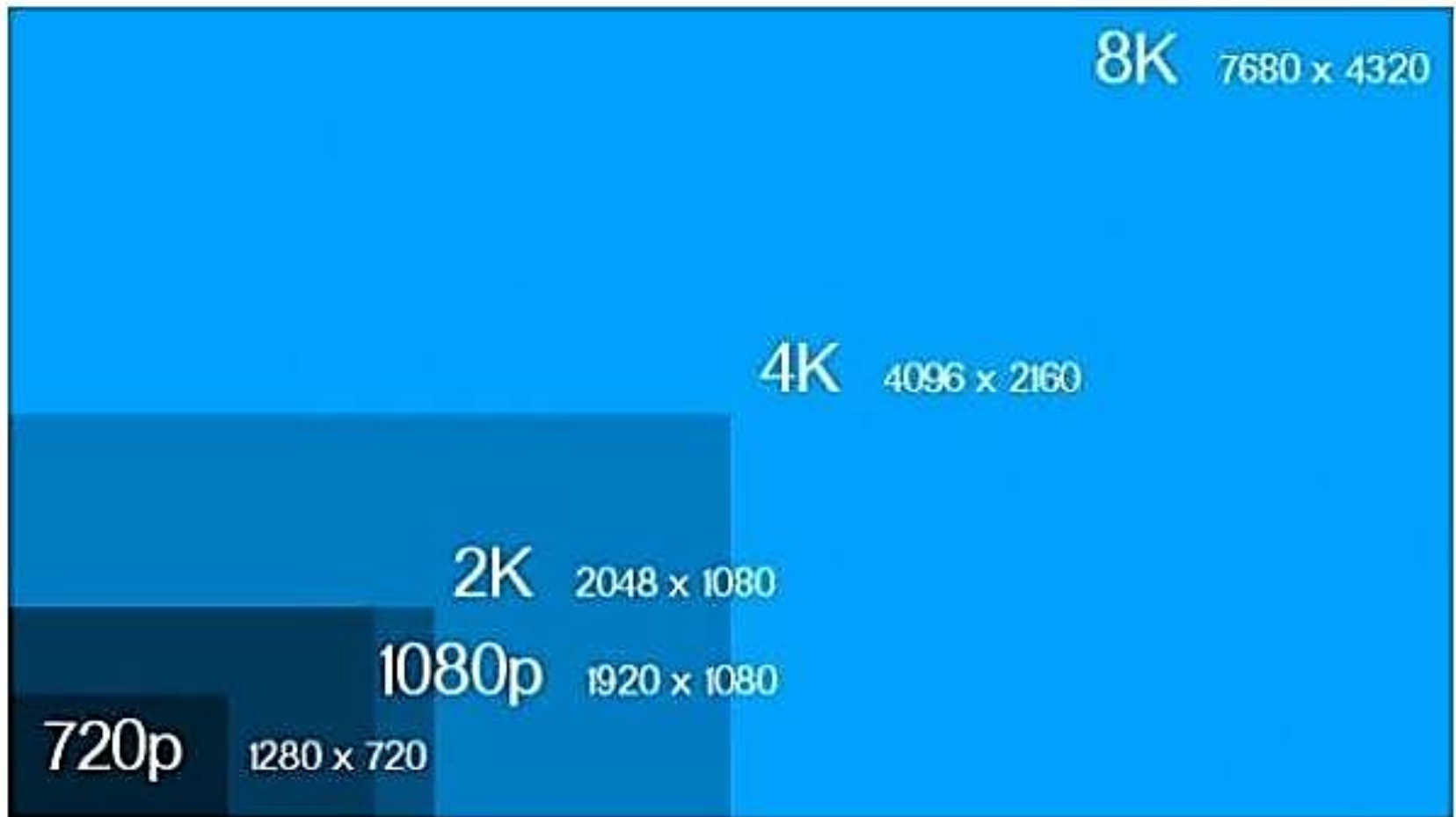


1600 x 900  
sem escala



1920 x 1080  
sem escala

# Resolução



# Resolução



# Resolução

DPI (dots per inch, pontos por polegadas) é a medida utilizada pelos fabricantes de impressora para determinar a resolução da imagem impressa. Normalmente máquinas para uso residencial possuem menor resolução máxima, enquanto as impressoras fotográficas têm um elevado valor de *dpi*. São as resoluções mais utilizadas:

- 150 dpi - É a resolução utilizada em muitos jornais, por exemplo. É uma resolução indicada para documentos de texto, preferencialmente para uso interno. Não é recomendado para imagem.
- 300 dpi - Resolução de melhor qualidade para documentos de texto. Imagens ficam com melhor qualidade, porém para material publicitário (folders, cartões, apresentações) uma resolução superior é melhor recomendada.
- 600 dpi - Alta qualidade de imagem. Impressoras com essa resolução são capazes de imprimir imagens com boa nitidez e cores fortes.
- 1200 dpi - Resolução fotográfica com maior realismo de cores. Utilização por profissionais do setor gráfico.
- Acima de 1200 dpi - Alto realismo de cor, definição e nitidez. Resolução indicadas para fotógrafos profissionais.

# Tipografia

1. “Arte de compor e imprimir palavras”.
- 2 “Configuração e arranjo de textos” (fonte: Infopédia).

Antes da era digital, a tipografia era um ofício específico que se limitava ao mundo do design de livros, revistas e peças publicitárias. Sinais de trânsito, outdoors e embalagens de produtos são exemplos diários onde podemos encontrar a tipografia.



# Escolhendo...

Temos vários termos descritivos para definir as fontes em categorias como:

- Serifadas (Seif)
- Sem Serifas (Sans-Serif)
- Cursiva (Cursive)

The image shows the letters 'Aa' in a classic serif font. The 'A' has a triangular shape with a horizontal bar, and the 'a' has a circular body with a small tail. Both letters have small horizontal lines (serifs) at the top and bottom of the stems.

Serifada

The image shows the letters 'Aa' in a sans-serif font. The 'A' is a simple, clean shape with a horizontal bar, and the 'a' is a simple circle with a small tail. There are no serifs.

Sem serifa

The image shows the letters 'Aa' in a very bold, heavy font. The letters are thick and have a slightly condensed appearance. The 'A' has a horizontal bar, and the 'a' has a circular body with a small tail.

Black

The image shows the letters 'Aa' in a cursive font. The letters are highly stylized and flowing, with many loops and curves. The 'A' has a large, ornate loop, and the 'a' has a small, tight loop.

Cursiva

The image shows the letters 'Aa' in an ornamental or decorative font. The letters are highly stylized and complex, with many lines and curves. The 'A' has a large, ornate loop, and the 'a' has a small, tight loop.

Ornamental / Decorativa

# O significado das cores – Emoções e Sentimentos

**CORES PRIMÁRIAS**





# O significado das cores – Emoções e Sentimentos



## VERMELHO



A mais quente e mais dinâmica cor: ativa, apaixonada e emocionada.



Estimula a energia e pode aumentar a pressão sanguínea, a respiração, as batidas do coração e o pulso.



Incentiva ações e a confiança. Aumenta a paixão e a intensidade. Fornece um sentido de proteção do medo e ansiedade.

# O significado das cores – Emoções e Sentimentos



## AMARELO



O mais brilhante e mais energizante entre as cores quentes:  
é feliz, acolhedor e estimulante.



Torna as pessoas mais falantes.



Estimula o otimismo e a esperança.  
Também ajuda a concentrar a atenção e estimular o intelecto.

# O significado das cores – Emoções e Sentimentos



## AZUL



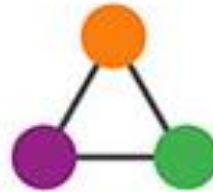
Representa calma, confiança e segurança.



Aumenta a criatividade, contemplação e espiritualidade.

