

# CURSO DE ENGENHARIA DE SOFTWARE

Disciplina: **Design de Interface e Experiência de Usuário**

## PSICOLOGIA DAS CORES

### OBJETIVOS:

Conhecer os principais conceitos;  
Exercitar o conhecimento adquirido com o conteúdo exposto.

# CURSO DE ENGENHARIA DE SOFTWARE

**Disciplina:** Design de Interface e Experiência de Usuário

Fundamentos do Design, Criatividade e Inovação

## REFERÊNCIAS:

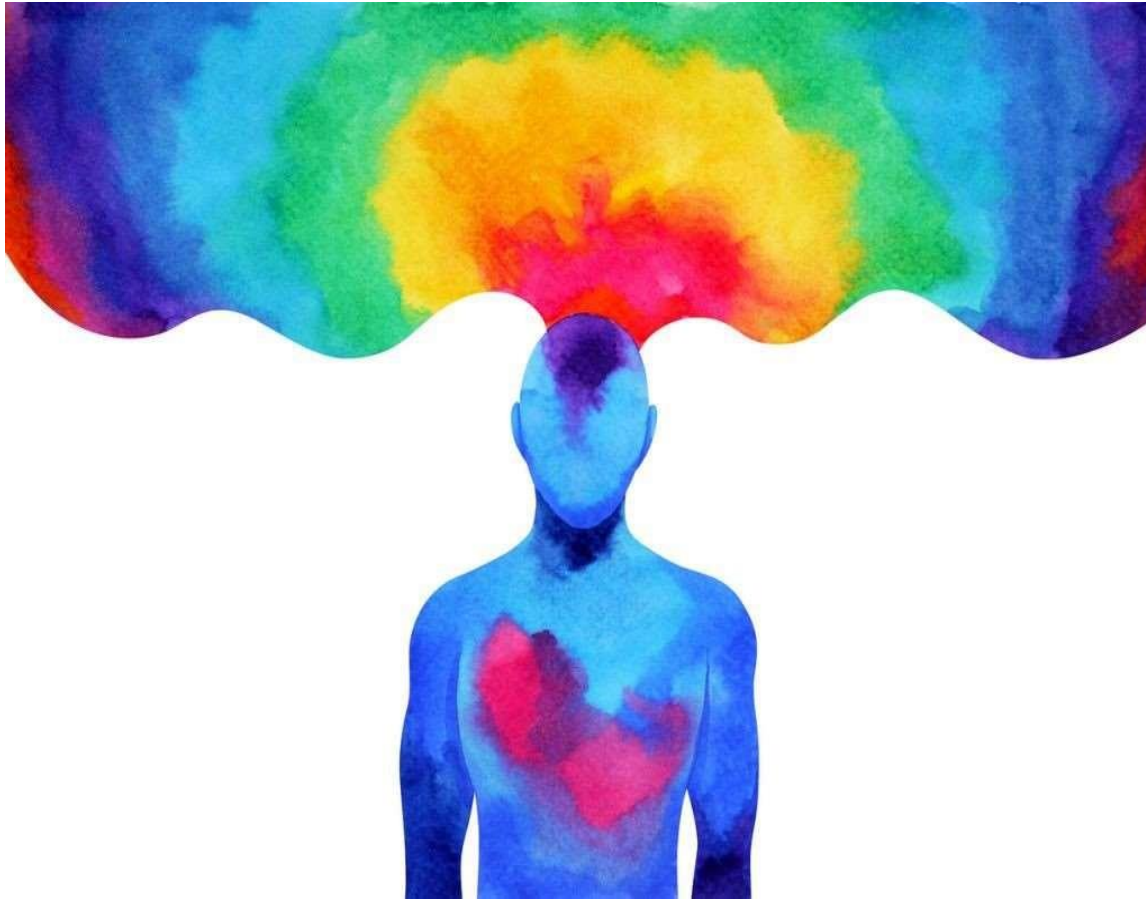
ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. Design de interação: além da interação humano-computador. 3. ed. Porto Alegre, RS, Brasil: Bookman, 2013. 585 p.

