



AULA 1

# BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

MÓDULO 9

# AGENDA

- ◆ **cores no design de marcas**

- códigos cromáticos
- harmonizações

- ◆ **como escolher a melhor cor?**

- ◆ como montar uma paleta de cores

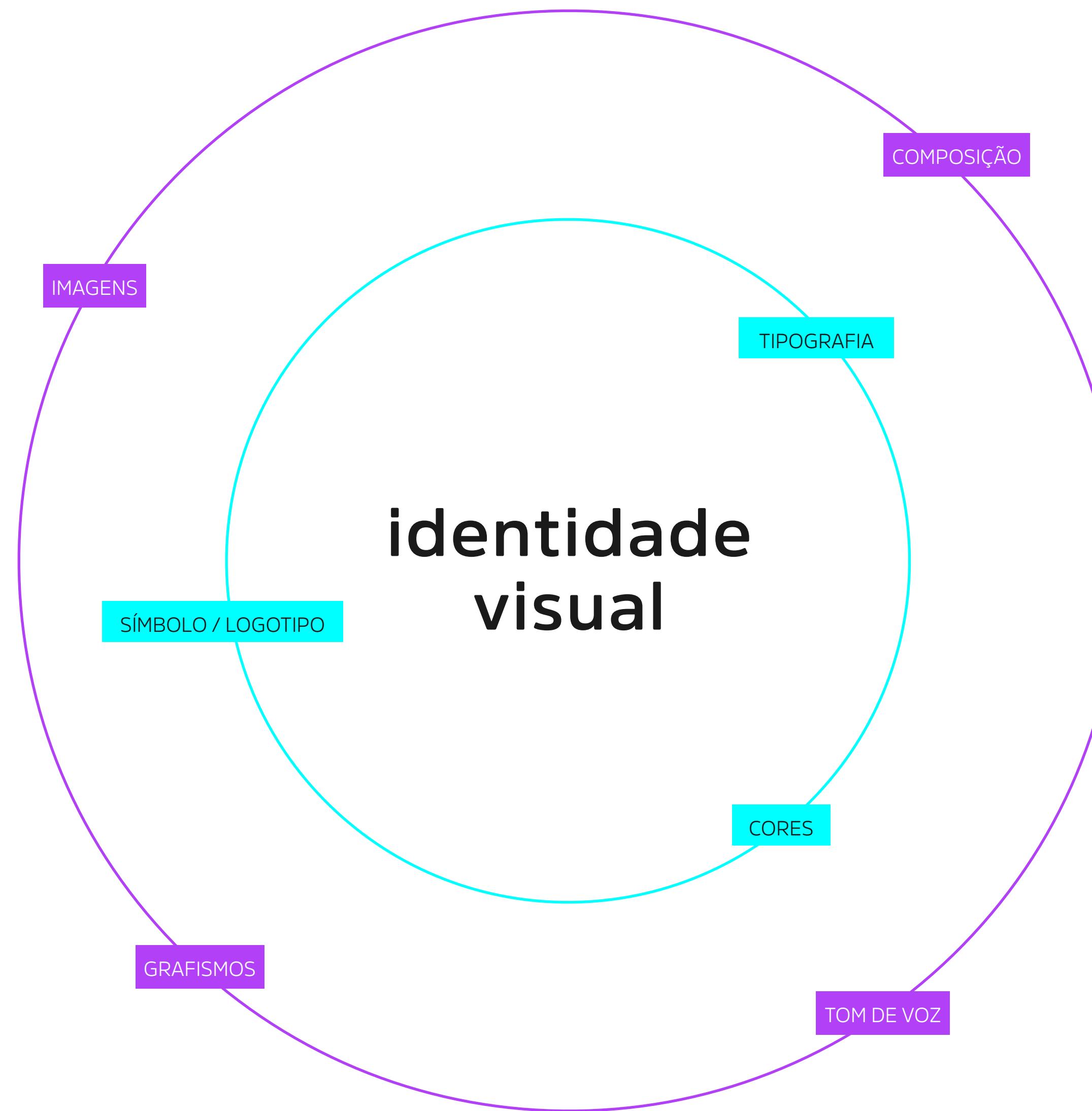
# **cores no design de marcas**



<https://www.behance.net/gallery/127281355/Julia>

A cor é uma das formas de comunicação mais primitivas e instintivas que possuímos. Tanto no nível consciente quanto no subconsciente, as cores transmitem significado - não apenas no mundo natural, mas também na sociedade e em nossa cultura visual.