# O significado das cores – Emoções e Sentimentos

**CORES SECUNDÁRIAS**



# O significado das cores – Emoções e Sentimentos



## LARANJA



É uma cor equilibrada, vibrante e cheia de energia.  
Também é amigável e convidativa.



Reflete calor, excitação e entusiasmo.  
É muito ativo, alegre e sociável.



É menos excitante do que o vermelho,  
mas agradavelmente estimulante.

# O significado das cores – Emoções e Sentimentos



## VERDE



É uma cor equilibrada e rejuvenescedora.  
Representa estabilidade e possibilidade.

---



Associada à saúde e à tranquilidade.

---



Representa o crescimento, vitalidade, abundância e natureza.  
Símbolo da fertilidade, tem efeito calmante e alivia o stress.



# O significado das cores – Emoções e Sentimentos



## ROXO



Representa a nobreza, riqueza, sucesso e sabedoria.



É muito calmante e muitas vezes está relacionado à intuição e à espiritualidade.



Estimula a área do cérebro de resolução de problemas e de criatividade.

# Como as cores influenciam pessoas

## VERMELHO

*Usado em restaurantes para estimular o apetite*

*Cria um senso de urgência*

*Frequentemente utilizada em liquidações*

*Usado para atrair compradores impulsivos*





# Como as cores influenciam pessoas

## AMARELO

*Usado para prender a atenção nas vitrines das lojas*

*Mostra clareza*

*Boa cor para detalhes importantes ou Call to Actions*

*Lembra parada/cuidado (ou cautela)*



# Como as cores influenciam pessoas

## AZUL

*Frequentemente utilizado em negócios corporativos porque é produtivo e não invasivo.*

.....

*Cria um senso de segurança e promove confiança na marca.*

.....

*Diminui o apetite e estimula produtividade.*

.....

*Associado com água e paz.*



# Como as cores influenciam pessoas

## LARANJA

*Usado para chamar a atenção*

*Bom para criar Call to Actions como:  
Compre Agora! Acesso Imediato!*

*Encontrada como sendo a preferida por  
compradores impulsivos*

*Representa uma marca amigável, alegre e confiante*



# Como as cores influenciam pessoas

## VERDE

*Associado com saúde, tranquilidade, natureza,  
dinheiro e marcas ricas*

.....

*Usado nas lojas para relaxar os clientes*

.....

*Frequentemente usado para promover  
a questão ambiental*



# Como as cores influenciam pessoas

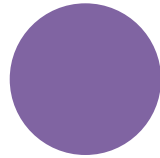
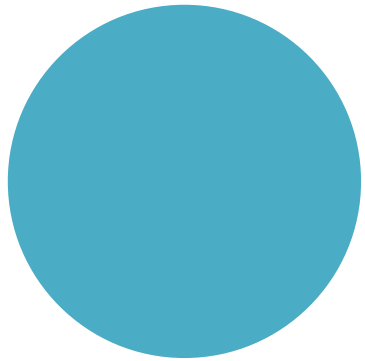
## ROXO

| *Associado com realeza, sabedoria e respeito.*

.....  
| *Frequentemente utilizado em produtos de beleza ou anti-idade.*

.....  
| *Representa uma marca, serviço ou produto criativo, inteligente e imaginativo.*





As cores e as  
grandes empresas

# McDonald's:

i'm lovin' it



## VERMELHO

Usado para criar apetite e um senso de urgência, conseguindo clientes para comer e sair dali rapidamente.

## AMARELO

Associado ao otimismo. A marca registrada "M" é usada para criar uma atmosfera positiva para o McDonald's, como pode ser visto pelo slogan "amo muito tudo isso"

## MASCOTE

O Ronald McDonald é um palhaço vestido de amarelo e vermelho, estimulando ânimo e energia, além de ser uma grande atração visual para crianças.

# Starbucks:



**STARBUCKS.**

## VERDE

Associado a saúde, tranquilidade e natureza, estimulando harmonia e equilíbrio entre o corpo e as emoções.