CYBIS, W. O. Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações. 3ª ed. São Paulo: Novatec, 2015.

TEIXEIRA, Fabricio. Introdução e Boas Práticas de UX Design. 1. ed. Casa do código, 2014. 217 p.



# PSICOLOGIA DAS CORES



Somos seres sensoriais. Nosso cérebro reage a diversos estímulos de maneira imediata, como sons, cheiros e gostos.

A psicologia das cores é a ciência que estuda os comportamentos despertados pela utilização de determinadas cores, sejam emoções, sensações ou percepções humanas.



**A COR É UMA  
LINGUAGEM.**



**Por que as cores influenciam  
no trabalho de um UX  
Designer?**

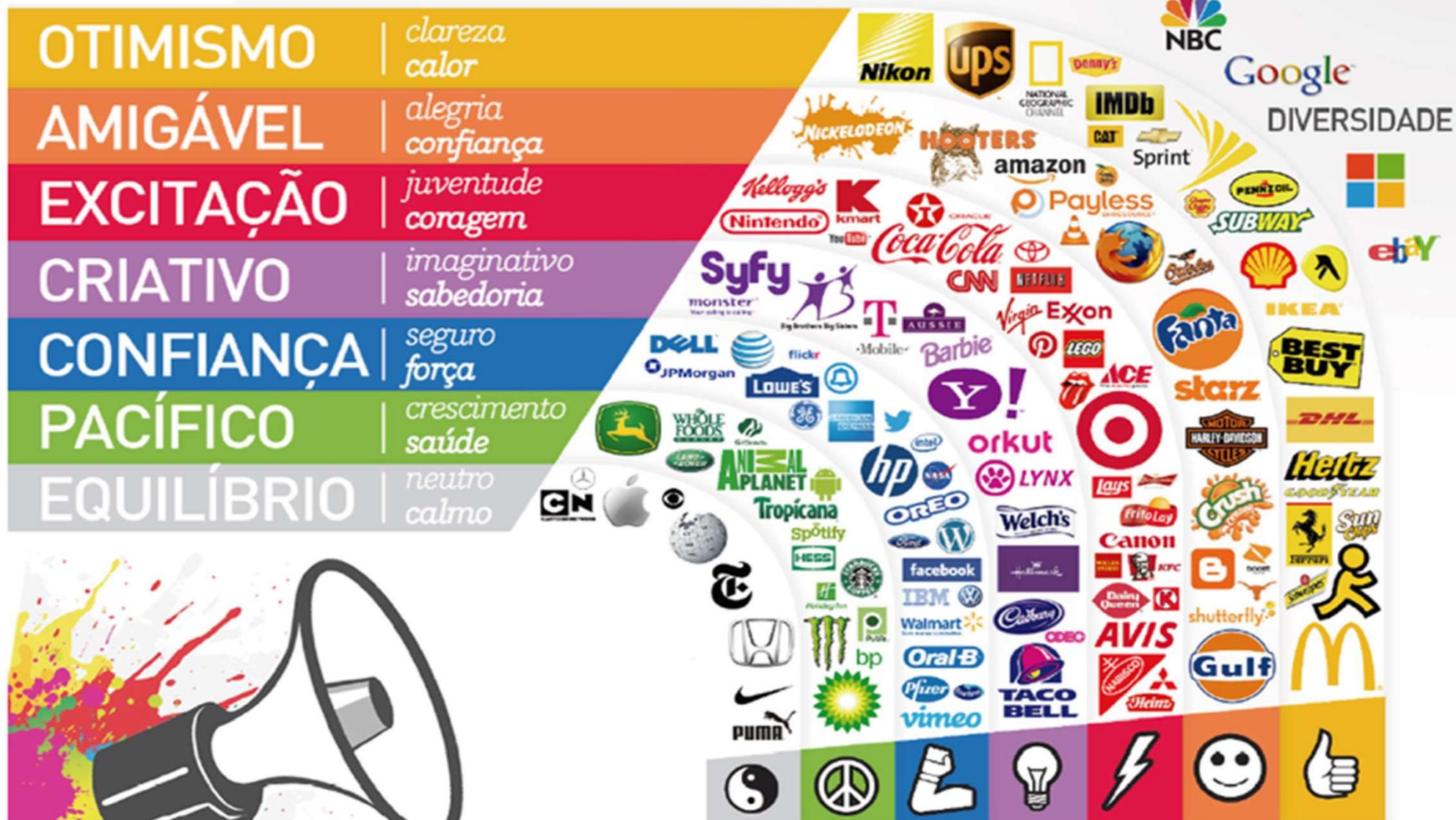
Efeitos psicológicos da cor;  
Efeitos fisiológicos da cor;  
Efeitos emocionais da cor.





