

Questão – Responder sem pesquisar

Com tantos produtos disputando o dinheiro e a atenção do consumidor, o uso eficaz das cores é uma maneira de captar a sua atenção. As cores desempenham um papel importante na nossa percepção visual, uma vez que influencia nossas reações sobre o mundo que nos rodeia.

Neste campo da psicologia das cores, grandes marcas são facilmente capazes de influenciar seu público-alvo simplesmente combinando as cores certas. A sequência de cores abaixo representa cores primárias e secundárias:

A) Vermelho	B) Amarelo	C) Azul	D) Laranja	E) Verde	F) Roxo
-------------	------------	---------	------------	----------	---------

Diante deste contexto, nesta questão cada alternativa vai representar uma das cores acima sem repetir cor. Preencha os campos de cada opção indicando a letra (de A a E) que representa a cor correta para cada alternativa:

- () É uma cor equilibrada, vibrante e cheia de energia. Também é amigável e convidativa.
- () Representa calma, confiança e segurança. Aumenta a criatividade, contemplação e espiritualidade.
- () Representa a nobreza, riqueza, sucesso e sabedoria. Estimula a área do cérebro de resolução de problemas e de criatividade.
- () Incentiva as ações e a confiança. Intensa. Fornece um sentido de proteção do medo e ansiedade.
- () Representa o crescimento, vitalidade. Associada à saúde e tranquilidade. Tem um efeito calmante e alivia o stress.
- () Estimula o otimismo e a segurança. Também ajuda a concentrar a atenção e estimular o intelecto.

Prof. Me. Luciano Bérnago

34

Teste:

Tente detectar
todos os
objetos
numerados
em menos de
dois minutos:



Me. Luciano Bérnago

35



36



Prof. Me. Luciano Bérnago

37

DEVE-SE EVITAR

Cores que a empresa não usa



Prof. Me. Luciano Bérgamo

38

DEVE-SE EVITAR

Falta de contraste que não entre a cor do texto e a cor do fundo do seu site.



<https://exame.com/carreira/12-erros-que-matam-qualquer-apresentacao/>

Prof. Me. Luciano Bérgamo

39

Postagem no LinkedIn – Magazine Luiza para contratar profissionais desta área.



Prof. Me. Luciano Bérghamo

40

Postagem no LinkedIn – Magazine Luiza para contratar profissionais desta área.



Prof. Me. Luciano Bérghamo

41

Postagem no LinkedIn – Magazine Luiza para contratar profissionais desta área.

2. APRENDIZADO CONSTANTE

Somos um time em constante evolução e aprendizado. Não temos medo de errar, temos medo de não tentar!



AZUL

 Representa calma, confiança e segurança.

 Aumenta a criatividade, contemplação e espiritualidade.

AZUL
#tranquilidade
#tradição
#satisfação

CONFIANÇA | *seguro
força*

Prof. Me. Luciano Bérghamo

42

Postagem no LinkedIn – Magazine Luiza para contratar profissionais desta área.

3. PROJETAR SOLUÇÕES ENCANTADORAS

Nosso propósito é melhorar cada vez mais a experiência de uso nas plataformas do Magalu, buscando entender as dores dos nossos clientes e encontrar oportunidades para o negócio. Temos UX Designers dedicados a projetos tanto para o cliente final, como para projetos de backoffice (vendedores, estoquistas, empresas parceiras, CDs e outros).



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.

CRIATIVO | *imaginativo
sabedoria*

ROXO
#nobreza
#poder
#pensamento

Prof. Me. Luciano Bérghamo

43

Postagem no LinkedIn – Magazine Luiza para contratar profissionais desta área.

4. AUTONOMIA

Interagimos de maneira constante com nossos usuários, desde a elaboração de entrevista até a validação de protótipos, seja presencialmente ou de maneira remota. Além disso, temos autonomia para sugerir, aplicar e testar novas abordagens de trabalho dentro do time de UX Design e nos projetos em que atuamos.