## SEREIA

A imagem da sereia estimula os consumidores a associarem a marca à natureza.



## RELAXANTE

O uso do verde promove um senso de relaxamento, chamando consumidores para uma parada no Starbucks para retirar o stress do dia-a-dia.



# Fanta Laranja:



# A diferença de cores para homens e mulheres

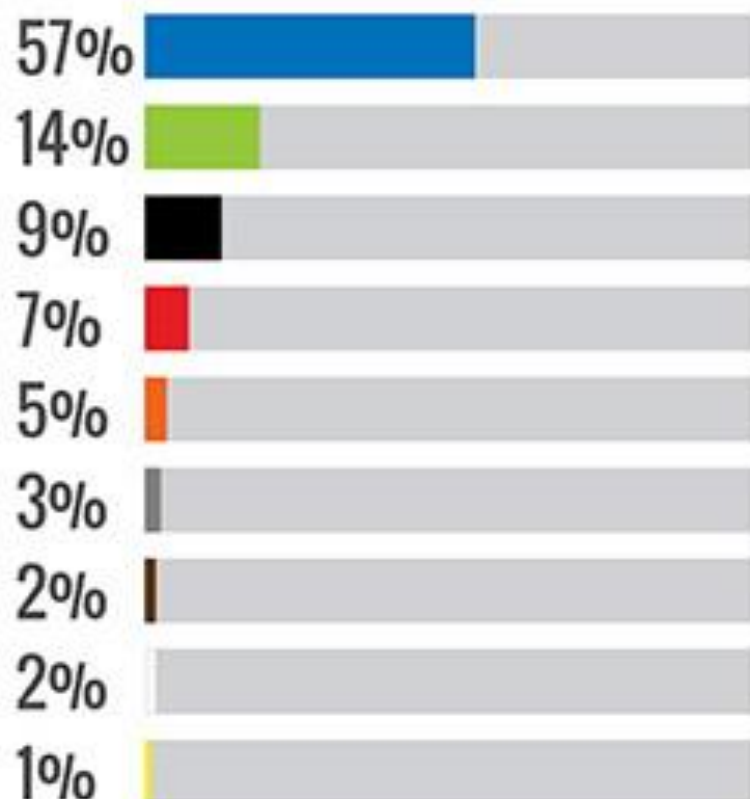


Um estudo feito em 2003 por Joe Hallock, comparou as preferencias de cores em 22 países ao redor do mundo.



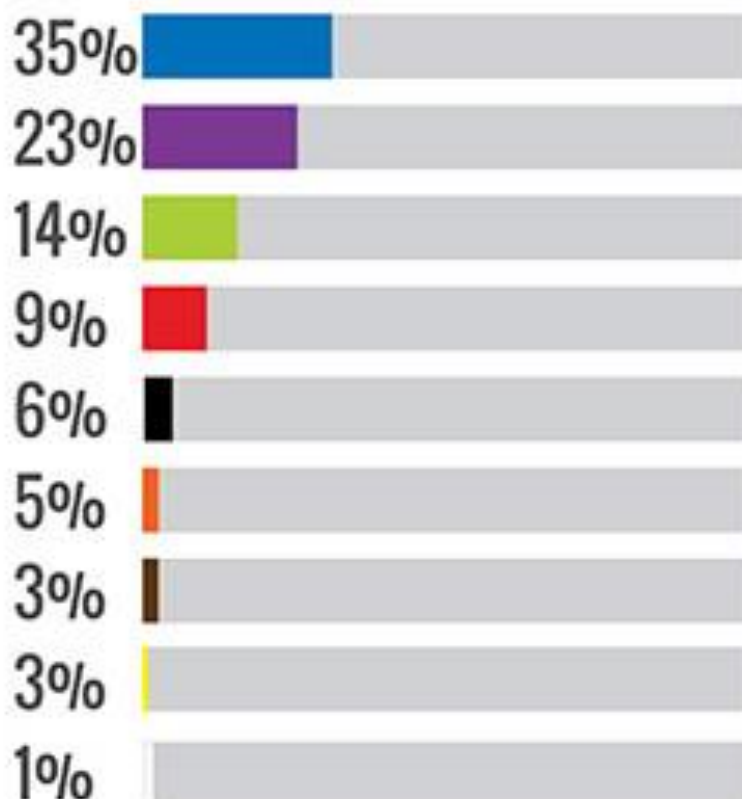
A seguir alguns gráficos demonstram isso:

### *Cores favoritas dos Homens:*



**27%** dos homens disseram que sua cor menos favorita é **marrom**.

### *Cores favoritas das Mulheres:*



**33%** das mulheres disseram que sua cor menos favorita é **laranja**.

# Nomeação de cores

- O que pode ser um simples roxo para os homens, pode ser ameixa, berinjela, uva, orquídea, púrpura ou outra variação para as mulheres.



	<b>Vermelho</b>	<i>coral, carmim, cereja, terracota, castanho, bordô</i>	
	<b>Roxo</b>	<i>ameixa, berinjela, uva, orquídea, púrpura</i>	
	<b>Rosa</b>	<i>fúcsia, chiclete, magenta, salmon, rubi</i>	
	<b>Laranja</b>	<i>cenoura, ouro, tangerina, chama, pêssago</i>	
	<b>Amarelo</b>	<i>âmbar, mostarda, creme, citrino, ouro</i>	
	<b>Verde</b>	<i>verde-mar, abacate, esmeralda, musgo, menta, verde-bandeira</i>	
	<b>Azul</b>	<i>turquesa, azul-bebê, ciano, azul da Prússia, safira, azul-celeste</i>	

# Importância das cores no logotipo

- Como vimos, as cores representam um papel importante na vida humana, mesmo não percebendo, essa influência existe e atua vivamente em nosso físico, mental e emocional.
- As maiores empresas em todo o mundo usam as cores de forma criteriosa no momento de criar o desenho de seus logotipos. Como profissional temos que levar isso em consideração quando vamos escolher as cores que iremos usar em nossos aplicativos/ Websites.



# Guia emocional das cores nos logotipos

otimismo, claridade

amizade, confiança

desejo, excitação

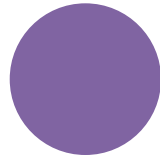
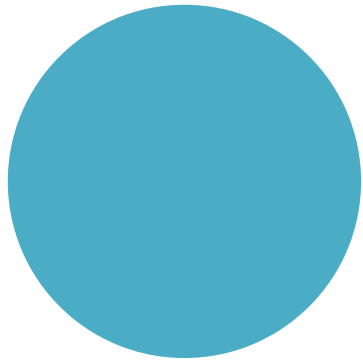
criatividade

durabilidade

saudável

equilíbrio





Algumas reações e aplicações às  
principais cores dos logotipos de  
algumas empresas.



# Vermelho

- O vermelho é indicado para marcas e produtos que indicam calor, energia e vitalidade, tais como: **ginástica, remédios estimulantes, chocolate, queijos, restaurantes e fast food.**
- Simboliza perigo, fogo, sangue, paixão, guerra, combate e conquista.
- Acentua a forma, é uma cor que impõe pelo impacto visual. Portanto, é fácil de ser recordada, porém rejeita a penetração prolongada. Como o efeito é rápido, o vermelho é usado para acabar rapidamente com a fome ou com a sede.

# Vermelho

- Cor de aproximação e encontro. O escarlate (vermelho um pouco mais forte, com 20% de escurecimento) é estimulante e energizante, passa a mensagem de força e raça.
- Quando misturada ao preto, obtém-se as tonalidades escuras, podemos aplicar essas cores sobre uma empresa inovadora, demonstrando obstinação, dominação e compromisso para crescer no mercado, com voracidade. Nesse caso, o vermelho provoca uma certa submissão, quase uma paixão.