**“Tudo depende do contexto cultural em que o grupo de usuários está inserido. Um claro exemplo disso são as cores preto e branco.”**

A reação que uma cor nos traz depende da cultura em que fomos criados, e isso pode inclusive mudar com o tempo.



Fonte: <https://www.trend360.com.br/psicologia-das-cores/>

Associação Educativa Evangélica



## SINESTESIA DAS CORES



## PREFERÊNCIA POR FAIXA ETÁRIA

Estudo do psicólogo J. BAMZ, 1976

## CORES E SABORES



### Amargo

O sabor amargo está associado às cores escuras e frias, como o verde, marro e azul.



### Doce

O sabor doce está associado às cores quentes e vibrantes, como o vermelho, laranja e rosa.



### Salgado

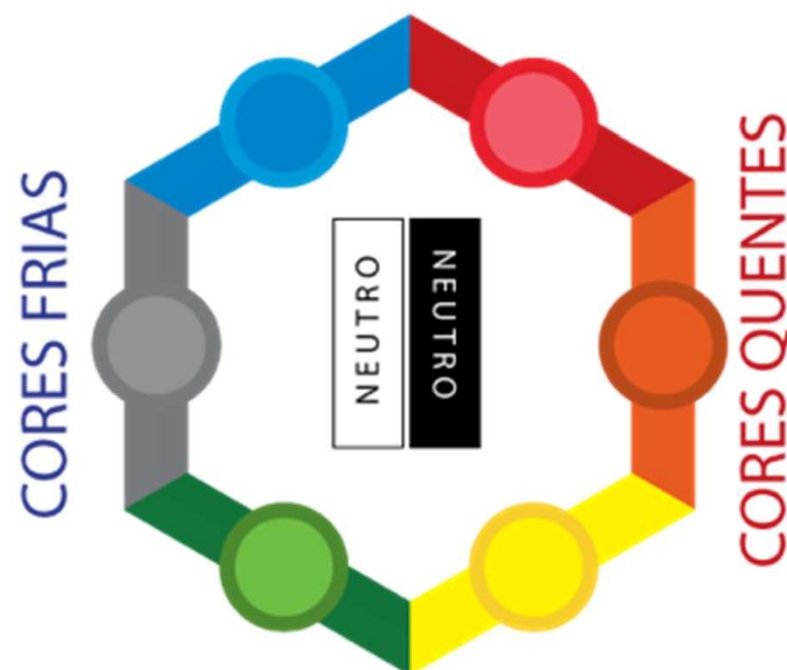
O sabor salgado está associado às cores frias e claras, como o azul claro e cinza.



### Ácido

A acidez está associada aos tons amarelos e esverdeados mais claros.

## TEMPERATURA



Estudo de Jean-Paul Favre e Andre November, 1979



# HARMONIA DAS CORES



# CÍRCULO CROMÁTICO





**Color Wheel (Roda de Cores)** é uma ferramenta simples usada para descobrir e coordenar a harmonia das cores.

Você sabia? O primeiro diagrama circular de cores foi desenhado por Sir Isaac Newton, em 1666.

*A Roda de Cores pode ser dividida em **cores frias e quentes**.  
Uma combinação excessiva dessas cores pode confundir o espectador.*

### **CORES "QUENTES"**

As cores quentes são utilizadas para refletir paixão, felicidade, entusiasmo e energia.