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.

AMIGÁVEL

*alegria
confiança*

Prof. Me. Luciano Bérghamo

44

Psicologia aplicada aos princípios das cores quentes e frias

Frias

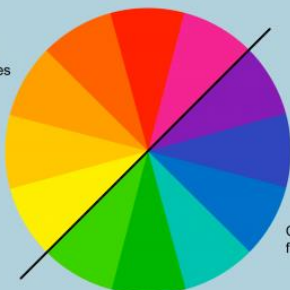


Quentes



Círculo cromático

Cores quentes



Cores frias



Cores quentes

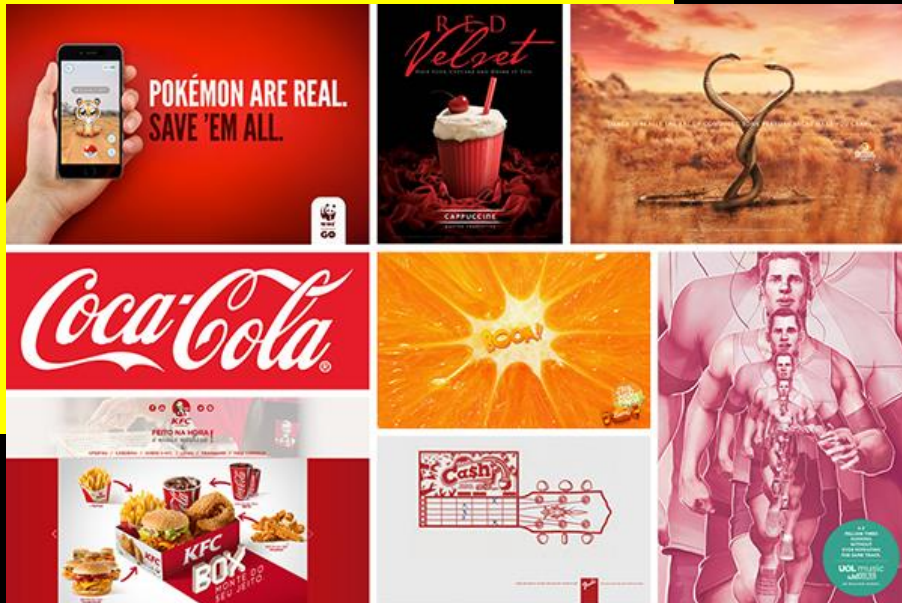


Cores frias

45

VERMELHO E LARANJA

#energia
#desejo
#alerta



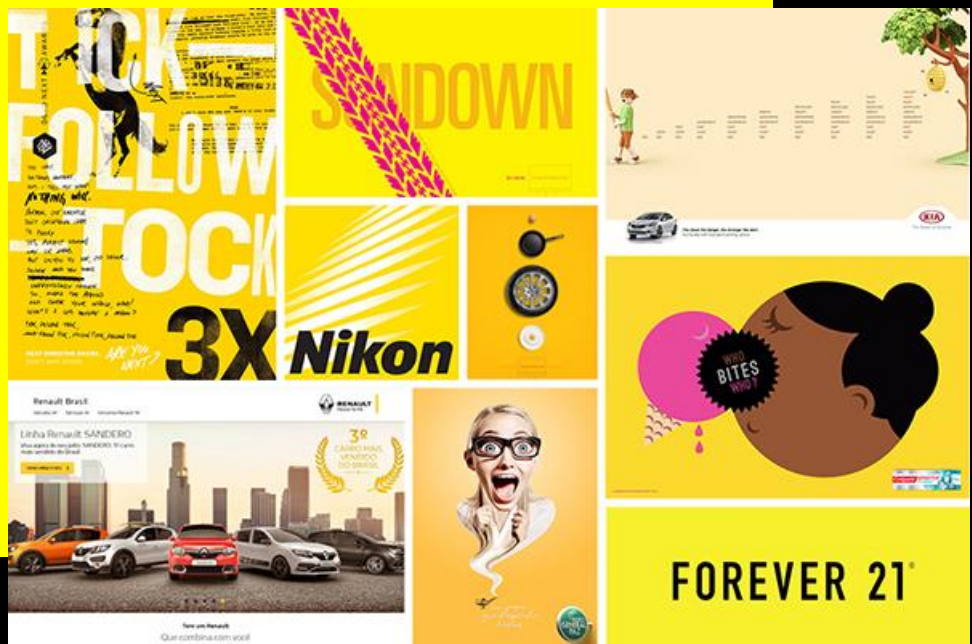
Fonte: <https://www.agenciacanopus.com.br/site/2016/08/09/influencia-das-cores-na-criacao-no-design/>