## ELEMENTOS DA MARCA



## ELEMENTOS DA MARCA



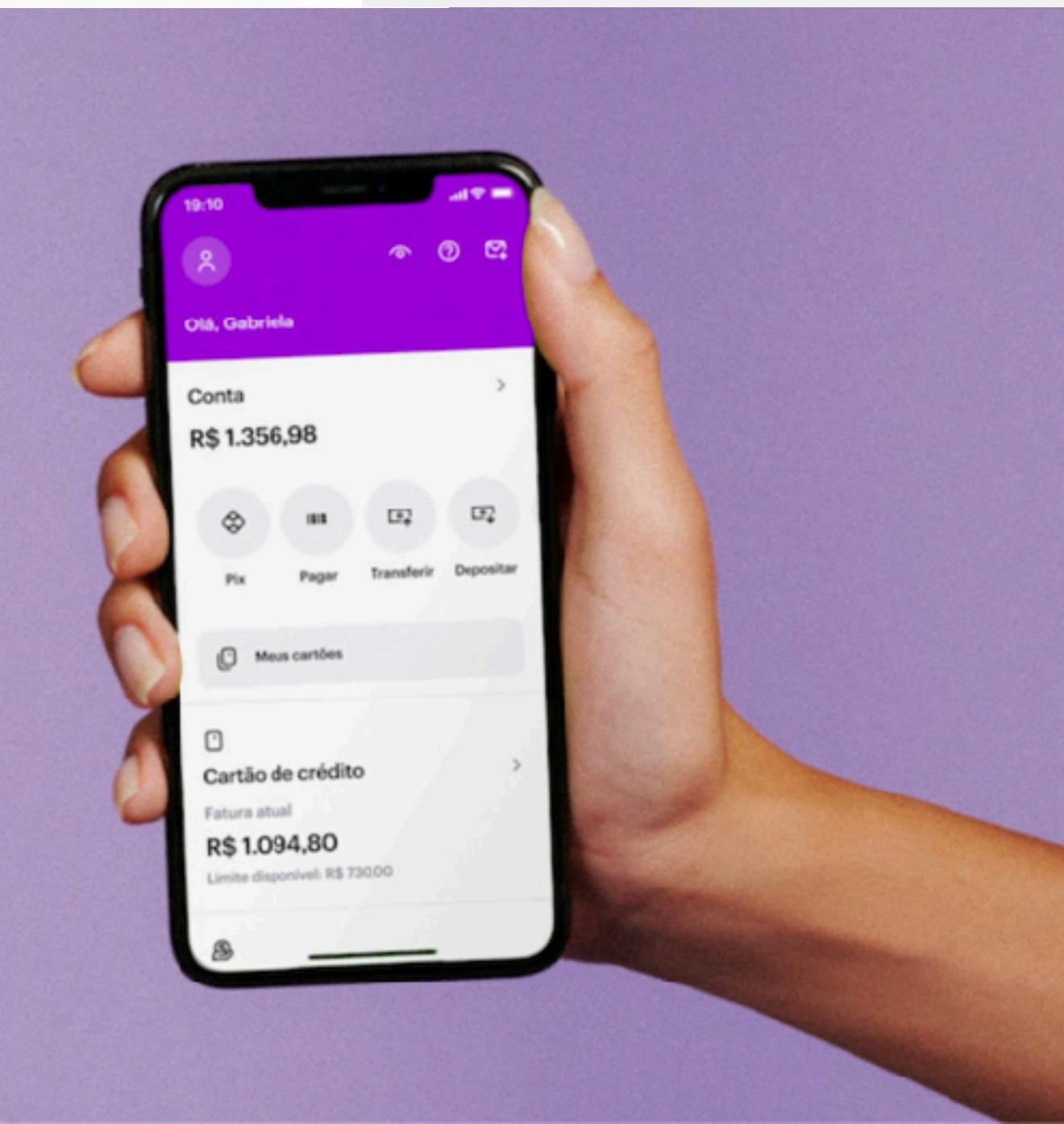