### **CORES "FRIAS"**

As cores frias dão a sensação de calma e profissionalismo.

### As CORES PRIMÁRIAS



No modelo de cores RYB, as cores primárias são **vermelho**, **amarelo** e **azul**. De acordo com a tradicional teoria das cores, elas não podem ser formadas misturando nenhuma outra cor.

### As CORES SECUNDÁRIAS



As cores secundárias (**verde**, **laranja** e **roxo**) são criadas pela combinação de duas cores primárias.

### As CORES TERCIÁRIAS



As cores terciárias são seis e são obtidas pela combinação de cores primárias e secundárias.

---

*Certas combinações de cores parecem muito agradáveis, enquanto outras são dolorosas aos olhos de quem vê. A razão disso é a harmonia entre elas na Roda de Cores. Essa harmonia (ou esquema de cores) consiste em duas ou mais cores com uma relação fixa nessa roda. Entre os esquemas mais comuns estão:*

COMPLEMENTARES



ANÁLOGAS



TRIÁDE



SEMI-COMPLEMENTARES



TETRAÉDRICAS



EM QUADRADO





# 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.

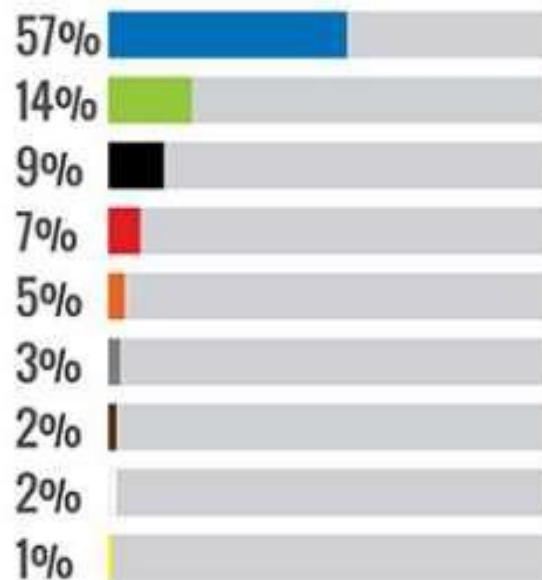
## Starbucks:



## A DIFERENÇA DE CORES PARA HOMENS E MULHERES

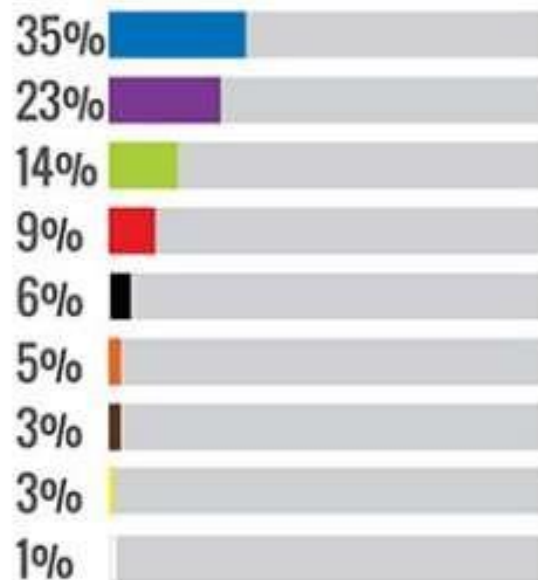
*Um estudo feito em 2003 por Joe Hallock, comparou as preferências de cores em 22 países ao redor do mundo. Veja os resultados:*

