

# Unidade IV – Cores

## *Dashboards* utilizando a Psicologia das Cores

- Há diversos estudos que mostram a influência das cores no cérebro humano, e profissionais de marketing e publicidade costumam se aproveitar bem desse tema, mas também, nós profissionais de análises de dados podemos tirar vantagem disso.

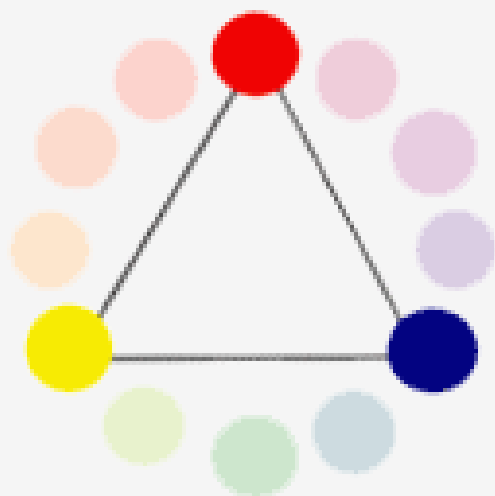
# O que é Psicologia das Cores?

- As cores não são apenas questão de nossos gostos e preferências. Mais do que isso. Segundo a psicóloga Heller (2012) em seu livro “Psicologia das Cores”, as cores estão intrinsecamente ligadas aos nossos sentimentos e não se combinam por acaso. Além disso, as nossas experiências universais que estão enraizadas em nosso pensamento também contam muito.
- **A psicologia das cores é um estudo que mostra a maneira como nosso cérebro identifica e converte as cores em sensações.**

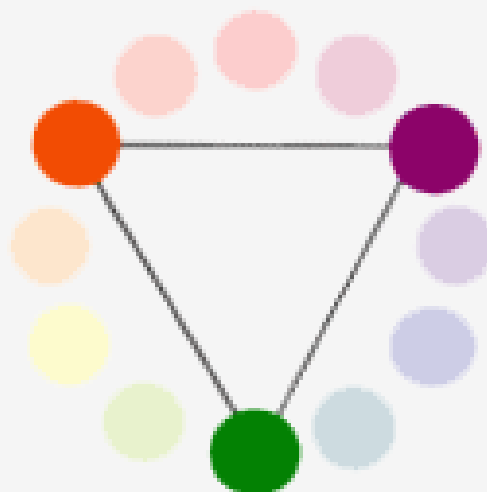
## continuação

- As cores estimulam e impactam nosso cérebro de diferentes maneiras. **Cada cor gera uma sensação diferente nas pessoas, e por isso é tão fundamental saber usá-las.**
- Para o neuromarketing atual, a teoria das cores é uma ferramenta de trabalho essencial. Segundo Neil Patel (2019) *“a cor representa 85% da razão pela qual você comprou um produto”*.
- De maneira análoga, um *Dashboard* com as cores erradas pode causar menos impacto do que de fato os dados representam.

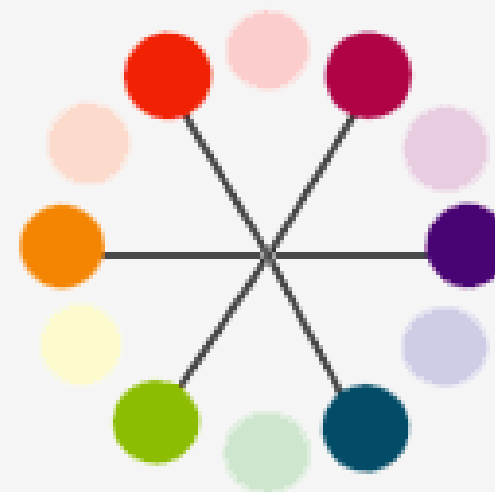
## Composição das cores



**PRIMÁRIAS**

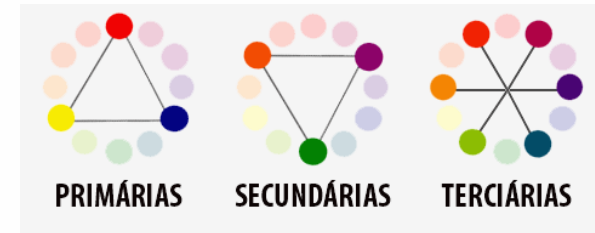


**SECUNDÁRIAS**



**TERCIÁRIAS**

# Composição das cores

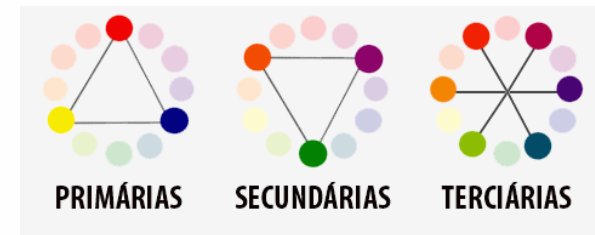


## CORES PRIMÁRIAS

As cores primárias são: vermelho, amarelo e azul. Estas não podem ser obtidas através da mistura de outras cores.

A partir dessas três cores é possível criar qualquer outra cor, com exceção do branco (mistura de todas as cores). A partir dos diferentes tons de cores primárias, é possível criar diferentes tons de cores secundárias e terciárias.