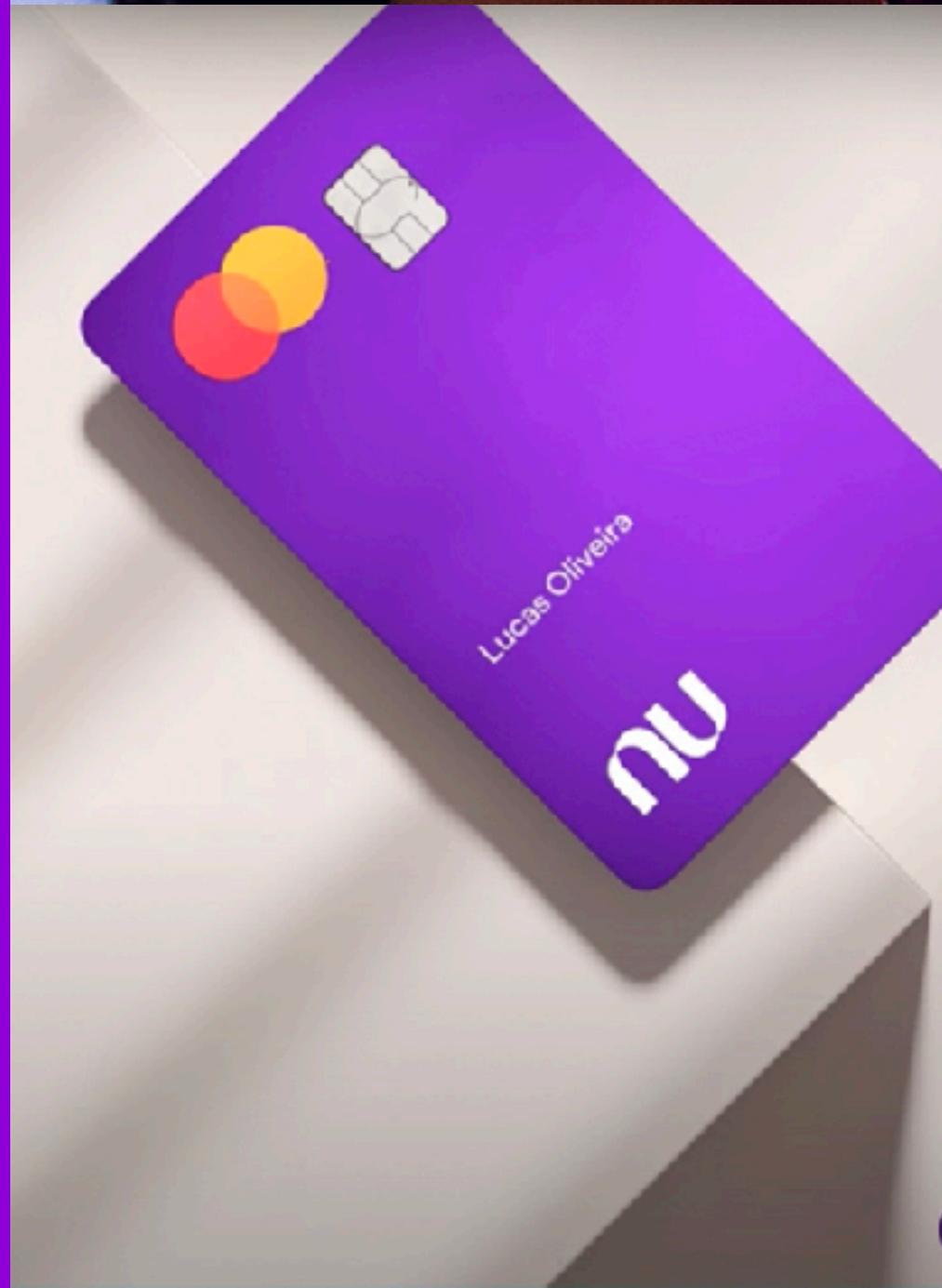
## CORES NO DESIGN DE MARCAS