Prof. Me. Luciano Bérnago

46

AMARELO

#positividade
#aconchego
#goodvibes



Fonte: <https://www.agenciacanopus.com.br/site/2016/08/09/influencia-das-cores-na-criacao-no-design/>

Prof. Me. Luciano Bérnago

47

AZUL

#tranquilidade

#tradição

#satisfação



Fonte: <https://www.agenciacanopus.com.br/site/2016/08/09/influencia-das-cores-na-criacao-no-design/>

Prof. Me. Luciano Bérqamo

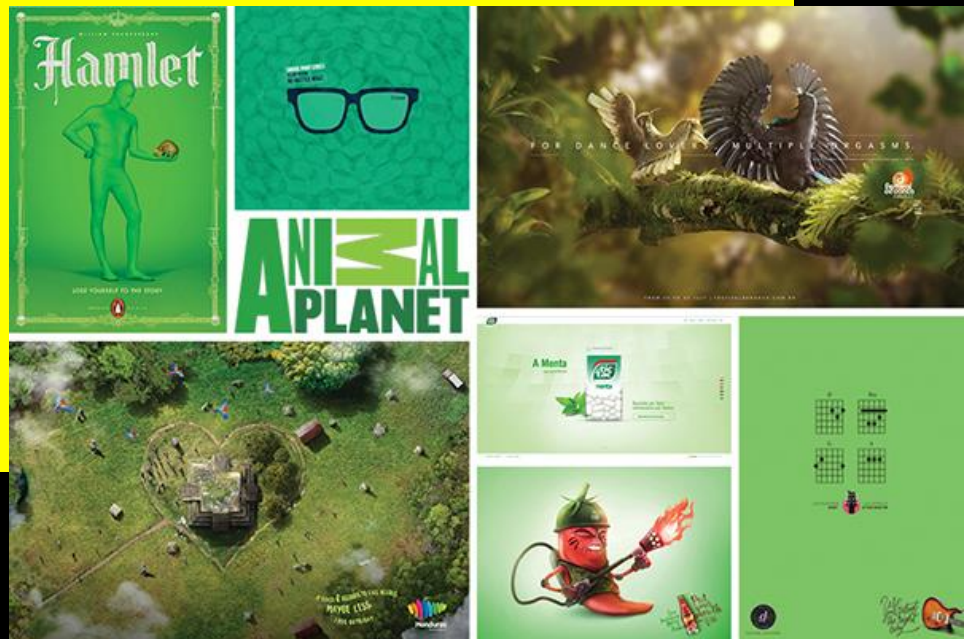
48

VERDE

#saudável

#sustentável

#paz



Fonte: <https://www.agenciacanopus.com.br/site/2016/08/09/influencia-das-cores-na-criacao-no-design/>

Prof. Me. Luciano Bérqamo

49

ROXO

#nobreza

#poder

#pensamento

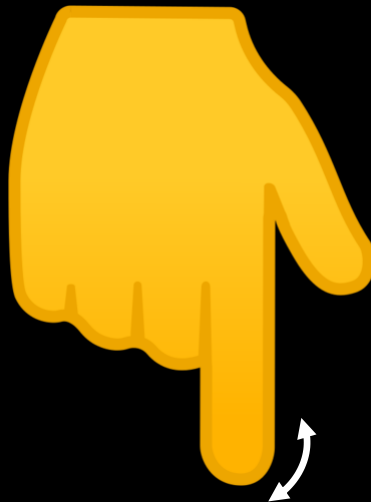


Fonte: <https://www.agenciacanopus.com.br/site/2016/08/09/influencia-das-cores-na-criacao-no-design/>

Prof. Me. Luciano Bérqamo

50

Experiências Pessoais:



Prof. Me. Luciano Bérqamo

51

Exemplo de Arte usando a psicologia das cores.



