

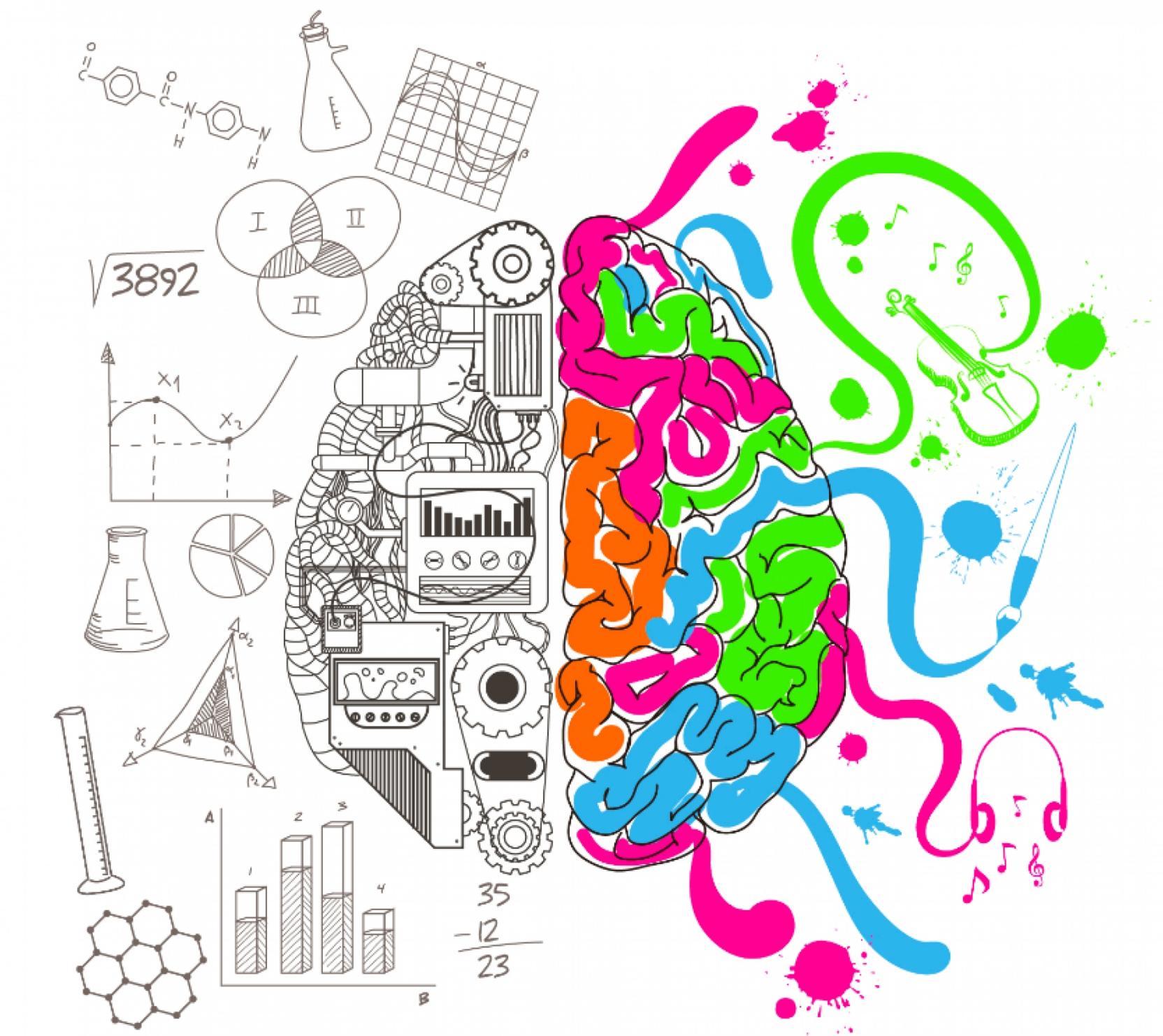
# *UI DESIGN* 2.0

L U C A S M A R T E

**Psicologia das cores**

## Por que é tão importante no UI Design?

As cores influenciam as nossas emoções e comportamento e o estudo da Psicologia das cores estuda exatamente isso.





## Como Isaac Newton mudou o mundo enquanto estava em quarentena

Quando a Grande Praga de Londres devastou a cidade britânica a partir de 1665, Issac Newton era um estudante do Trinity College, Cambridge, um jovem de 23 anos.

