

EFEITOS DAS VARIAÇÕES TONAIIS NA ANÁLISE DE COLORAÇÃO PESSOAL: TEMPERATURA, INTENSIDADE E PROFUNDIDADE DAS CORES

BARROS, Ariana de Souza¹

LARA, Pamela Damaris Presentado de²

TOLEDO, Daiane de Lourdes³

RESUMO

A coloração pessoal é utilizada na consultoria de imagem e no Design de Moda para compreender as relações entre as cores e as características naturais de cada indivíduo, contribuindo para escolhas cromáticas mais adequadas no vestuário. Nesse contexto, o presente estudo teve como objetivo investigar o impacto das dimensões tonais das cores, especialmente temperatura, intensidade e profundidade, na percepção estética e na harmonização cromática. A pesquisa, de abordagem qualitativa e natureza aplicada, foi desenvolvida em três fases. A primeira consistiu em um levantamento bibliográfico sobre teoria das cores, coloração pessoal e percepção cromática. A segunda correspondeu à coleta de dados e foi dividida em duas etapas: um levantamento sobre preferências cromáticas realizado por meio de questionário aplicado a 68 participantes e a análise prática de coloração pessoal conduzida com oito voluntárias. A terceira fase envolveu a organização, análise e interpretação dos dados, bem como a redação do artigo. Os resultados demonstraram que a rejeição ou o estranhamento em relação às cores amarelo e roxo não está associado às cores em si, mas aos efeitos produzidos por diferentes combinações de suas dimensões tonais em interação com a pele. Observou-se que alterações de temperatura, intensidade e profundidade podem modificar significativamente a percepção estética dessas cores. Conclui-se que o mapeamento da cartela sazonal contribui para a compreensão dessas interações cromáticas, oferecendo subsídios para a consultoria de imagem e para processos de desenvolvimento e tomada de decisão no Design de Moda.

PALAVRAS-CHAVE

Coloração pessoal. Variações tonais. Design de Moda.

1 INTRODUÇÃO

A moda ultrapassou a função utilitária do vestuário, constituindo-se como sistema de significações capaz de expressar identidade, valores, status e pertencimento social (Lipovetsky, 2009). A partir dessa perspectiva, a imagem pessoal assume posição de crescente relevância nas sociedades contemporâneas, funcionando como instrumento de comunicação não verbal que influencia significativamente a forma como os indivíduos são percebidos socialmente (Silveira; Schneid, 2019; Villaça, 2007). Ulrich (2022, p. 55), sustenta que "um dos elementos de maior impacto na imagem pessoal e profissional são as cores, visto que são condutoras de mensagens e têm o poder de comunicar a nossa identidade". De acordo com a Studio Immagine (s.d.), a coloração pessoal é o método que determina, por meio de testes de tecidos, quais cores se alinham melhor com a beleza natural de um indivíduo, levando em

¹ Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul. E-mail: pameladamarispresentadodelara@gmail.com

² Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul. E-mail: ariana.sb@aluno.ifsc.edu.br

³ Orientadora. Doutora em Design (UFSC). Docente do Instituto Federal de Santa Catarina campus Jaraguá do Sul - Centro. daiane.toledo@ifsc.edu.br

conta o tom de pele, cabelo e olhos, a intenção é realçar a imagem, simplificar as decisões cotidianas e favorecer o autoconhecimento através do uso planejado das cores.

Sob uma perspectiva histórica, no início do século XX, Itten, pintor e professor da escola Bauhaus, observou que as pessoas optam por cores de forma instintiva, refletindo tanto sua personalidade quanto características naturais, como o tom de pele. A partir desses estudos, organizou as cores em grupos baseados nas quatro estações do ano e evidenciou como essas escolhas podem contribuir para o autoconhecimento (Ulrich, 2022). Posteriormente, Suzanne Caygill (1942) desenvolveu o método de coloração pessoal, classificando os diferentes tipos de pele conforme as estações do ano e consolidando a técnica conhecida como método sazonal. Foi apenas em 1980 que ela reuniu todas as suas décadas de experiência, as 32 tipologias que desenvolveu e sua filosofia sobre a psicologia das cores no livro *Color: The Essence of You*. Portanto, quando os artigos científicos comparam o método a 1942, eles estão se referindo ao marco inicial da criação da metodologia por Suzanne. Por tanto 1980, referem-se à publicação oficial da obra literária que serve como a principal fonte bibliográfica. Com a evolução dos estudos sobre coloração pessoal, diferentes escolas aperfeiçoaram essa metodologia, originando o método sazonal expandido, que tem como pilar a temperatura (quente/frio), intensidade (brilhante/opaco) e profundidade (claro/escuro), atualmente organizado em doze cartelas sazonais que identifica as cores que melhor valorizam a pessoa.