Verde
representando
as plantas

Marrom
representando
a terra

Prof. Me. Luciano Bérghamo

52

Novo formato de divulgação em redes sociais para alcançar o público feminino para a o curso de Mecatrônica.

Cor de fundo – Roxo: Baseada em um artigo sobre a psicologia das cores indicando que as mulheres gostam dessa cor.

As mensagens: Comentários em forma de trocas de mensagens com a própria pesquisa respondendo sobre o curso. O formato de fonte e cor dos balões de textos simulam uma troca de mensagens via WhatsApp.

Confirmação de leitura: Em azul, nas mensagens de balões verdes, indicando que ela recebeu as mensagens.

Semblante da moça: Expressando atenção e também estar recebendo uma boa notícia.

As mãos em direção ao teclado após as mensagens: Indica que ela está acessando os links indicados.

Preciso encontrar um curso superior de qualidade, gratuito e com as aulas no período da manhã?

Mecatrônica na Fatec Sertãozinho! ✓

Mas... Mulher pode cursar **Mecatrônica**?

Sim.. Claro... inclusive, é uma área em ascensão que está impulsionando a quarta revolução industrial. ✓

Como faço para me inscrever?

Fique atenta no Processo Seletivo Vestibular Fatec: www.vestibularfatec.com.br ✓

Conheça mais sobre o curso acessando site da Fatec Sertãozinho: www.fatecsertaozinho.edu.br/graduacao/mecatronica ✓



Fatec
Sertãozinho

Prof. Me. Luciano Bérghamo

53

Tipografia



Prof. Me. Luciano Bérghamo

54

TIPOLOGIA E TIPOGRAFIA



Prof. Me. Luciano Bérghamo

55

Questões - Tipografia



Prof. Me. Luciano Bérgamo

56

TIPOLOGIA

Dicionário

Definições de [Oxford Languages](#) · [Saiba mais](#)



tipologia¹

substantivo feminino

1. **ARTES GRÁFICAS**
estudo sistematizado dos caracteres tipográficos, esp. no que se refere ao desenho das fontes ou famílias de tipos.
2. **ARTES GRÁFICAS**
coleção dos caracteres tipográficos us. em determinado trabalho gráfico; tipografia.

Prof. Me. Luciano Bérgamo

57

TIPOLOGIA

O que é tipografia no design?

TIPOLOGIA E DESIGN

Ele precisa comunicar algo a alguém, e tem que chamar a atenção. A parte escrita é muito importante num projeto gráfico e saber utilizar de forma correta os tipos ou fontes é fundamental.

<https://imprensa.ufc.br> › tipografia-e-tipologia ▼

Prof. Me. Luciano Bérnago

58

TIPOGRAFIA

Tipografia

substantivo.

- Estilo ou aparência do texto.
- Arte de trabalhar com texto.

Prof. Me. Luciano Bérnago

59

TIPOS DE FONTES

Com serifas

Serif

Prof. Me. Luciano Bérgamo

60

TIPOS DE FONTES

Exemplos clássicos de fontes serifadas

Times New Roman

Courier

Georgia

Prof. Me. Luciano Bérgamo

61

TIPOS DE FONTES

Com serifas

Serif

Usadas em Jornais e trabalhos mais tradicionais

Exclusivo:

do fracasso ao sucesso, você não vai acreditar na sua transformação.