Ele conduziu um experimento no qual perfurou um pequeno orifício na janela do quarto, interceptou o feixe de luz que se seguiu com um prisma e, em seguida, colocou um segundo prisma no caminho daqueles raios refratados.

## **Porém, só foi em 1810 que o poeta Goethe, publicou o livro “Teoria das Cores”**

no qual confrontou as ideias de Newton sobre luz e cor. Goethe defendia que as sensações que as cores despertam em nós surgem na nossa mente e que são lapidadas pela nossa percepção, ou seja, pela visão e como o nosso cérebro as processam. Ou seja, são mais do que apenas um fenômeno físico.





**Eva Heller**

## **200 anos depois, Eva Heller**

Psicóloga, socióloga e professora, publicou um livro chamado "A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão". A obra foi fruto de anos de pesquisa e de um estudo com 2 mil pessoas de ambos os sexos, com idades entre 14 e 97 anos, englobando diversos outros fatores, como diferenças sociais, culturais e financeiras. Os resultados da pesquisa mostraram que as relações das cores com os sentimentos não dão "match" e que isso é resultado de experiências fixadas na nossa linguagem e na nossa mente.

Dessa forma, as cores transmitem sentimentos às pessoas que podem afetar suas decisões, opiniões e outros fatores importantes e isso faz toda a diferença na hora de criar a interface.

## Por que usar a Psicologia das Cores?

O efeito da Psicologia das cores nos projetos de criação de interfaces é de muita relevância, pois o visual da sua aplicação é o primeiro contato que o usuário tem com a sua plataforma ou produto e é a partir daí que ele se identifica ou não com a sua marca. A escolha correta das cores garante a mensagem que a sua brand quer passar seja expressada, despertando os tipos de comportamentos e sentimentos desejados.

**92,6% dos entrevistados**

disseram que colocam mais importância em fatores visuais quando adquirem um produto

Fonte: Secretariat of the Seoul International Color Expo 2004

**84,7% dos consumidores**

Acham que a cor é fundamental para a escolha de um produto

Fonte: Secretariat of the Seoul International Color Expo 2004

Pessoas tendem a fazer um julgamento subconsciente sobre um produto dentro de **90 segundos da visualização**

