



UNIDADE 2

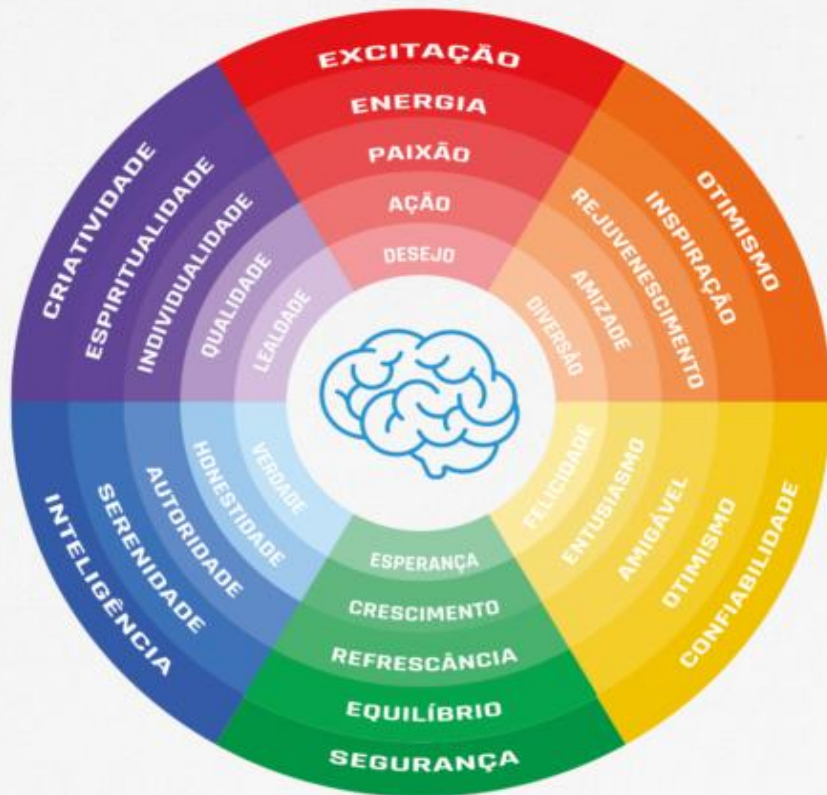
Psicologia das Cores

Psicologia das Cores

A psicologia das cores investiga como o cérebro traduz estímulos luminosos em sensações e emoções.

Características como dimensão, peso, iluminação, temperatura e simbolismo influenciam as respostas emocionais e comportamentais.

O Contexto cultural e experiências individuais modulam essas percepções; generalizações simplistas devem ser evitadas.



Associações Emocionais das Cores



Vermelho

Energia, paixão, alerta; aumenta frequência cardíaca e reações; pode evocar perigo ou agressão.



Amarelo

Otimismo, clareza mental, criatividade; estimula concentração; pode causar ansiedade se excessivo.



Laranja

Movimento, alegria, sociabilidade; transmite calor e acolhimento; em excesso pode parecer superficial.



Azul

Calma, confiança, profissionalismo; reduz ritmo cardíaco; pode sugerir frieza ou tristeza.



Verde

Natureza, saúde, equilíbrio; reduz stress e promove vitalidade; pode remeter a estagnação.



Aplicações e Perspectivas



Arte & Design



Marketing



Ambiente & UX

Designers e artistas utilizam o círculo cromático e as harmonias para criar composições equilibradas e atrativas.

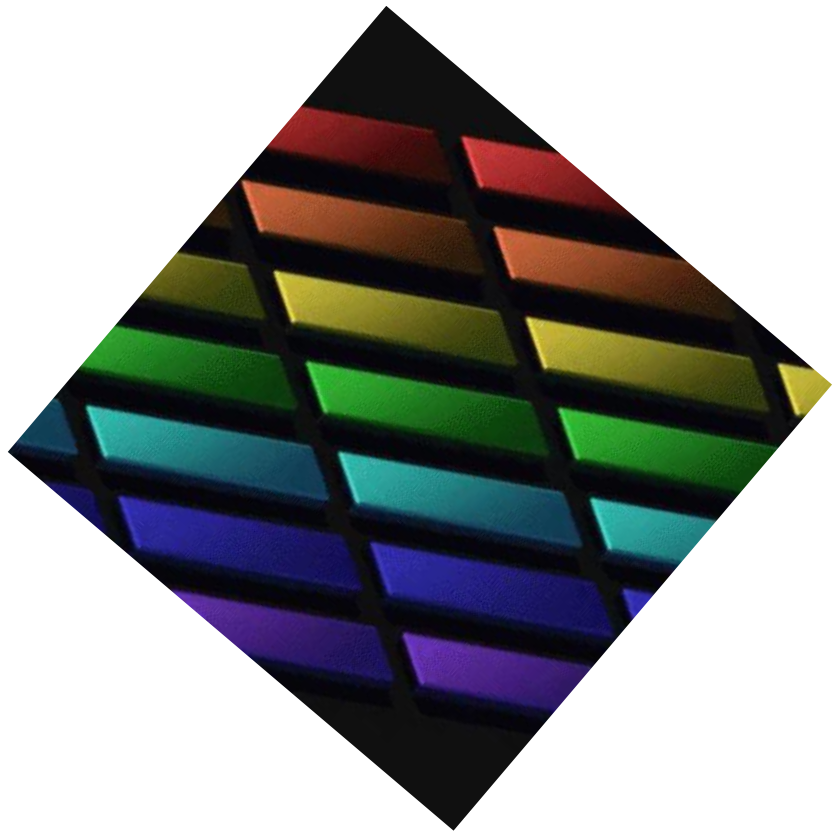
Profissionais do Design e do Marketing exploram associações emocionais das cores para influenciar decisões e construir identidades de marca.

As cores moldam ambientes: na saúde e no bem-estar, tons tranquilos reduzem o stress; em interfaces digitais, paletas acessíveis melhoram a experiência do utilizador.

A interpretação das cores varia culturalmente; combinações que evocam prosperidade num contexto podem sugerir luto em outro.

A stylized illustration of a black megaphone with a silver mouthpiece. To the left of the megaphone, there is a vibrant splash of paint in yellow, red, and magenta colors, with smaller red and white splatters trailing off to the right.

<https://registrodemarca.arenamarcas.com.br/psicologia-das-cores-em-marketing/>



Fim da Unidade 2!

Até a próxima!