Os melhores resultados na vida acontecem geralmente de formas simples e a prática das qualidades do dia a dia. A vida comum de cada dia, com seus cuidados, necessidades e deveres, oferece uma ampla oportunidade para adquirir a melhor experiência; e seus caminhos mais trilhados oferecem

ao verdadeiro trabalhador uma ampla margem de esforço e espaço para a superação pessoal. O caminho do bem estar humano está sempre ao longo da antiga estrada de fazer bem as coisas; e aqueles que são os mais persistentes, e trabalham com espírito mais verdadeiro, normalmente serão os mais vitoriosos.

O mais persistente, e o trabalho no espírito mais verdadeiro, geralmente oferece normalmente o culpado por sua cegueira; Mas a sorte não é tão cega como acontece com os homens.

Aqueles que olham para vida perceberão que a sorte está geralmente ao lado da indústria, como os ventos e as ondas estão ao lado dos melhores navegantes. Na busca de inclusive os ramos mais altos da investigação humana, as qualidades mais comuns são as mais úteis, como o sentido comum, a atenção, a aplicação e a perseverança.

O gênio pode não ser necessário, ainda que inclusive o gênio da classe mais alta não despreza o uso destas qualidades ordinárias. Os maiores homens tem estado entre os que menos acreditam no poder do gênio,

e tão sábios e perseverantes como homens exitosos do tipo mais comum.



Alguns inclusive tem definido o gênio no sentido comum intensificado. Um distinguido mestre e presidente de uma universidade falou disso como o poder de fazer esforços. John Foster disse que era o poder de acender o próprio fogo. Buffon disse do gênio, "é paciência".

Prof. Me. Luciano Bérgamo

62

TIPOS DE FONTES

Sem serifas ou não serifadas

Não tem os cantos (serifas)

Sans Serif

Prof. Me. Luciano Bérgamo

63

POUCAS FONTES DIFERENTES

Use poucas Fontes:

Se for necessário
mude para
CAIXA ALTA com
a mesma fonte

Montserrat

MONTSERRAT

Esteban

Biscoitos à moda Antiga

OS INGREDIENTES:

2 xícaras de farinha
1/2 colherzinha de sal
2 colheres de açúcar
4 colherzinhas de fermento
3 colherzinhas de manteiga
3/4 xícaras de leite
1/4 de frutas secas

Misturar os ingredientes secos.
Acrescente o leite para fazer uma massa suave, em seguida amasse ligeiramente.
Assar em forma de bolo untada durante 20 a 25 minutos. Divida a manteiga e espalhe as frutas e outras frutas entre as camadas.

Prof. Me. Luciano Bérghamo

64

HIERARQUIA

Hierarquia

É usada para direcionar o olhar do leitor para a coisa mais importante.

Prof. Me. Luciano Bérghamo

65

HIERARQUIA

Myriad Pro Bold

MYRIAD PRO SEMI-EXTENDED

Myriad Pro Regular

André Dias

Web Designer

(55)5168-4982

andre@diasweb.com

www.diasweb.com



Prof. Me. Luciano Bérgamo

66

ENTRELETRA

Entreletra

Algumas fontes têm
os espaços entre
letras ruim.
Neste caso deve-se
tomar cuidado ao
escolher a fonte

Entreletra ruim

Prof. Me. Luciano Bérgamo

67

FONTES “SEM CARACTERES”

Outras fontes não têm caracteres especiais, números e caracteres com acento.