**inicial e que entre 62% e 90%** dessa avaliação é baseada apenas na cor

Fonte: CCICOLOR – Institute for Color Research

A cor aumenta o **reconhecimento da marca** em até 80%

Fonte: University of Loyola, Maryland study



## Use a regra 60–30–10

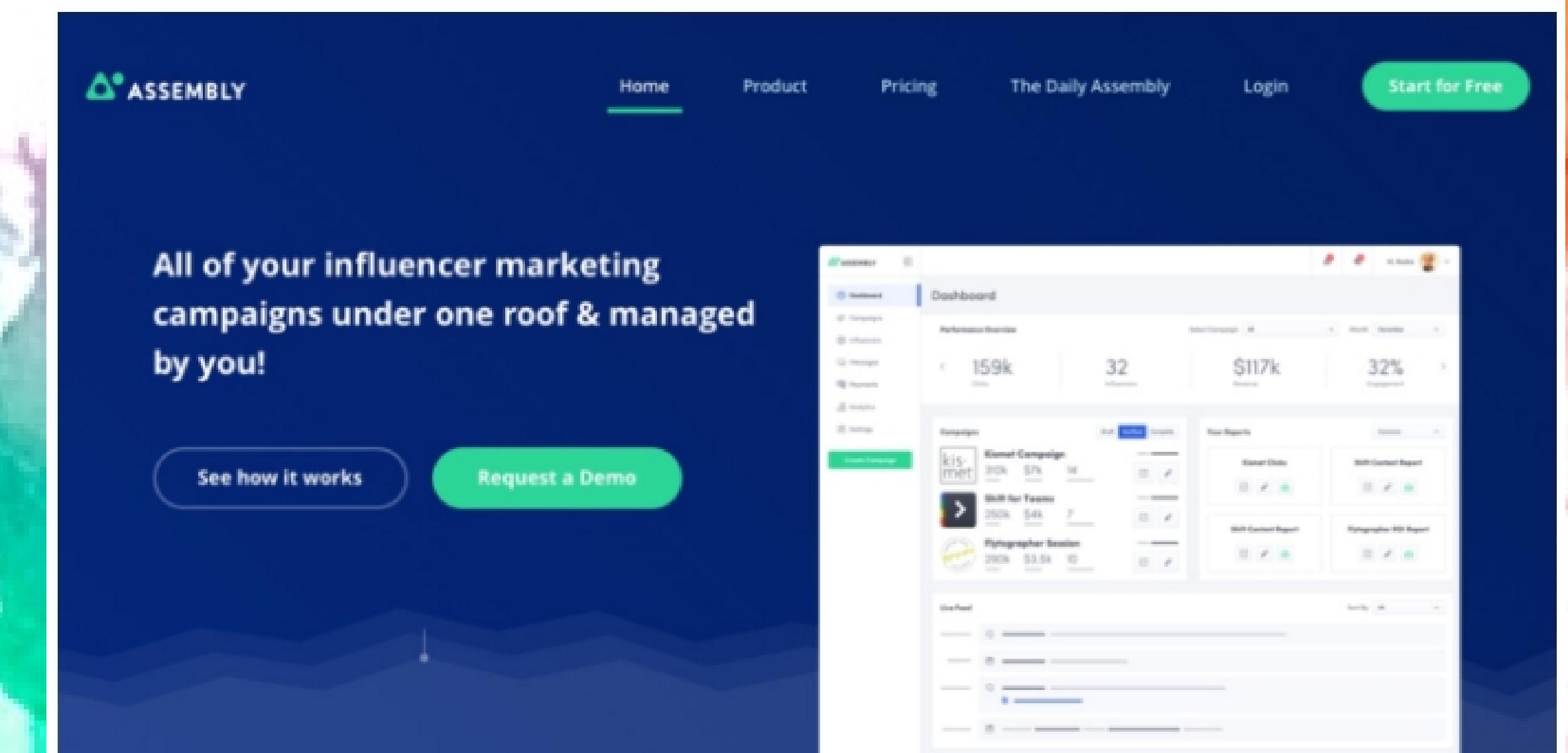
Essa é uma regra da arquitetura e da área do design de interiores, mas ela também pode ajudar você a unir cores de uma forma mais fácil e coesa em outros ramos, como nas interfaces, por exemplo. Antes de iniciar o projeto, selecione 3 cores principais. Meu conselho é que você leve em considerações as cores relacionadas à marca e sua comunicação de uma forma geral. A partir dessa definição, divida as três cores selecionadas dentro da regra 60–30–10, onde 60% é a tonalidade dominante, 30% é a cor secundária e 10% é para a cor de destaque.

## No caso das interfaces

A cor que escolhermos como a principal da interface deve ser usada em 60% do espaço do layout. A utilização massiva dessa cor cria um tom unificador em todo o projeto.

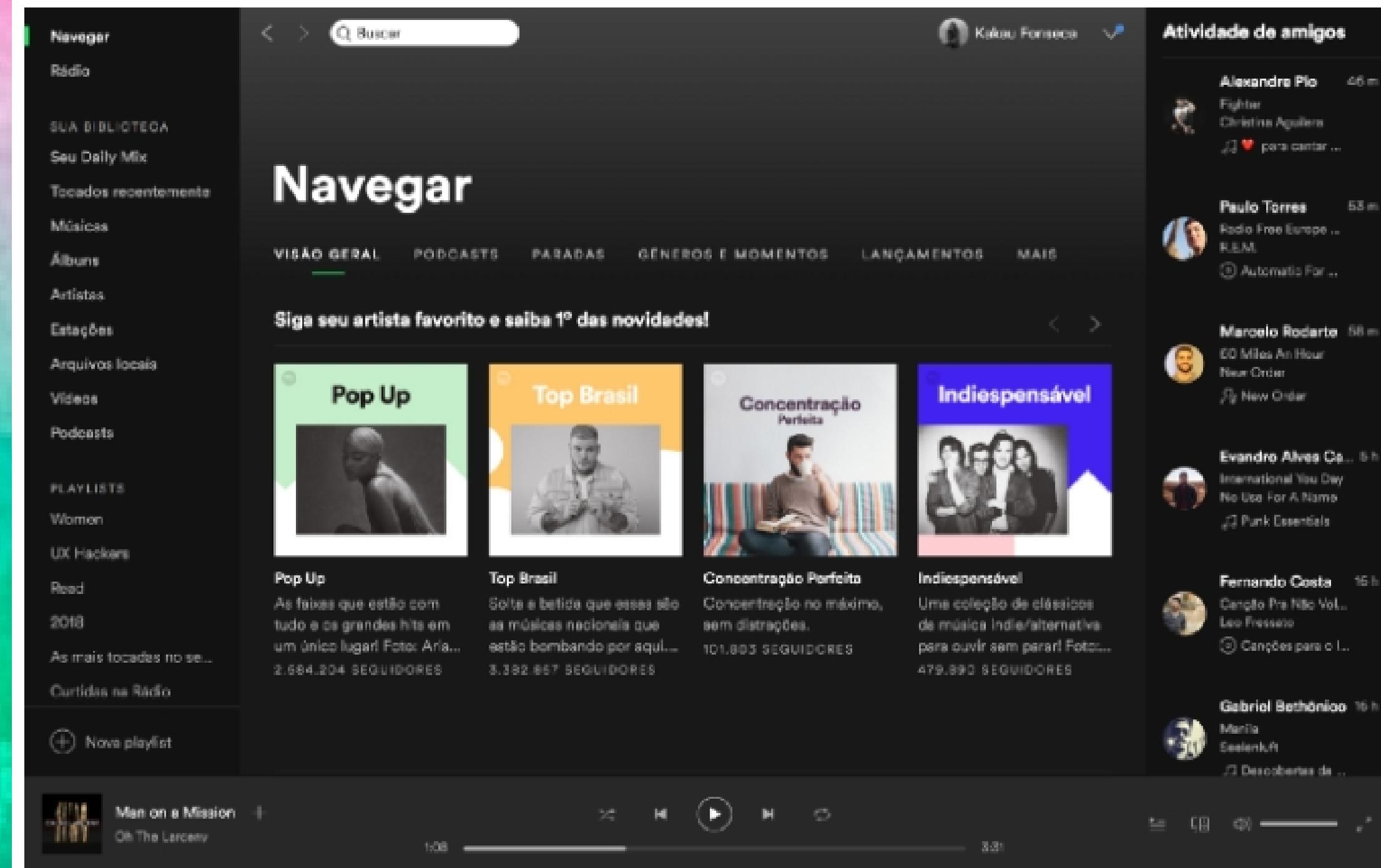
A cor secundária — os 30% — deve ser utilizada como cor complementar à cor principal e tem o papel de criar contraste na interface.