Para que a cor seja um signo\* é necessário que, após ter a informação cromática, ela seja recebida pela nossa visão, conscientizada da sensação recebida e interpretada na sua materialidade.

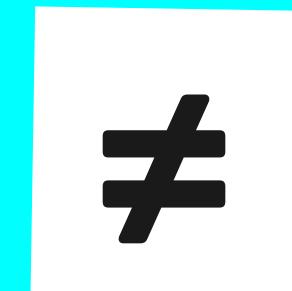
A percepção visual depende de fatores como o do aparelho óptico, do cérebro, e segundo Heller (2014, p.17), terá uma linguagem diferente de acordo suas vivências desde a infância, podendo ter significados positivos ou negativos.

O signo, segundo Peirce, é tudo o que se relaciona a uma segunda coisa, seu objeto, com uma qualidade, trazendo assim uma terceira coisa, seu interpretante, para uma relação com este mesmo objeto. (PEIRCE, 2005 p.46)

nu



**COR DE  
MARCA**



**COR DA  
MARCA**

laranja  
é a cor  
de marca



azul e amarelo  
são as cores  
da marca

# CORES NO DESIGN DE MARCAS

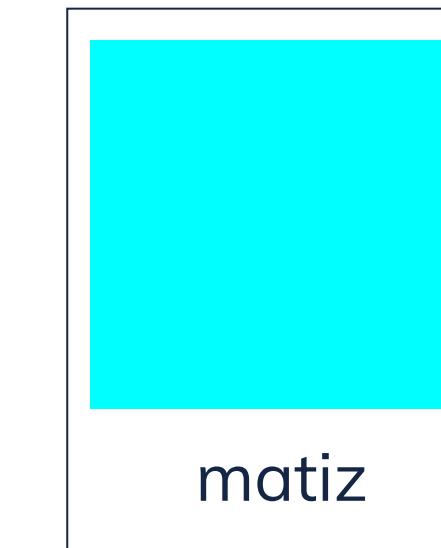


círculo cromático

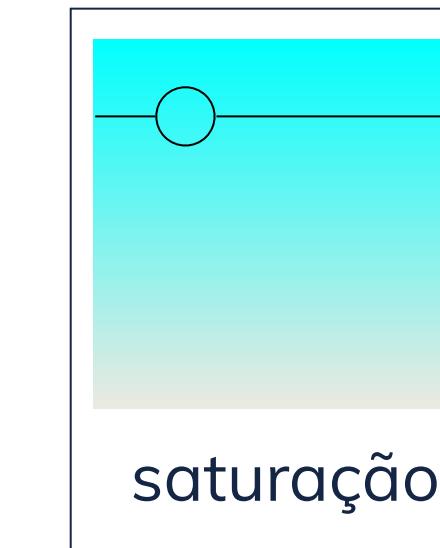
Existem **12 cores** que o olho consegue perceber e reconhecer. Na representação do círculo cromático, as cores são distribuídas perfeitamente de tal maneira que geram diversas combinações, seja de lados opostos, lado a lado, entre outros.

propriedade das cores

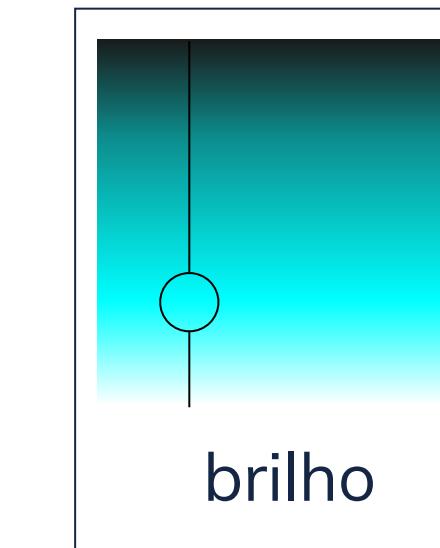
Talvez essas palavras não sejam familiares para você, mas elas são a chave para entender como as cores funcionam.