### *Cores favoritas dos Homens:*



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

### *Cores favoritas das Mulheres:*



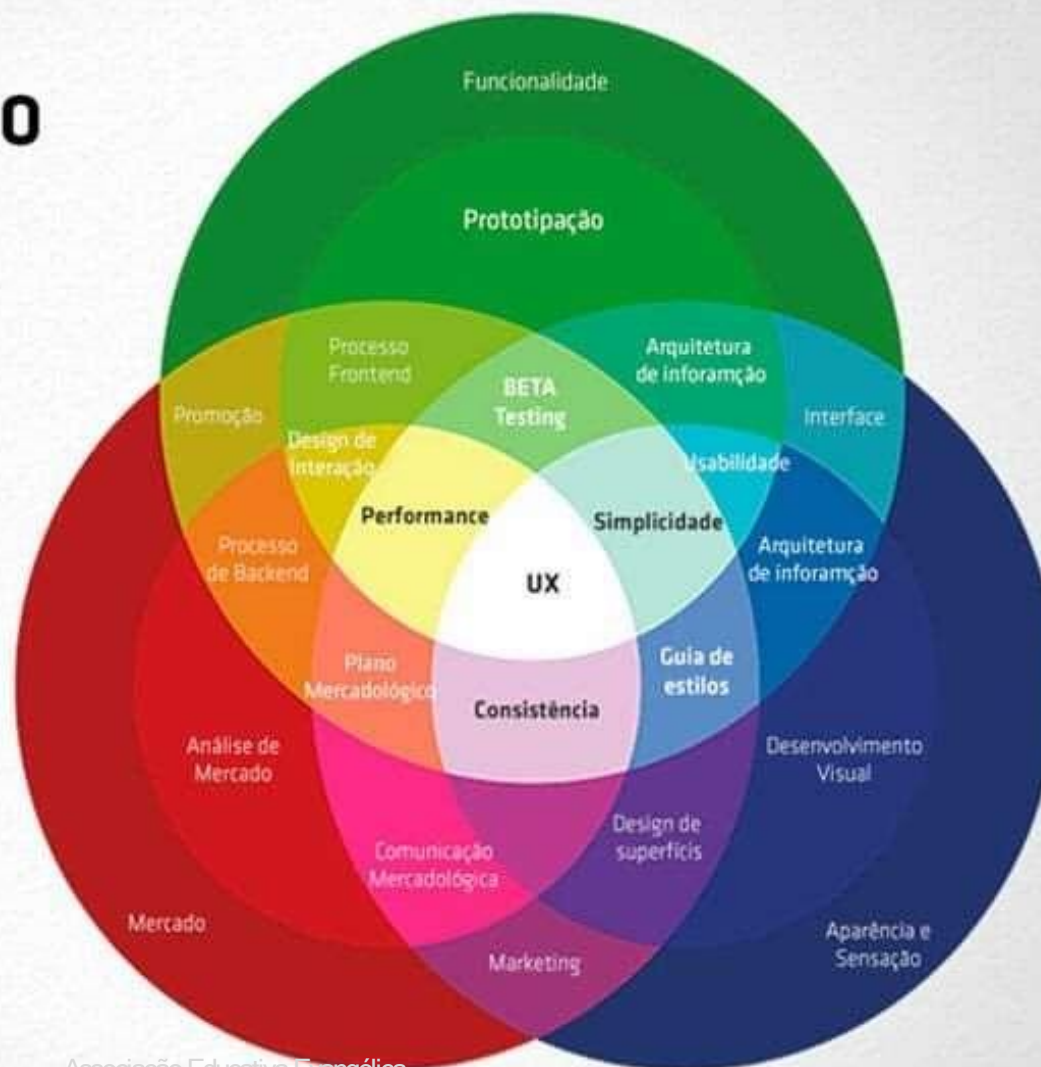
**33%** das mulheres disseram que sua cor menos favorita é **laranja**.

Associação Educativa Evangélica

Fonte: <https://viverdeblog.com/psicologia-das-cores/>

# ÁREAS DE TRABALHO DO UX DESIGN

Várias áreas são utilizadas pelo UX designer para obter um resultado final positivo na experiência do usuário.