Diante desse contexto, questiona-se como as variações tonais relacionadas à temperatura, intensidade e profundidade cromática, reconhecidas no processo técnico de análise de coloração pessoal, influenciam a harmonia estética e a valorização da imagem individual aplicada à Moda. Para alcançar esse propósito, estabelecem-se como objetivos específicos: primeiramente, um levantamento ao público feminino sobre quais cores eram consideradas de difícil combinação ou receio em se utilizar, foram obtidos 68 resultados. Na sequência do levantamento sobre percepção foi possível mapear o impacto das cores no vestuário feminino e, conseqüentemente, determinar a cartela sazonal de 8 voluntárias participantes, utilizando o protocolo técnico de análise cromática; em seguida, documentar visualmente, por meio de fotografias, os efeitos percebidos durante a definição da cartela sazonal; posteriormente, analisar, a partir da cartela definida, quais variações tonais do amarelo (cor primária) e do roxo (cor secundária) mais se harmonizam com as características cromáticas individuais.

Essa pesquisa é relevante por discutir a coloração pessoal, amplamente aplicada no

mercado, mas ainda pouco explorada e sistematizada na formação acadêmica em Design de Moda. Assim, busca-se organizar seus fundamentos e aproximar a prática profissional e produção científica. A pesquisa é de cunho qualitativo, dividida em três fases inter-relacionadas: a Fase 1 de caráter teórico; Fase 2, de caráter aplicado, subdividida em duas etapas, correspondentes ao levantamento de preferências e à análise de coloração pessoal; e fase 3, destinada à análise dos resultados e ao fechamento do artigo.

Esse trabalho está organizado em cinco sessões; a introdução, que aborda tema, problemática, objetivos e a metodologia; o referencial teórico discute sobre teoria da cor, psicologia da cor e coloração pessoal; procedimentos metodológicos; resultado e discussões; conclusão e considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com NEWTON (1704 apud Barros, 2011), os estudos de Isaac Newton foram fundamentais para a compreensão da cor como fenômeno físico, essa descoberta representou uma ruptura com concepções anteriores e estabeleceu bases científicas para o estudo da cor nos campos artísticos e projetuais, (Goethe 2013, p.61), em sua obra Doutrina das Cores, amplia essa discussão ao afirmar que “as cores são ações e paixões da luz”. Complementando essas abordagens, a percepção da cor está relacionada à absorção e à reflexão seletiva dos comprimentos de onda da luz ao incidir sobre uma superfície. Nesse sentido, os objetos refletem determinadas frequências luminosas e absorvem outras, o que resulta nas diferentes cores percebidas. Quando incide sobre uma superfície, pode ser refletida, absorvida ou refratada, influenciando diretamente a forma como as cores são percebidas.

Essa abordagem dialoga com Barros (2011), ao reforçar que a cor atua como mediadora da percepção e da construção de significado no processo criativo, influenciando tanto a concepção quanto a comunicação dos projetos. Além disso, a literatura aponta que a cor funciona como estímulo visual capaz de favorecer a geração de ideias e a organização dos elementos compositivos. Sob uma perspectiva ampliada, Guimarães (2000) compreende a cor como informação construída a partir de dimensões biofísicas, culturais e simbólicas, evidenciando que seu uso no design não é neutro, mas carregado de significados sociais e comunicacionais. Diante disso, compreende-se que o processo criativo no design de moda não ocorre de maneira isolada, mas é profundamente influenciado pelo domínio teórico e prático das cores, que atuam simultaneamente como linguagem, expressão e estratégia em projetos.