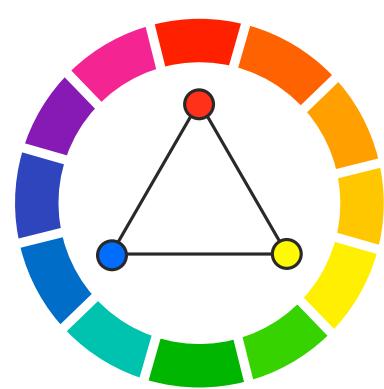
matiz



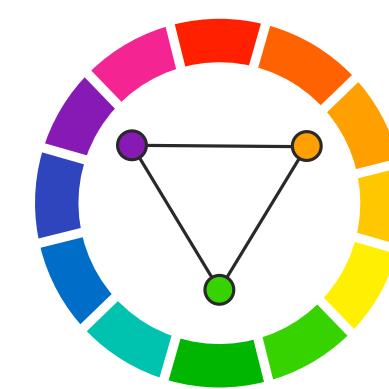
saturação



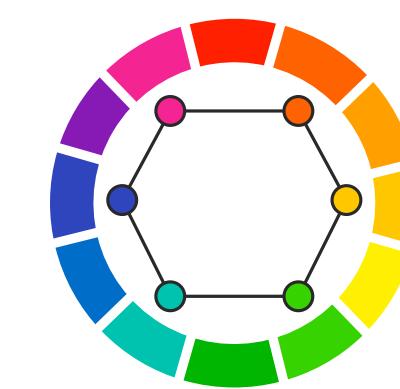
brilho



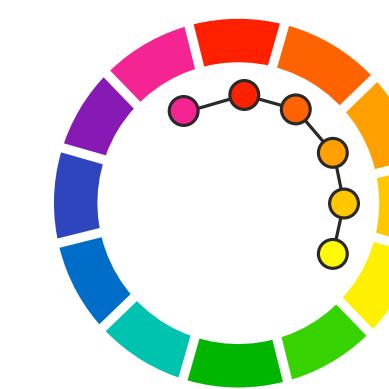
primárias



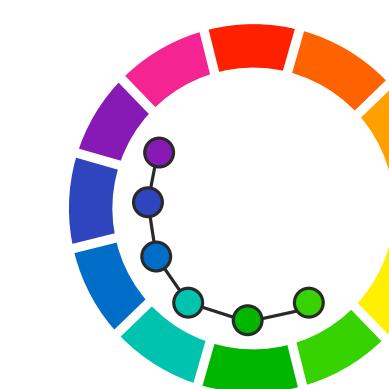
secundárias



terciárias



quentes



friases

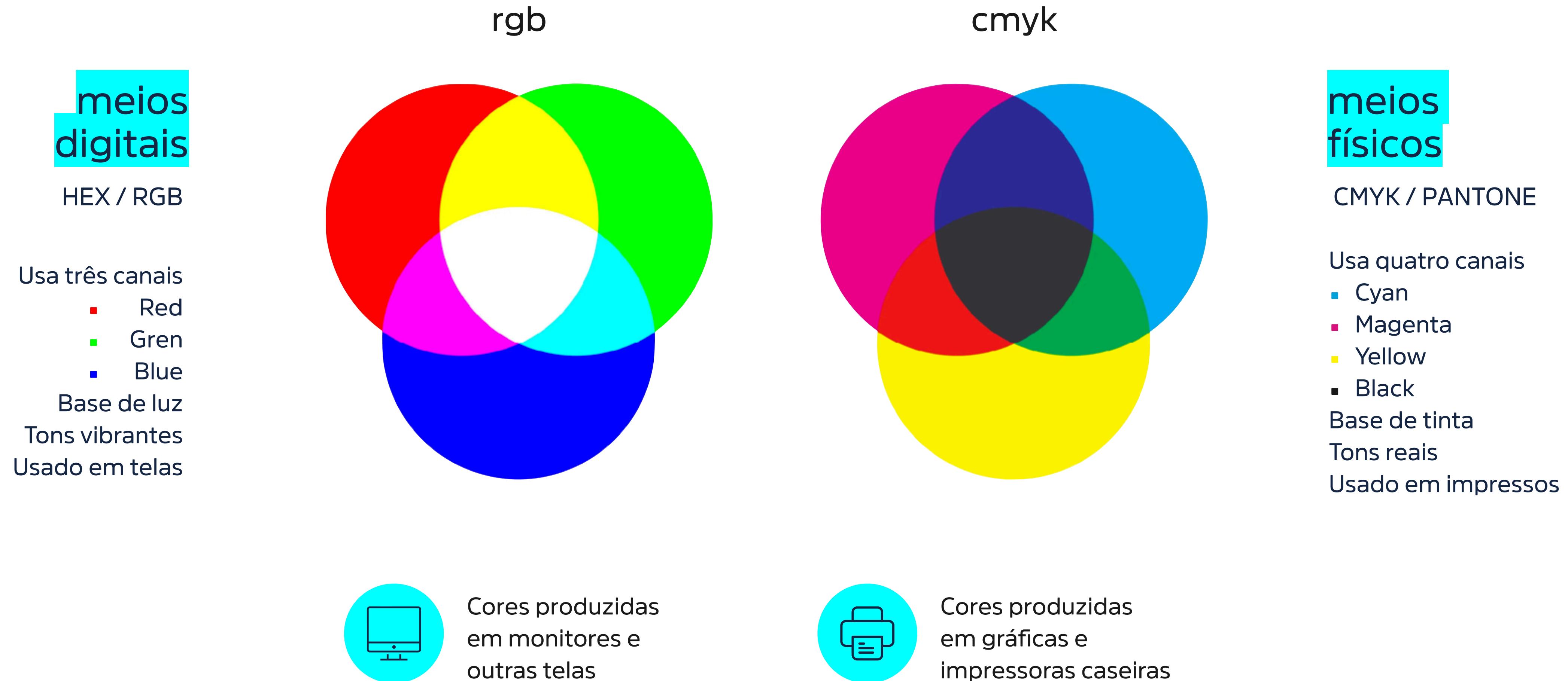


complementares

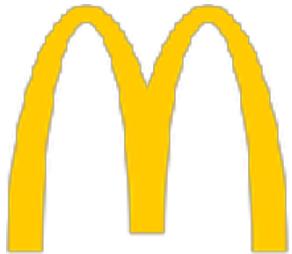


análogas

# CORES NO DESIGN DE MARCAS



# CÓDIGOS CROMÁTICOS



amarelo

laranja

vermelho

verde

azul

roxo

preto e branco

otimismo

prazer

paixão

crescimento

simpatia

criatividade

elegância

clareza

lúdico

atenção

saúde

confiança

magia

sofisticação

energia

criatividade

energia

natural

profissional

sabedoria

segurança

alegria

sociável

alegria

refescância

tranquilidade

original

neutro