Essa é a 1ª geração “Rock and Roll”

ESSA A 1 FERA O ROCK AND ROLL

Prof. Me. Luciano Bérgamo

68

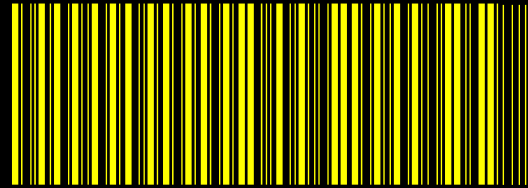
FONTES - EXEMPLOS

Prof. Me. Luciano Bérgamo

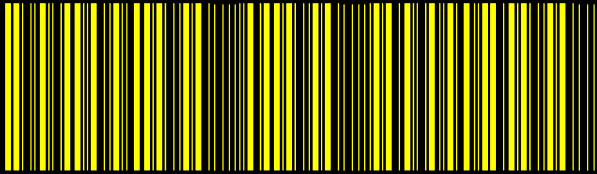
69

FONTES INTERESSANTES

Barcode



199.883.789-0



CARLOS DOS SANTOS

Prof. Me. Luciano Bérgamo

70

FONTES INTERESSANTES

Fatec

Franca

Dr. Thomaz Novelino

Fatec

Franca

**Como encontrar a fonte
de uma imagem?**

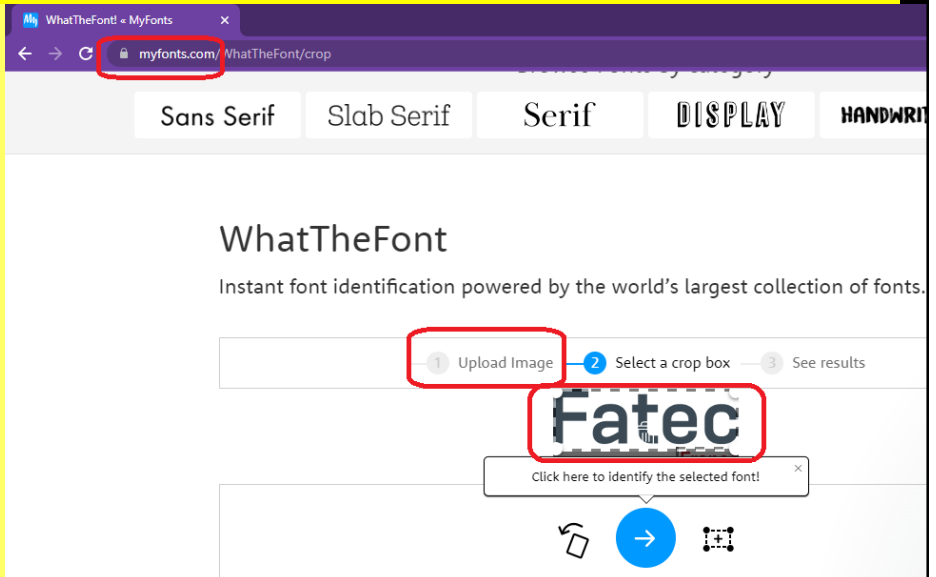
Prof. Me. Luciano Bérgamo

71

FONTES INTERESSANTES

www.myfonts.com/WhatTheFont

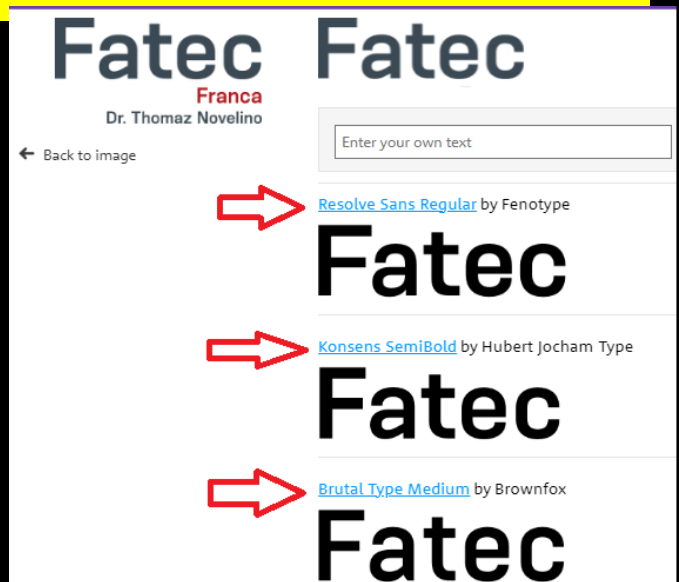
Para encontrar uma fonte, faça o upload da imagem com o texto



72

FONTES INTERESSANTES

www.myfonts.com/WhatTheFont



73

Fatec

Franca

➔ É a mesma fonte das placas



74

FONTES INTERESSANTES

28 DAYS LATER

FONTE INDICADA PARA TÍTULOS DE
SERVIÇOS E EVENTOS RELACIONADO
À NATUREZA, RALIS, ENCONTROS
CICLÍSTICOS ETC.