2.1 Variações Tonais das cores

Itten (1970) explica que a experiência cromática não se reduz a um dado físico isolado, mas se apresenta como fenômeno relacional, no qual a percepção participa ativamente da constituição do visível. No campo do design e das artes visuais, o autor organizou os princípios da teoria da cor a partir do estudo dos contrastes cromáticos, como claro e escuro, quente e frio, e saturação, demonstrando como essas relações estruturam a composição visual. Indiretamente, Itten sugere que a verdadeira harmonia reside na interação entre a temperatura, a intensidade e a luminosidade dos matizes. Endossando essa perspectiva, Barros (2011) reafirma a teoria de Itten, onde a saturação mostra como a pureza ou neutralização de uma cor pode mudar drasticamente seu poder expressivo, afetando a percepção de profundidade e equilíbrio estético.

Ao convergir a abordagem fenomenológica de Goethe (2013) com a técnica itteniana, compreende-se que a teoria das cores transcende a mera categorização de tonalidades. Essa união conceitual demonstra que a harmonia depende da interação dinâmica entre diferentes qualidades cromáticas, as quais modificam a percepção do observador. Afinal, como aponta Itten (1970, p. 32), “cada cor possui propriedades que se modificam conforme sua relação com outras cores e com a luz”. Sob essa ótica, a análise cromática não se limita à identificação isolada do matiz, mas exige a compreensão de suas variações tonais e de sua expressividade em conjunto. No campo da coloração pessoal, essas interações são fundamentais, pois determinam como as cores reagem com as características naturais do indivíduo, influenciando diretamente a harmonia estética e a construção da imagem.

2.1.1 Temperatura Cromática

Barros (2011) associa que a temperatura cromática configura-se como um dos principais critérios para a determinação da harmonia individual, pois estabelece a relação entre os subtons naturais e a predominância tonal das cores. Trata-se de uma dimensão das variações que distingue cores quentes, associadas a tonalidades com predominância de amarelo, e cores frias, relacionadas a tonalidades com predominância de azul, influenciando diretamente a percepção visual e o equilíbrio estético. Caygill (1980) foi pioneira ao correlacionar atributos naturais, como pigmentação da pele, olhos e cabelos, às propriedades térmicas das cores, justificando que a harmonia resulta da conexão entre a estrutura cromática individual e a paleta utilizada. Posteriormente, Jackson (1980) sistematizou essa aplicação por meio do método sazonal, organizando as paletas em categorias quentes e frias e consolidando a temperatura como eixo inicial da análise cromática. No entanto, como ressalta Goethe (2013), a temperatura não atua de forma isolada, uma vez que outras variáveis, como intensidade

(saturação) e profundidade (luminosidade), também interferem na percepção do equilíbrio visual. Essa compreensão é reforçada por Ulrich (2022), ao evidenciar que o impacto das cores na imagem pessoal e profissional não depende apenas do matiz, mas da variação de seus tons, sendo a temperatura, a intensidade e a profundidade determinantes para a construção da mensagem visual. Além disso, o autor ressalta que a análise da coloração pessoal deve considerar tanto critérios técnicos, como a pigmentação da pele, quanto aspectos subjetivos, como personalidade e contexto social. Essa abordagem amplia a compreensão da temperatura cromática, evidenciando que sua aplicação não se limita apenas à harmonização estética, mas também à construção de identidade e posicionamento, entre diferentes dimensões das variações tonais.

2.1.2 Intensidade Cromática

Itten (1970), defende que intensidade cromática, também denominada saturação, corresponde ao grau de pureza ou neutralização de uma cor, determinando sua vivacidade visual. O autor, define a saturação como a característica que diferencia cores puras de tonalidades suavizadas, destacando que essa variação altera significativamente a força expressiva da cor. Para Itten, “o contraste de saturação ocorre pela posição entre cores intensas e cores neutralizadas” (Itten, 1970, p. 59). A Partir do autor, pode-se que a intensidade cromática interfere na percepção do contraste e da definição visual das composições cromáticas.