## continuação



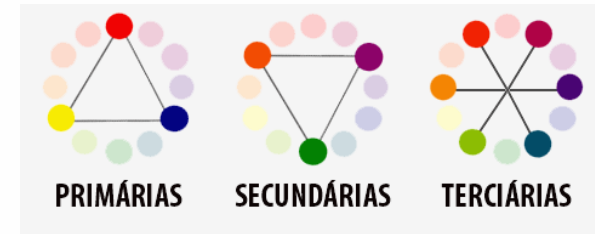
## CORES SECUNDÁRIAS

A partir da mistura de pares de cores primárias, é possível chegar nas cores secundárias.

São elas: verde, laranja e violeta.

Diferentes tons de cores primárias geram diferentes tons de cores secundárias, daí a variedade de azuis, verdes, violetas e afins que conhecemos.

## continuação



## CORES TERCIÁRIAS

As cores terciárias, por sua vez, são resultado da mistura entre cores primárias e secundárias.

É nesse grupo que entra a grande variedade de cores que temos hoje.

Alguns exemplos: rosa, turquesa, oliva, etc.



# Cores Complementares



## CORES COMPLEMENTARES

Cores complementares são aquelas diretamente opostas na roda de cores. Uma delas é escolhida como dominante e a outra é escolhida para acompanhar.

# Cores Análogas



## CORES ANÁLOGAS

Cores análogas são 3 cores que estão lado a lado na roda de cores. Normalmente uma delas é dominante e as outras duas acompanham.

# Cores Triádicas



## CORES TRIÁDICAS

Estão igualmente afastadas a 120 graus umas das outras na roda de cores.

Usadas para causar contraste visual.

# Aplicar cores em Dashboards

## Cores em Dashboards

- Já foi tratado sobre o assunto de cores sobre a história por trás do seu Dashboard.
- Agora veremos algumas dicas sobre como equilibrar estas cores. Lembrando sempre que cores distintas devem ser usadas para criar destaques nas informações, mas não um “carnaval”.

## Cores contrastantes

Para focalizar a atenção da pessoa que consumirá seu *Dashboard* procure usar **cores contrastantes** para fazer as informações serem lidas mais facilmente.

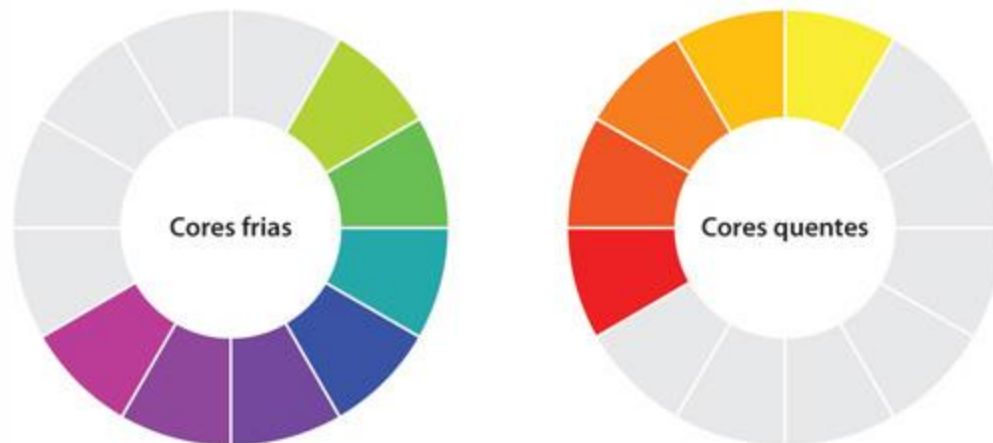
*Exemplo:* se o texto for de cor preta, não use um fundo escuro. Utilize cores complementares.

Imagine seu texto aqui

Agora imagine seu texto aqui

## Temperatura das cores

Evite a alta temperatura nos *Dashboards*. Ou seja: evite misturar tons quentes e predominantes na aparência geral de um layout.  
É importante dar uma quebrada do tom de calor com algum tom frio.



## Outras dicas

- **Lembre que a cor varia de tela para projetor:** se for apresentar em uma sala de reunião, se possível, teste a cor no projetor. É muito comum o projetor alterar drasticamente as cores, em alguns casos até mesmo impossibilitando a leitura.
- **Não tenha medo de testar:** as cores podem ter diversos impactos na apresentação, o que você vai perceber é que muitas vezes estará confortável com uma paleta de cores e depois não a quer mais. Mude, veja o que cabe melhor para seu estilo de apresentação e dados.
- **Paleta monocromáticas:** lembre-se que você pode sim montar uma paleta monocromática, variando apenas a saturação da cor. Por exemplo o preto que vai variando entre tons de cinza até ficar branco. Apenas tome cuidado pois elas correm o risco de ficar monótonas.



## Referências

HELLER, Eva – **A Psicologia das Cores** , 2019 - Editora G. Gili Ltda.

PATEL, Neil - <https://neilpatel.com/br/blog/psicologia-das-cores-como-usar-cores-para-aumentar-sua-taxa-de-conversao/> . Acesso em 03 mar. 2019