Já os 10% restantes devem ser destinados à cor de destaque. Isto é, toda informação que merece um apelo maior, como botões, grandes chamadas e títulos devem conter esse pigmento. Afinal, é justamente a pouca presença dessa cor que gera o realce, dando visibilidade e relevância a informações importantes.



Create. Manage. Execute. Analyze.  
One platform built to help you #InfluenceResults, every time.

Fonte: Lapa.Ninja



## Evite usar o 100% Black

Um dos truques mais importantes é sempre evitar o uso de black 100% nos projetos de interface.

A verdade é que o black 100% é uma cor opressora.

Quando você coloca o preto puro ao lado de um conjunto de cores escolhidasmeticulosamente, inevitavelmente ele dominará todo o resto.

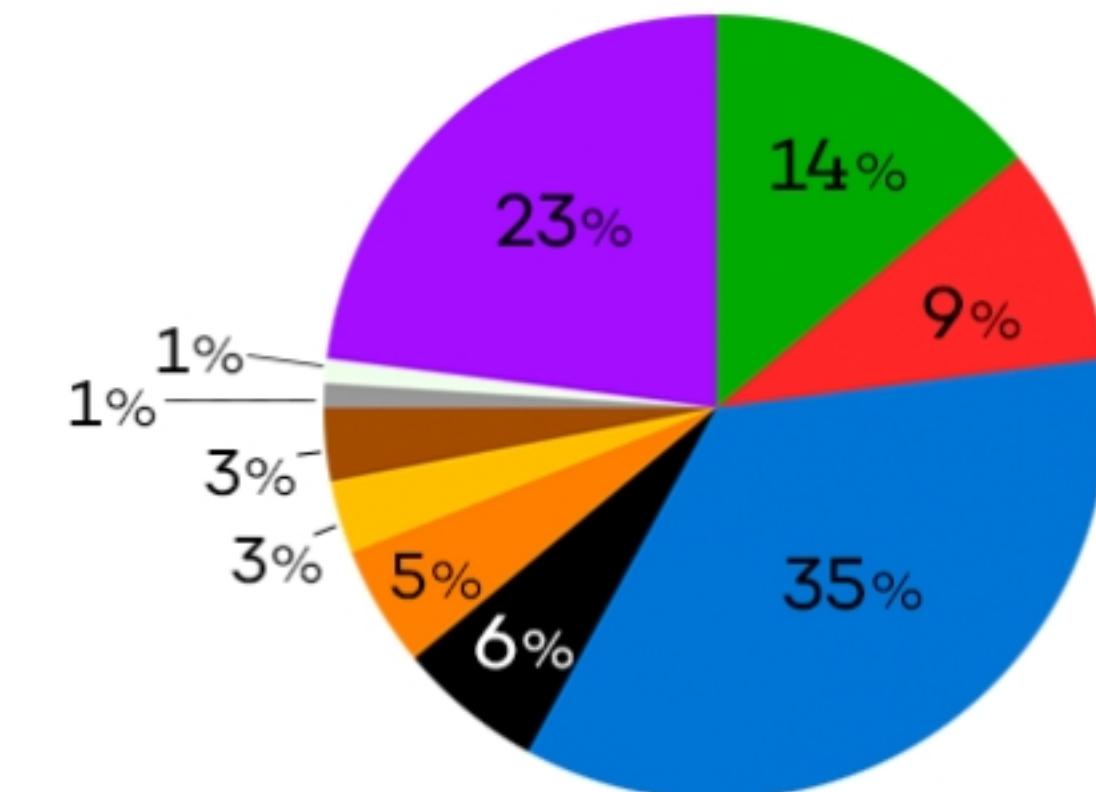
Por não ser uma cor natural, o preto acaba se destacando mais do que deveria. Todos os objetos “pretos” do dia a dia em torno de você têm uma certa quantidade de luz refletida, o que significa que eles não são necessariamente pretos: eles são cinza escuro ou alguma cor próxima, bem saturada.