Sob a perspectiva psicológica, Lüscher (1999) associa a intensidade cromática à resposta emocional do observador, explicando que tonalidades altamente saturadas tendem a gerar estímulos visuais mais marcantes, enquanto cores suavizadas produzem sensações de equilíbrio e suavidade perceptiva. Segundo o autor, “as cores exercem influência direta sobre o comportamento e as emoções humanas” (Lüscher, 1999, p. 34). Na análise de coloração pessoal, a intensidade tonal está relacionada ao contraste natural do indivíduo, podendo realçar ou suavizar características faciais e contribuir para a construção da harmonia estética.

2.1.3 Profundidade Cromática

Goethe (2013) diz que a percepção da cor está relacionada à absorção e à reflexão seletiva dos comprimentos de onda da luz ao incidir sobre uma superfície. Arnheim (2004) define o valor tonal como elemento estruturante da percepção visual, afirmando que a organização estética depende das relações entre claro e escuro. Para o autor, “a percepção visual é organizada pelas relações de contraste que estruturam formas e cores” (Arnheim,

2004, p. 89). A Partir de Arnheim, pode-se inferir que a profundidade cromática influencia a percepção de volume, destaque e equilíbrio visual.

No campo do visagismo, Hallawell (2010) relaciona a profundidade tonal à valorização da imagem pessoal, destacando que o equilíbrio entre tonalidades claras e profundas contribui para a harmonia estética do rosto. Segundo o autor, “o contraste entre claro e escuro é determinante para a valorização das características individuais” (Hallawell, 2010, p. 112). Na coloração pessoal, essa variável permite identificar quais tonalidades equilibram o contraste natural do indivíduo, influenciando diretamente a percepção estética e a construção da identidade visual. Dessa forma, a compreensão integrada entre temperatura, intensidade e profundidade cromática evidencia que as variações tonais constituem dimensões complementares da análise das cores, possibilitando interpretações mais precisas sobre a relação entre características naturais, percepção visual e harmonia estética.

2.2 Psicologia da cor

Heller (2013) afirma que a cor possui forte impacto simbólico e emocional, influenciando diretamente a forma como o indivíduo percebe a si mesmo e aos outros. Para a autora, “as cores e os sentimentos não se combinam ao acaso, suas associações não são meras questões de gosto individual, mas experiências universais profundamente enraizadas” (Heller, 2013, p. 21). A autora, infere-se que as variações de temperatura cromática alteram a percepção emocional das cores, e tendem a estimular sensações de proximidade e dinamismo, enquanto tonalidades frias são associadas à tranquilidade e distanciamento perceptivo. Na coloração pessoal, essas variações interferem na leitura visual da pele, influenciando a percepção de vitalidade e equilíbrio estético.

Sob a ótica do Lüscher (1999, p. 34), pode-se inferir que a intensidade cromática, associada ao grau de saturação das cores, determina o nível de estímulo perceptivo provocado no observador. Tonalidades altamente saturadas tendem a gerar estímulos visuais mais marcantes e energéticos, enquanto cores suavizadas produzem sensações de estabilidade e equilíbrio emocional. No contexto da análise de coloração pessoal, a intensidade tonal relaciona-se ao contraste natural do indivíduo, podendo enfatizar características faciais ou criar efeitos de suavização visual.

Segundo, Arnheim (2004) destaca que a experiência estética das cores depende da organização estrutural dos contrastes tonais. O autor afirma que “toda percepção visual é resultado das relações entre luz, sombra e contraste, que estruturam a interpretação das formas

e das cores” (Arnheim, 2004, p. 89). Na análise de coloração pessoal, essa dimensão tonal interfere diretamente na harmonia facial, pois a escolha de cores com profundidade compatível com o contraste natural do indivíduo pode valorizar ou apagar suas características visuais. Complementando essa perspectiva, Hallawell (2010), no campo do visagismo, relaciona a psicologia das cores à construção da identidade e da comunicação visual. Para o autor, “a harmonia cromática contribui para a valorização da imagem ao equilibrar as características naturais do indivíduo com os elementos visuais utilizados” (Hallawell, 2010, p. 112). Assim, a psicologia das cores fundamenta a análise de coloração pessoal ao demonstrar que a escolha tonal atua de diferentes formas na construção da expressão identitária e na comunicação não verbal do indivíduo.