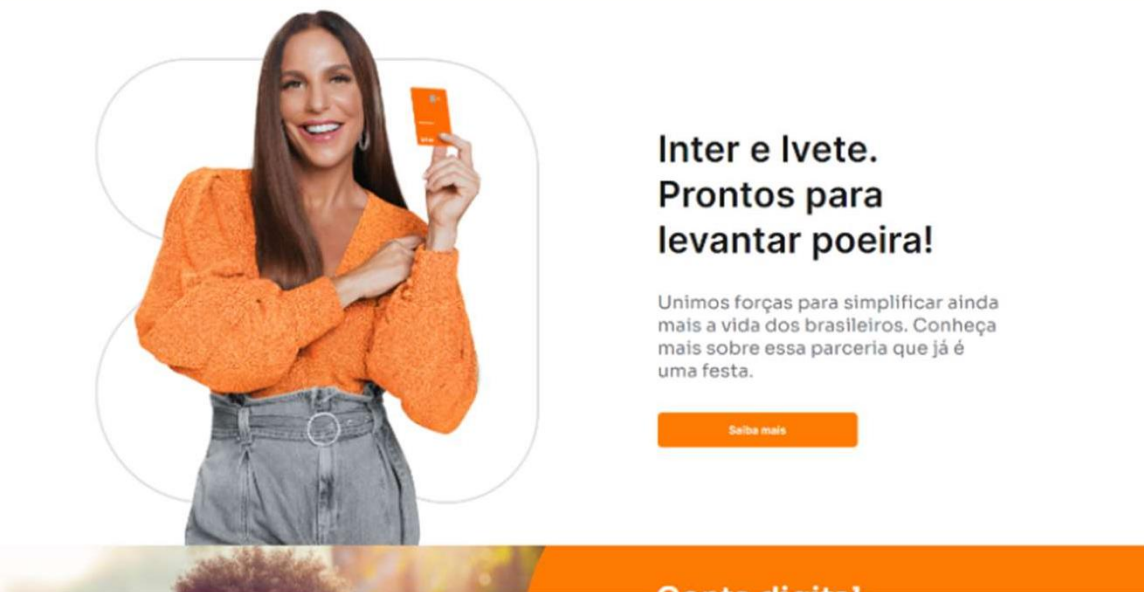
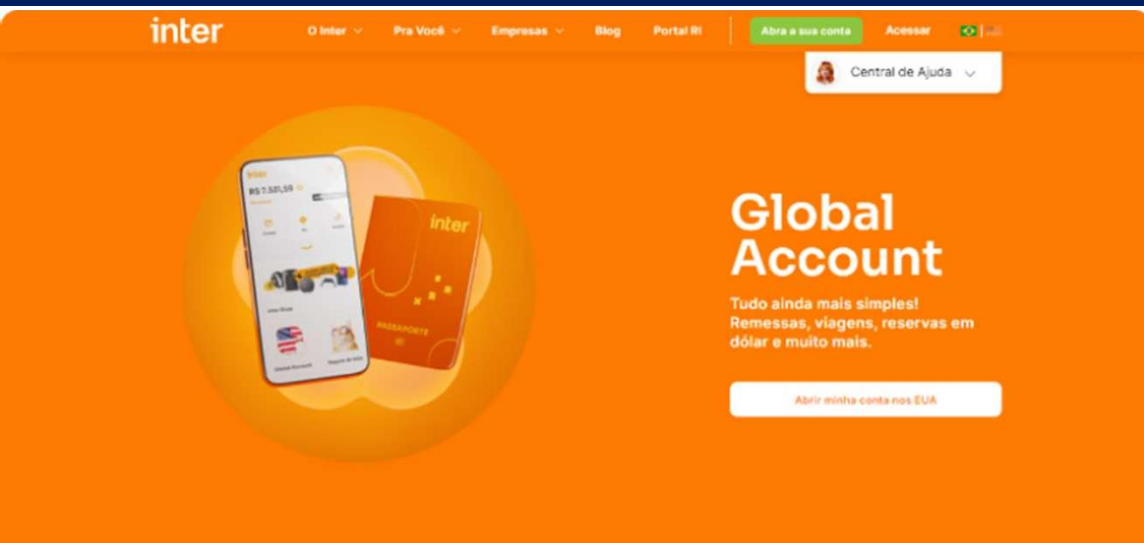






Fonte: <https://www.alura.com.br/artigos/regra-60-30-10-ui-design#:~:text=60%25%20%C3%A9%20a%20cor%20dominante,como%20bot%C3%B5es%2C%20links%20e%20%C3%ADcones>.