Prof. Me. Luciano Bérgamo

75

FONTES INTERESSANTES

28 DAYS LATER EXEMPLO



THE BOYS III



Prof. Me. Luciano Bérغامo

76

FONTES INTERESSANTES

AUTO TECHNO EXEMPLO

TECNOLOGIA E
MODERNIDADE.

ORFIS
Bike

Prof. Me. Luciano Bérغامo

77

FONTES INTERESSANTES

BLACKOUT

**BASEADA
NAS
MANCHETES
DE JORNAL**



Prof. Luciano Bérnago

78

FONTES INTERESSANTES

CIRCUIT

**ALINHADA COM OS
PRINCÍPIOS DA
MECATRÔNICA**

HEMINGWAY
ONCE WROTE A STORY IN JUST FEW WORDS
BABY SHOES FOR SALE
NEVER WORN CALL 1823 987 4561
AND IS SAID TO HAVE CALLED IT HIS BEST WORK

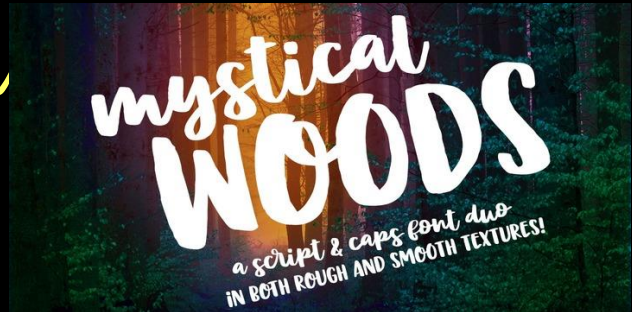
Prof. Me. Luciano Bérnago

79

FONTES INTERESSANTES

Musical Woods Smooth

Estilo escrita
manual
informal



Prof. Me. Luciano Bérgamo

80

FONTES INTERESSANTES

PEYO
FONTE
ALTA
PARA
TÍTULO



CLEAR
MEN



Prof. Me. Luciano Bérgamo

81

FONTES INTERESSANTES

SPACE AGE

ESTILO
MODERNO E
RELACIONAD
O A ALTA
TECNOLOGIA




Prof. Me. Luciano Bérgamo

82

DEVE-SE EVITAR

Prof. Me. Luciano Bérgamo

83

DEVE-SE EVITAR

Copiar Modelos com fontes muito conhecidas

Cássio saColas



WWW.ULTRACOLORPRINTS.COM

Prof. Me. Luciano Bérغامo

84

DEVE-SE EVITAR

- Seguir modelos por experiências próprias, imaginando que o público alvo vai gostar.
- Corre o risco de o público não se identificar com a proposta, mesmo que tenha um ótimo trabalho de Design.

GOD OF WORSHIP
GOSPEL CHURCH

Prof. Me. Luciano Bérغامo

85

DEVE-SE EVITAR

Choque
cultural e
tecnológico



Prof. Me. Luciano Bérnago

86

DEVE-SE EVITAR

Se inspirar
em uma
fusão de
marcas



Prof. Me. Luciano Bérnago

87

DEVE-SE EVITAR

O grande problema de marca da Aol. não é a tipografia, mas sim a tentativa de aplicar o logo sobreposto em imagens sem contraste de cores.