2.3 Coloração pessoal

O Dicionário Michaelis (2023) define coloração como o “conjunto de cores que caracterizam algo”, enquanto o termo pessoal refere-se ao indivíduo. No campo da consultoria de imagem, essa expressão é empregada para designar um método de análise cromática aplicado à harmonização entre as características naturais do sujeito e as cores utilizadas em sua aparência; (Ulrich, 2022, p.55) afirma que “um dos elementos de maior impacto na imagem pessoal e profissional são as cores, visto que são condutoras de mensagens e têm o poder de comunicar a nossa identidade”. Ao atribuir à cor uma função comunicacional, a autora desloca a discussão do campo exclusivamente estético para o âmbito simbólico e estratégico da imagem profissional. Segundo Ulrich (2022), a definição da coloração pessoal deve basear-se em dois critérios estruturantes: o critério técnico, que consiste na análise da pigmentação da pele; e o critério subjetivo, que consiste na análise da personalidade do indivíduo (Ulrich, 2022). O critério técnico refere-se à observação de aspectos como temperatura, intensidade e profundidade das cores em relação à pigmentação natural. Já o critério subjetivo considera variáveis relacionadas à identidade, ao estilo de vida e aos objetivos comunicacionais do indivíduo.

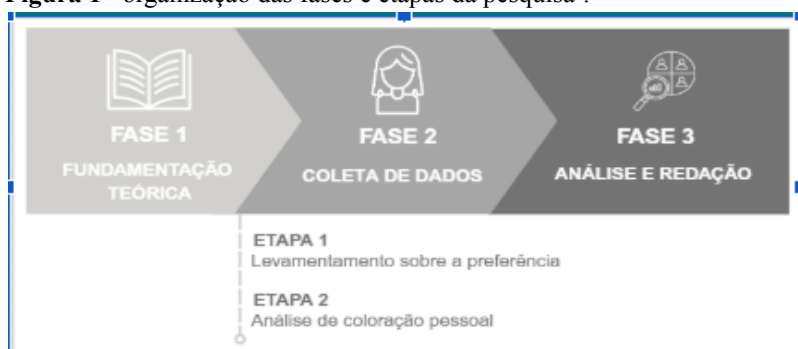
Ao tratar do visagismo, Hallawell (2003) compreende a estética como linguagem visual capaz de expressar identidade. Para o autor, a harmonia não se limita ao equilíbrio formal, mas envolve coerência entre características físicas e personalidade. Nesse sentido, a construção da imagem deve refletir valores, traços psicológicos e intenção expressiva. Ulrich (2022) e Hallawell (2003) exercem uma proximidade que evidenciam coloração pessoal como expressão simbólica. A cor, enquanto elemento estruturante da imagem, atua simultaneamente como recurso de harmonização visual. Dessa forma, a coloração pessoal configura como

metodologia que integra critérios e objetivos de análise cromática os princípios de construção identitária, posicionando-se como ferramenta estratégica no contexto da imagem profissional.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Gil (2008), a pesquisa qualitativa não se preocupa prioritariamente com a mensuração numérica dos dados, mas com a compreensão aprofundada dos fenômenos estudados. Semelhantemente, Minayo (2012) afirma que a abordagem qualitativa trabalha com o universo dos significados e que não podem ser reduzidos à simples mensuração de variáveis. A pesquisa foi desenvolvida em três fases. a Fase 1, realizou-se a pesquisa bibliográfica; a Fase 2 foi subdividida em duas etapas: Etapa 1- onde realizou-se um levantamento das preferências e da percepção acerca do impacto das cores, por meio de um formulário elaborado na plataforma Google Forms, composto por oito questões, e na Etapa 2, foi realizada a análise de coloração pessoal com oito voluntárias, e por fim, na Fase 3, procedeu-se à análise dos dados coletados e à redação final do trabalho.

Figura 1 - organização das fases e etapas da pesquisa⁴.



Fonte: Elaborado pelas autoras (2026).

Ao término da coleta de dados da Etapa 1 (Fase 2), obtiveram-se 68 registros válidos. Os resultados indicaram que as cores amarela e roxa são as mais evitadas pelos participantes, principalmente em razão da dificuldade de harmonização dessas tonalidades nas composições visuais do cotidiano. Com base nesses resultados, tais cores foram selecionadas como objeto de análise deste estudo, sendo avaliadas diretamente com as participantes em um contexto real de aplicação da análise cromática.