# COMO AS CORES SÃO RECONHECIDAS

por associação

**Memória,  
discurso, cultura,  
e experiências  
criam associações  
diferentes.**

Mesmo em lados opostos do círculo cromático, uma cor pode significar quente ou frio, dependendo da sua utilização.



por subjeção

**O significado de  
uma cor está  
ligado a forma  
como ela é  
percebida.**

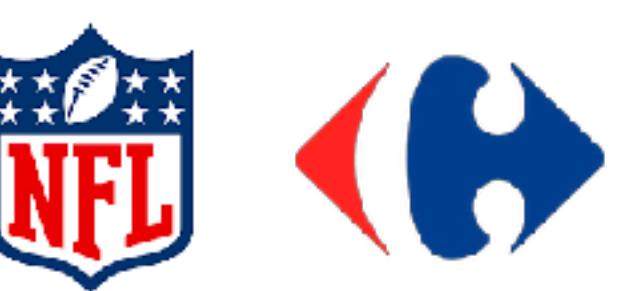
Tudo muda dependendo da pessoa que interage com a marca por conta da sua vivência.



por relação

**Interações com  
formas e outras  
cores podem  
mudar um  
significado.**

Ideias diferentes vêm de combinações diferentes.



por circunstância

**As cores se  
comunicam de  
maneira diferente  
dependendo do  
público-alvo.**

Sensações e comportamentos das cores podem variar conforme a cultura, idade e gênero de cada pessoa.