Muitos dos aplicativos que usamos diariamente têm a cor preta, mas que no fundo não usam o 100% black, mas sim cinzas escuros.

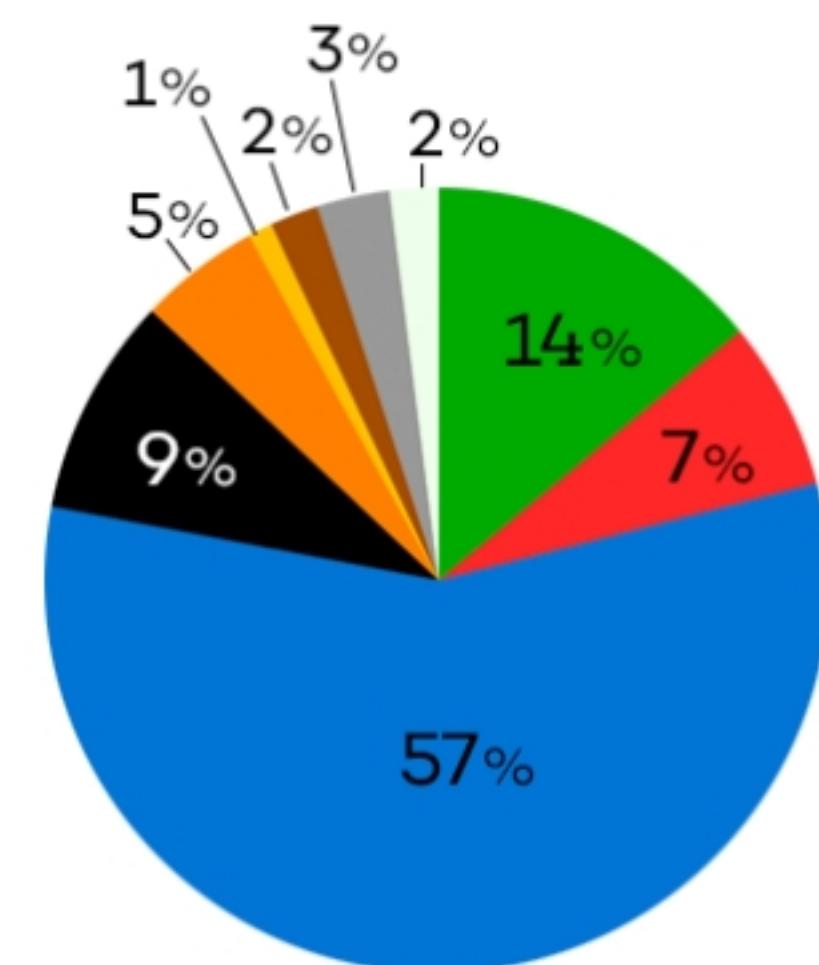
## Preferência de cor e os gêneros

O azul possui grande preferência entre homens e mulheres. As mulheres colocam a cor roxa em segundo lugar, mas essa cor sequer aparece para os homens.

Mulheres



Homens



## **Brinde especial na área de recursos**

Obras e o que é matéria das cores

**brasileira sobre cores**

Eva Heller

Eva Heller