A Etapa 2 (Fase 2) foi realizada em 12 de abril de 2026, no período matutino, com início às 8 horas. Optou-se por esse horário em virtude da incidência de luz natural,

⁴A Figura 1 corresponde a fundamentação teórica, a fase 2; etapa 1 corresponde ao levantamento das preferências cromáticas, a etapa 2 corresponde à análise de coloração pessoal (n=8); e a fase 3 refere-se à análise dos dados e redação do trabalho.

considerada essencial para a realização da análise cromática, minimizando possíveis interferências decorrentes da iluminação artificial. Participaram desta etapa oito voluntárias selecionadas com idade entre 25 e 65 anos, essa delimitação foi estabelecida por se considerar que é nesta faixa etária em que a imagem profissional tende a assumir maior relevância na construção da credibilidade e do posicionamento no mercado de trabalho.

Para a coleta da Fase 2 (Etapa 2) , as participantes foram previamente agendadas, seguindo um período aproximado de 15 a 20 minutos para cada análise de coloração pessoal, com o objetivo de garantir melhor organização durante a aplicação da pesquisa. Na chegada, cada participante recebeu o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e um formulário contendo informações referentes às tonalidades de amarelo e roxo, bem como questões relacionadas às preferências cromáticas individuais. Esse instrumento teve como finalidade servir de base para posteriores comparações com os dados obtidos durante a análise de coloração pessoal. A pesquisa foi realizada nas dependências do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Campus Jaraguá do Sul – Centro, especificamente no espaço denominado Sala de Integração dos Servidores. A análise foi conduzida com o apoio de uma especialista certificada em coloração pessoal, responsável pela aplicação do protocolo técnico utilizado para a definição da cartela sazonal. A profissional contribuiu diretamente para o rigor técnico do procedimento, assegurando que os métodos empregados sejam os mesmos das práticas reconhecidas na área de consultoria de imagem.

Após a assinatura do TCLE, as participantes preencheram a ficha de análise de coloração pessoal. Enquanto a especialista conduzia a análise cromática, uma das pesquisadoras registrava as observações referentes aos tecidos profissionais utilizados, e aos efeitos produzidos pelas diferentes tonalidades avaliadas. Também foi utilizado um espelho de grande dimensão, posicionado próximo à janela, de modo a favorecer a visualização adequada dos efeitos das cores sob iluminação natural. Entre os procedimentos aplicados, foram removidas as maquiagens, retirado os acessórios, e colocado uma capa em tom cinza-claro, com o objetivo de neutralizar interferências visuais. Além disso, foi utilizada uma bandana para cobrir a raiz dos cabelos, proporcionando maior precisão durante a avaliação cromática. Posteriormente, foram utilizados tecidos profissionais específicos para a identificação das características de contraste, temperatura, profundidade e intensidade, tomando como referência as estações cromáticas e suas respectivas cartelas de cores. Durante a aplicação, foram observados critérios como luminosidade facial, uniformidade da pele, presença ou suavização de sombras e harmonia geral da imagem.

Após a definição da cartela sazonal de cada participante, a análise concentrou-se nas diferentes tonalidades de amarelo e roxo, conforme o objetivo estabelecido neste estudo. Todas as informações coletadas foram registradas em fichas específicas e analisadas de forma descritiva, buscando compreender de que maneira estas cores e seus efeitos variam nas tonalidades correspondentes às cartelas de cada participante.