<https://www.vrsys.com.br/blog/6-acertos-e-erros-em-redesigns-de-logotipos-famosos>

Prof. Me. Luciano Bérnago

88

DEVE-SE EVITAR

Aplicar cores claras em fundos claros, cores que não combinam e tons escuros em fundos escuros



Prof. Me. Luciano Bérnago

89

DEVE-SE EVITAR

Textos contrastando com cores que não combinam

Isto é
um teste

Isto é
um teste

Teste
Teste

Prof. Me. Luciano Bérnago

90

DEVE-SE EVITAR

Texto “bengala”
em apresentações

“As pessoas pensam nos slides
como uma ‘bengala’ para elas se
lembrarem do que precisam
dizer”
... Este é um erro mortal!

4 MOTIVOS PARA SER UM JOVEM EMPREENDEDOR

O Brasil já conta com mais de 51 milhões de empreendedores registrados no Microempreendedor Individual (MEI) e este número não para de crescer, especialmente entre os jovens. De acordo com um levantamento do Sebrae 22,2% dos empreendedores possuem entre 18 e 24 anos - em 2017 este número era de 18,9%.

Mesmo assim, o receio de arriscar-se no mundo do próprio negócio ainda existe e, por isso, há quem esteja protelando a decisão. Listamos 4 motivos para você empreender:

- Conquistar independência financeira
- Ter flexibilidade de horários
- Ser o seu próprio chefe
- Autonomia na própria carreira

Prof. Me. Luciano Bérnago

91

DEVE-SE EVITAR

Não fique mudando DE FONTE

Prof. Me. Luciano Bérgamo

92

DEVE-SE EVITAR

Cuidado com Fontes em figuras com baixa resolução

DESIGN

93

DEVE-SE EVITAR

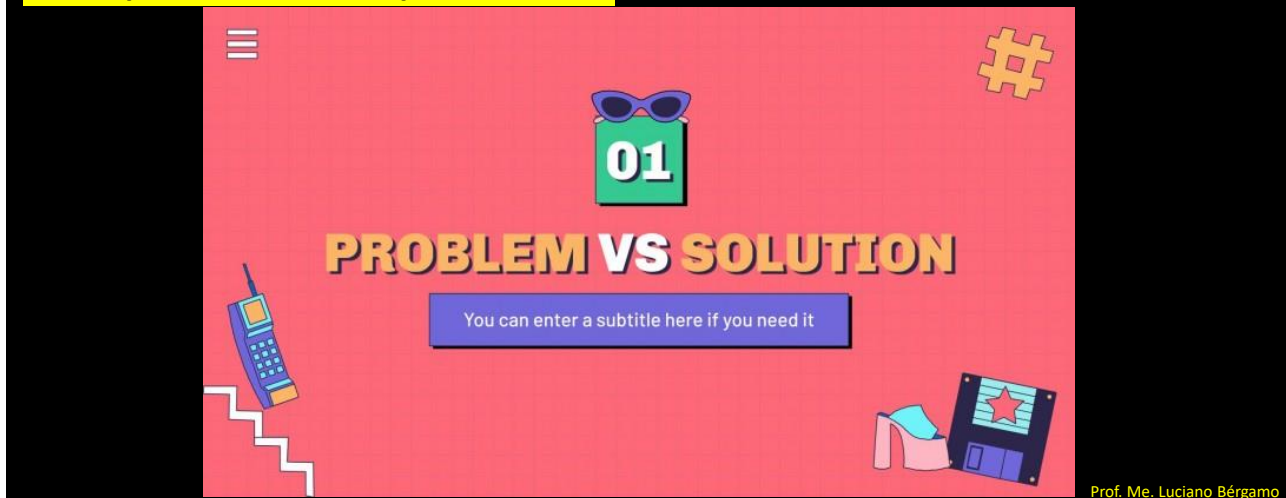
Layouts Ultrapassados



94

DEVE-SE EVITAR

Templates Ultrapassados



Prof. Me. Luciano Bérnago

95

Atividades



Práticas com Krita,
aplicando cores,
Hierarquia, Tipografia
e Contraste

Prof. Me. Luciano Bérgamo