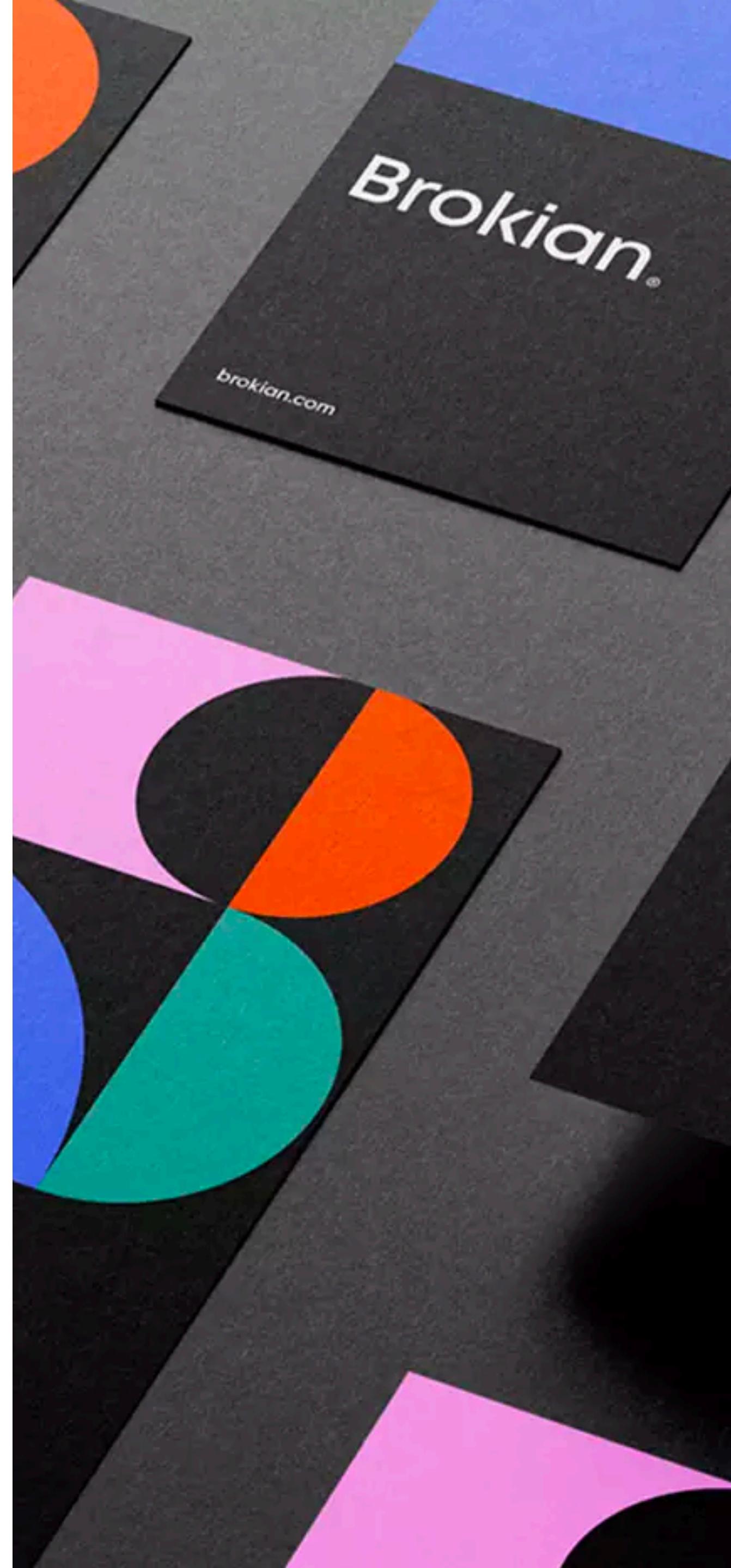
**como escolher  
a melhor cor?**

## COMO ESCOLHER A MELHOR COR?

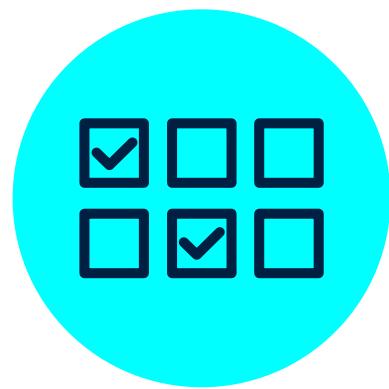
Definir a sua paleta de cores é um dos pontos mais importantes, pois leva em consideração pesquisa, mercado, diferenciação, origem, entre outros, pensar em comunicar tudo aquilo que a embalagem deseja.

Por isso é importante **criar uma paleta que faça sentido para o projeto, autêntica e estratégica**. Algumas perguntas podem auxiliar na escolha:

- 
- como você descreve a marca?
  - o que a marca quer transmitir?
  - quais emoções quer gerar?
  - como a marca quer ser vista e lembrada?

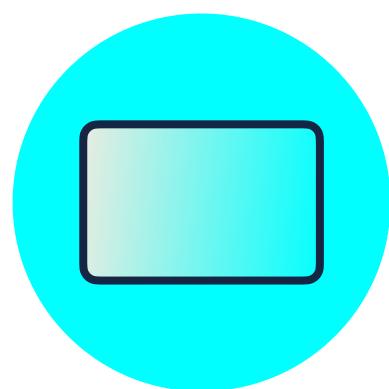


# COMO ESCOLHER A MELHOR COR?



## moodboard

Como já vimos, o moodboard monta esse painel visual de como a marca que ser percebida no momento da compra



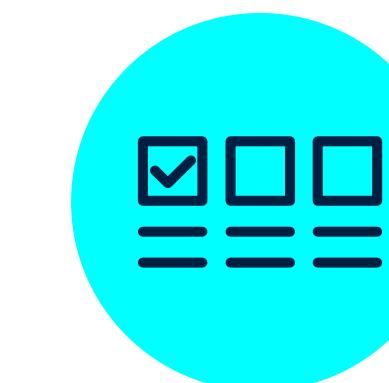
## identifique os tons

Quais tons de cores te ajudam a comunicar um benefício? Quentes? Frios? Claros? Escuros? Vibrantes?



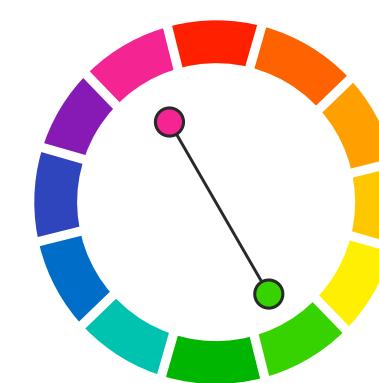
## referências

As referências podem vir além do moodboard, fora do universo do design. Procure cores do mundo real.