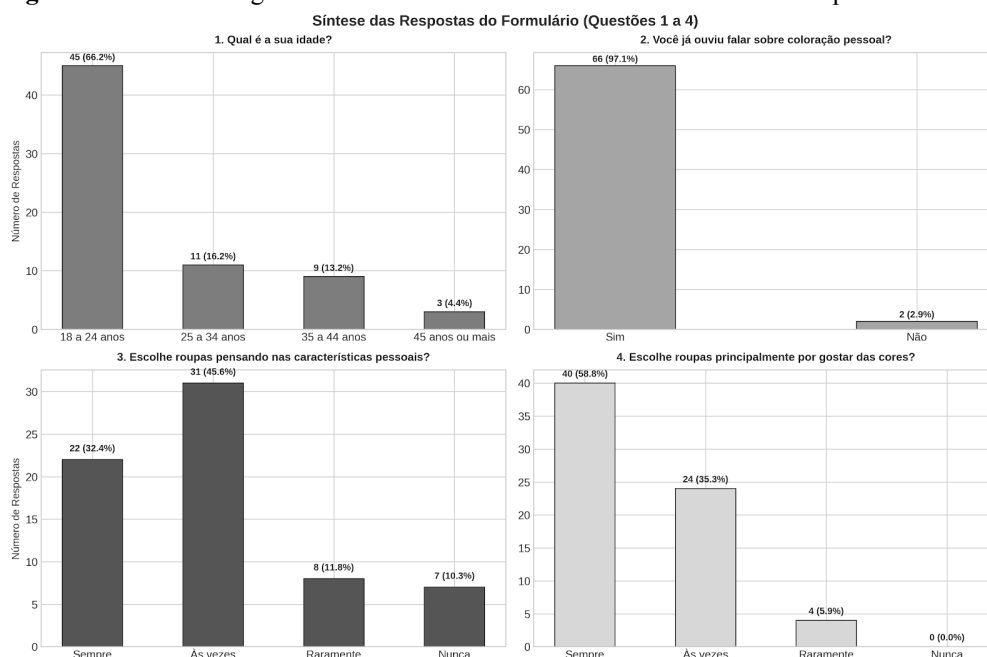
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados da Fase 1 desta pesquisa, correspondem à pesquisa bibliográfica e à fundamentação teórica. A Fase 2 foi dividida em duas etapas, a primeira consistiu em um levantamento inicial sobre as preferências cromáticas e a percepção do impacto das cores, a segunda etapa compreendeu a aplicação da análise de coloração pessoal com oito voluntárias e a Fase 3 refere-se a análise dos dados e redação do trabalho.

4.1 Fase 2 - Etapa 1: Levantamento sobre preferência e impacto das cores no vestuário feminino

Na Fase 2, Etapa 1 foi aplicado um questionário com o objetivo de identificar as cores mais evitadas pelas participantes e compreender sua percepção acerca do impacto das cores no vestuário. O instrumento foi composto por oito questões de múltipla escolha, abordando aspectos relacionados às preferências cromáticas e ao uso das cores no cotidiano. Os resultados obtidos foram sintetizados na Figura 2 e são apresentados a seguir.

Figura 2 – Perfil demográfico e critérios iniciais de escolha cromática das respondentes.



Fonte: elaborado pelas autoras (2026).

Os resultados obtidos com as 68 respondentes demonstram que a amostra foi composta majoritariamente por mulheres jovens adultas. Conforme apresentado na Figura 2, 66,2% das participantes possuíam entre 18 e 24 anos, enquanto 16,2% estavam na faixa de 35 a 44 anos e 13,2% entre 25 e 34 anos. As participantes com mais de 45 anos representaram apenas 4,4% da amostra. Essas informações apontam para uma predominância de mulheres em estágio de inserção ou consolidação profissional, um grupo que geralmente demonstra maior interesse na construção da imagem pessoal e na escolha das cores do vestuário. A faixa etária também indica que as percepções identificadas refletem principalmente o comportamento de consumidoras mais jovens, o que permite entender como esse grupo percebe a influência das cores em seu dia a dia.

No que diz respeito ao entendimento sobre coloração pessoal, constatou-se que as participantes possuíam bastante familiaridade com o assunto. A Figura 2 mostra que 97,1% dos entrevistados afirmaram conhecer ou já ter ouvido falar sobre coloração pessoal, enquanto apenas uma pequena parcela declarou não ter conhecimento sobre o tema. Esse resultado indica que a análise cromática tem ganhado mais destaque nos últimos anos, transformando-se em um assunto recorrente tanto em conteúdo de moda quanto em redes sociais e consultorias de imagem. Entretanto, embora o conhecimento sobre o conceito seja elevado, os resultados das demais questões sugerem que esse conhecimento nem sempre é aplicado de forma prática na escolha das cores utilizadas no vestuário.