# Vermelho

- Misturando o vermelho com o branco temos o lado mais feminino da cor, principalmente o rosa. Com as mulheres conquistando cada vez mais espaço nos altos escalões administrativos, o rosa também pode representar coragem, força de vontade, determinação, espontaneidade, sinceridade, gratidão e perseverança.
- É vital para a beleza feminina.

# Vermelho - Exemplos



# Laranja

- Simboliza encorajamento, estimulação, robustez, atração, gentileza, cordialidade, tolerância e prosperidade. É a cor do pôr do sol. A cor laranja simboliza o instinto maternal, uma força envolvente.
- Sua associação afetiva relaciona-se à força, luminosidade, euforia, energia, tentação, prazer e senso de humor.

# Laranja

- O laranja estimula a fome (apetite) e necessidade de aquisição, porém seu efeito é mais moderado e menos agressivo que o vermelho.
- É uma cor muito usada por empresas que **vendem serviços, como por exemplo acesso à internet, treinamentos, transportes e até canais de TV.**
- O laranja quando misturado com o branco revela alegria, entusiasmo, construtividade, criatividade, aptidão.

# Laranja - Exemplos



# Amarelo

- Para a criação de um logotipo, pode simbolizar a criatividade, as ideias, o conhecimento, uma inovação, até mesmo um sentimento de realização e contentamento. Também é a luz do sol e a cor do ouro.
- O amarelo é a cor que estimula a psique, por isso o seu uso na publicidade desperta a atenção, mas é invisível à distância. Por isso não é aconselhável o seu uso em superfícies muito extensas, pois sendo uma cor que se propaga muito, aumenta ainda mais a dimensão.



# Amarelo

- Apesar do impacto inicial, o amarelo não é uma cor que prenda a atenção, permitindo a compenetração e pode produzir a dispersão.
- Indicada para divulgação de artigos que indicam luz.
- O amarelo usado com o vermelho e com pouco laranja estimula a fome, por isso a maioria dos logotipos de fast-food utilizam essas cores.

# Amarelo



# Verde

- É o símbolo da natureza, da vida nova, energia, fertilidade e crescimento. Também indica juventude (antes do amadurecimento).
- O verde não é uma cor que chame tanto a atenção, nem atraia rapidamente o olhar, como é o caso do vermelho, do amarelo e do laranja. Porém, é uma cor que facilita a concentração quando, por exemplo, da leitura de um texto, sendo ideal por não ser cansativo e nem saturar.

# Verde

- Facilita a leitura, mantendo uma sensação agradável e equilibrante, possibilitando uma boa capacidade de julgamento sobre o tema ou produto apresentado, porém possui pouca força de sugestão.
- O verde é ideal para apresentar qualquer **marca ou produto associado à natureza, tais como produtos naturais e fitoterápicos**, pois essa cor transmite a sensação de pureza do conteúdo.

# Verde

- Em empreendimentos campestres ou quaisquer locais de lazer destinados a pessoas das grandes cidades, o uso da cor verde junto com o azul dará uma sensação de calma, tranquilidade e repouso.
- Verde claro ou **misturado com o branco**: essa mistura representa o sucesso e a superação, um lado positivo do verde, que é adotado por muitas clínicas e hospitais. **Também é a cor ideal para realização de bons negócios, atraindo boas oportunidades.**

# Verde



# Ciano (azul claro primário)

- Significa devoção, fé, aspiração, sinceridade, lealdade, confiança e tranquilidade.
- O azul simboliza também sentimento triste, repouso, frescor, espaço, elegância, céu, paz e meditação. Por essas características, vemos o azul em logotipos de **parques de jazidos e cemitérios**. Considerada uma cor fria - voltada para as ciências exatas.

# Ciano (azul claro primário)

- Por isso o azul sempre teve muito espaço nos **logotipos de empresas de engenharia e tecnologia**. É uma cor que neutraliza as inquietações do ser humano, acalmando o sistema orgânico.
- Como cor fria, é importante nos anúncios que caracterizam artigos frios ou refrescantes. O azul é uma cor que envolve as pessoas, dando a sensação de aconchego e facilitando a compenetração com profundidade em temas, fazendo dela uma cor sugestiva.