## monte e teste sua paleta

Não existe um número exato de cores, desde que bem trabalhadas. Existem ferramentas que ajudam a criar uma paleta que faça sentido



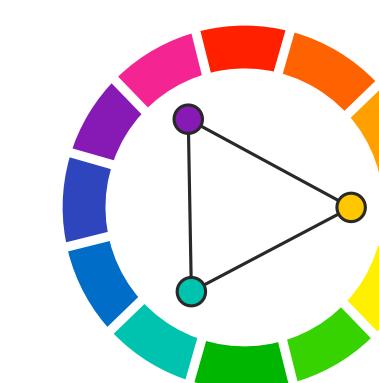
complementares



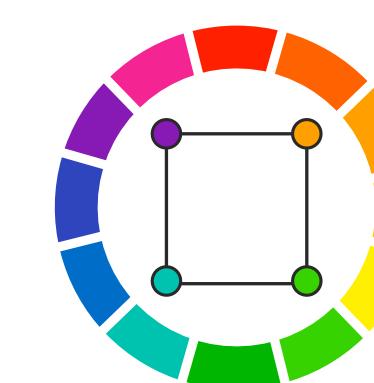
análogas



monocromática



triâde

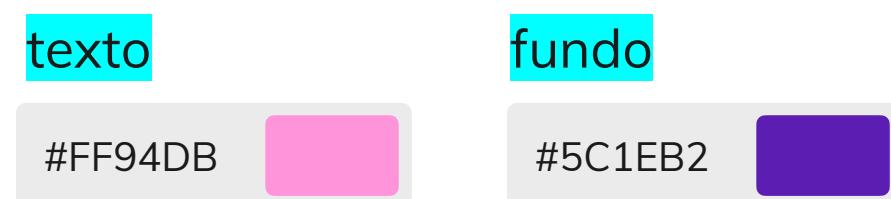


quadrada

# CONTRASTE E ACESSIBILIDADE

## como as pessoas enxergam as cores

Estima-se que 68% da população possui uma visão regular, enquanto o restante passa por problemas de distinção das cores e formas.

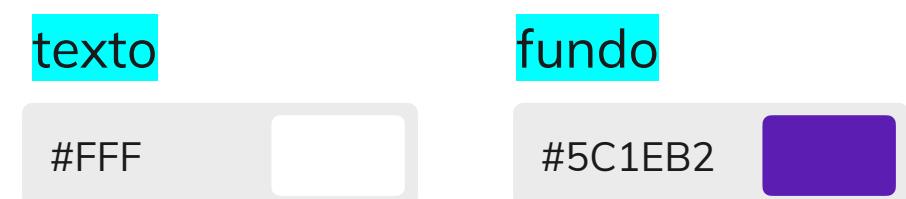


**tricromática**  
quem tem a visão regular, enxerga as cores dessa forma.

**protanopia**  
diferente de um tipo de daltônico que não enxerga o vermelho.

## adaptando as cores

Segundo diretrizes de acessibilidade, pessoas com visão regular conseguem enxergar as cores sem problemas, mas daltônicos não. Então adaptamos.

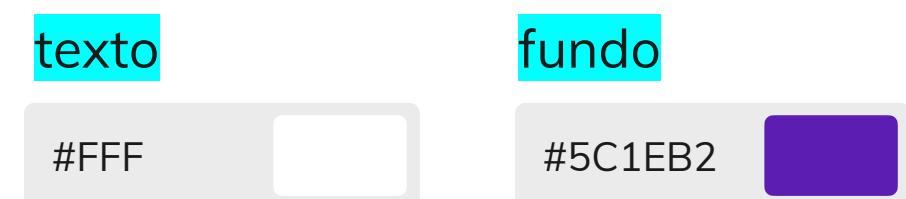


**protanopia**  
Agora é assim que daltônicos enxergam a combinação.

Bom para texto abaixo de 18pt.

## como funciona

A partir de um conjunto de recomendações de acessibilidade, podemos classificar relações de contraste em 3 níveis (A, AA, AAA) e validar se a combinação de cores é acessível.



**contrast ratio**

**9,2:1**

**WCAG grading**

**AAA**

Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web

**guia wcag**

## ferramentas

Existem cálculos complexos para descobrir se o contraste entre as cores é relativo e valida o nível de uma combinação. Para ajudar temos algumas ferramentas:

**contrast checker**

**web aim**

**color adobe**

**topster**

## CURADORIA DO CONHECIMENTO

### → [livro: a psicologia das cores](#)

o site **signs.com** conduziu uma experiência pedindo a 156 americanos com idades entre 20 e 70 anos que desenhassem 10 marcas famosas da melhor maneira possível

conheça 

### → [psicologia das cores no audiovisual](#)

vídeo com o uso das cores em cenas de diversos filmes. Cada cor ajuda a intensificar as emoções e sensações que as cenas procuram transmitir.

assista 

Eva Heller

## A psicologia das cores

Como as cores afetam a emoção e a razão



**branding &  
identidade visual**

---

**OBRIGADO**