# Regra 60-30-10 em UI Design



Fonte: <https://www.alura.com.br/artigos/regra-60-30-10-ui-design#:~:text=60%25%20%C3%A9%20a%20cor%20dominante,como%20bot%C3%B5es%2C%20links%20e%20%C3%ADcones.>

Imagine que você está na etapa de wireframing (Próximo Conteúdo), construindo rascunhos em baixa ou média fidelidade, sem qualquer cor identidade aplicada nas suas construções.

É nesse momento que você irá utilizar o 60-30-10 para balancear perfeitamente e trazer harmonia às páginas.



Fonte: [https://www.alura.com.br/artigos/regra-60-30-10-ui-](https://www.alura.com.br/artigos/regra-60-30-10-ui-design#:~:text=60%25%20%C3%A9%20a%20cor%20dominante,como%20bot%C3%B5es%2C%20links%20e%20%C3%ADcones.)

[design#:~:text=60%25%20%C3%A9%20a%20cor%20dominante,como%20bot%C3%B5es%2C%20links%20e%20%C3%ADcones.](https://www.alura.com.br/artigos/regra-60-30-10-ui-design#:~:text=60%25%20%C3%A9%20a%20cor%20dominante,como%20bot%C3%B5es%2C%20links%20e%20%C3%ADcones.)

# CURSO DE ENGENHARIA DE SOFTWARE

Disciplina: Design de Interface e Experiência de Usuário

## PSICOLOGIA DAS CORES

### OBJETIVOS:

Conhecer os principais conceitos;

Exercitar o conhecimento adquirido com o conteúdo exposto.



Por hoje é só..



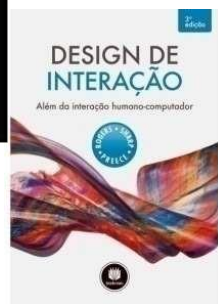
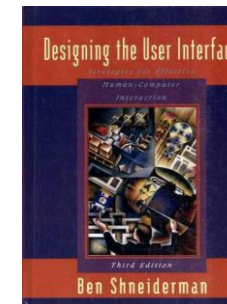
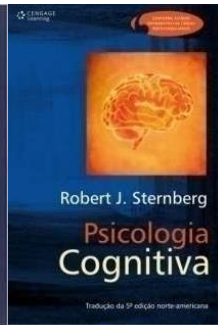
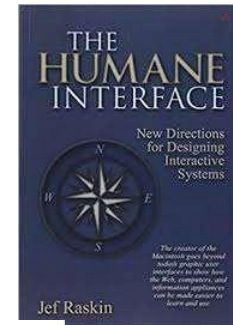
# Referências

## Básica:

- ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. Design de interação: além da interação humano-computador. 3. ed. Porto Alegre, RS, Brasil: Bookman, 2013. 585 p.
- CYBIS, W. O. Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações. 3ª ed. São Paulo: Novatec, 2015.
- TEIXEIRA, Fabricio. Introdução e Boas Práticas de UX Design. 1. ed. Casa do código, 2014. 217 p.

## Complementar:

- BENYON, David. Interação Humano-computador - 2ª Ed. Pearson 2011.
- NIELSEN, Jakob; BUDIU, Raluca. Usabilidade Móvel. 1. ed. Elsevier, 2014. 224 p.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Normas da série 9241.**
- KRUG, Steve. Não me faça pensar: atualizado: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web e mobile. Rio de Janeiro, RJ, Brasil: Alta Books, 2014. 212 p.
- FERREIRA, Simone Bacellar Leal. e-Usabilidade. Rio de Janeiro: LTC, 2008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-1960-4>.
- VIANNA ET AL. Design thinking. Disponível em: <http://livrodesignthinking.com.br/>; Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.



**UniEVANGÉLICA**  
UNIVERSIDADE EVANGÉLICA DE GOIÁS