# Ciano (azul claro primário)

- O azul tem a propriedade de reduzir edificações, sendo útil quando se deseja reduzir grandes superfícies de divulgação. Se empregado nos espaços altos por ser a cor do céu, permite que as outras cores sobressaíam, dando destaque ao conteúdo anunciado.

# Ciano - Exemplos



# Azul real (ou azul marinho)

- O azul marinho (ou índigo) é a cor que mostra um bom senso e comando sobre determinada situação. Seu uso transmite uma imagem de muito autoconfiança, quase superioridade. Por isso também é encontrada em muitas empresas líderes em seus mercados.
- O índigo, por ser um tom mais forte do azul, mantém seu poder de atração, permitindo uma compenetração com mais profundidade.

# Azul real (ou azul marinho)

- O índigo quando usado com branco destaca lealdade, integridade, fé, confiança, destemor, mente ordenada, idealismo prático e grande atividade em seu meio.
- Não deve ser usada em textos muito longos, podendo causar uma desmotivação pela continuidade do texto.

# Azul real - Exemplos



# Violeta

- Simboliza dignidade, devoção, piedade, sinceridade, festividade, espiritualidade, nobreza, esplendor.
- Por ser uma cor imponente e elevada, associada à realeza, transmite uma sensação de luxúria, porém com pouca alegria. Isso faz com que essa cor seja pouco usada na publicidade, para evitar a impressão de uma certa soberba no logotipo.

# Violeta

- O violeta é uma cor que transmite muito poder em qualquer esfera, por isso é associado à vida eterna, destaque no trabalho, liderança inspirada, simpatia, justiça, humanismo e grandes poderes mentais.
- A cor roxa é uma vibração próxima à do violeta, porém tem algumas características próprias, tais como: estimular as atividades das veias e provocar a expansão dos vasos sanguíneos, baixando a pressão sanguínea.
- Ideal para ser usado em embalagens e logotipos de empresas farmacêuticas e remédios.

# Violeta - Exemplos





# Magenta

- É uma das cores primárias nas gráficas.
- É uma cor séria, sóbria e muito viva. Possui efeito energizante, é estimulante do sistema reprodutivo e aumenta a atividade funcional do coração.
- O magenta é considerado a cor da realização. Quando alguém atinge o equilíbrio no campo emocional e psicológico, essa cor proporciona a sensação de plenitude.
- Por ser a cor do espírito, é o retrato da alma responsável pela transição para o espiritual. Por isso, é próprio às pessoas interiormente maduras.

# Magenta

- Apesar de ser uma cor próxima do rosa, o magenta não apresenta as mesmas características femininas do rosa. Transmite suntuosidade, festividade e realeza. Impõe um comando, mas sem exigência.
- O magenta na decoração mantém a disposição, a calma, a tranquilidade, com sentimento controlado e fornece concentração. Seu uso é indicado em salões, capelas, salas de leitura e conferências.
- Não é recomendado para áreas de lazer.

# Magenta



# Marrom

- É a cor da integração e do oferecimento, até do sacrifício. Indica compromisso. Transmite calma e ponderação; ajuda a refrear extravagâncias e passa a imagem de uma empresa ou produto prático.

# Marrom

- O marrom é ligado à terra, passa uma imagem de solidez, segurança e tradição. Por isso é muito usada em logotipos de advogados, bancos e empresas de seguros tradicionais.
- É uma cor agradável e também indica planejamento a longo prazo.

# Marrom - Exemplos



## Conclusão

- A cor é um dos elementos importantes na identidade visual de uma empresa, e, se for bem escolhida, é uma estratégia duradoura.

# Exercícios

- Pesquisa:
  - Quais os elementos que mais impactam o usuário?
  - Quais as tendências da aparência dos sites em 2021/2022?

Ao final entregar no Moodle