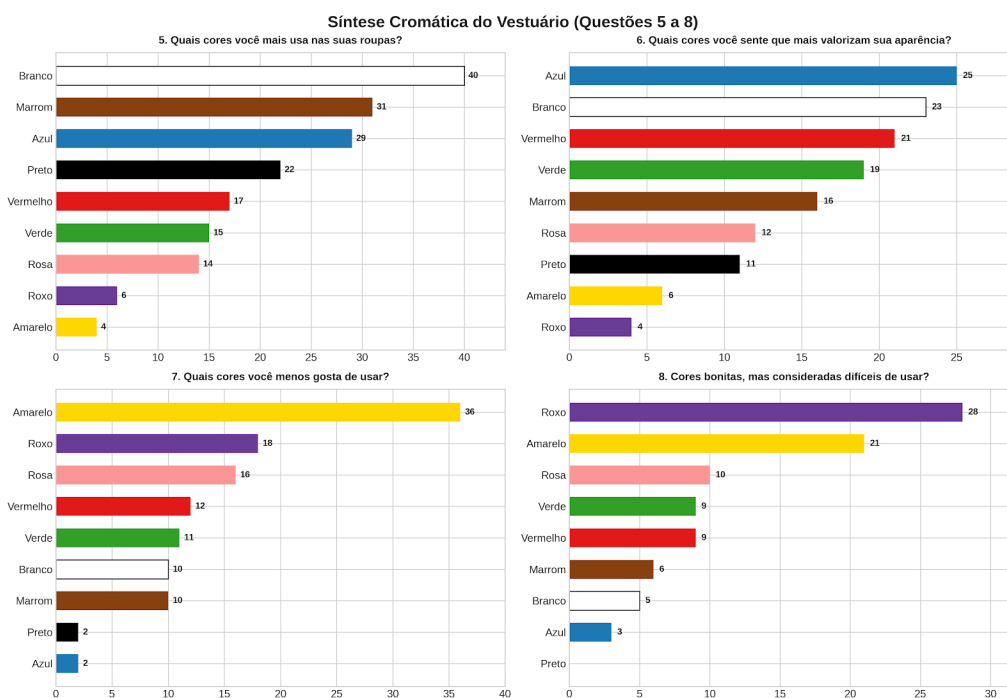
Os dados sobre a tomada de decisão mostram que as participantes levam em conta tanto aspectos técnicos quanto subjetivos ao escolher as cores. Quando perguntadas sobre a consideração de características pessoais da cor, como tom de pele e aparência individual, 32,4% disseram que sempre levam isso em conta, enquanto 45,6% afirmaram que o fazem ocasionalmente. Apenas 11,8% declararam raramente considerar esse fator e 10,3% nunca o observam. Entretanto, quando analisado o fator relacionado ao gosto pessoal pela cor, os percentuais tornam-se ainda mais expressivos: 58,8% afirmaram que sempre escolhem uma peça porque gostam da cor e 35,3% disseram fazê-lo às vezes. Esses resultados mostram que, apesar de haver alguma preocupação com a harmonização entre cor e características pessoais, a preferência individual ainda é o principal critério na decisão de compra, afetando diretamente a criação dos looks.

Ao examinar os padrões de uso das cores, observou-se uma presença marcante de tonalidades neutras no guarda-roupa das participantes. As cores mais utilizadas foram branco (58,8%), marrom (38,8%) e branco gelo (16,8%), seguidas por azul (11,8%), preto (8,8%), vermelho (7,6%) e verde (5,2%). Esse comportamento demonstra uma inclinação por cores

vistas como versáteis e de fácil combinação, atributos geralmente ligados às tonalidades neutras. Por outro lado, quando perguntadas sobre quais cores valorizam mais sua aparência, as respostas mostraram uma maior variedade de cores. Azul e branco lideraram as escolhas, ambos com 36,8%, seguidos por vermelho (17,8%), verde (11,8%) e marrom (9,0%). Esse resultado indica que as participantes reconhecem o potencial estético de diversas cores para realçar sua imagem, mesmo que adotem hábitos de consumo mais conservadores, priorizando tonalidades neutras em suas escolhas cotidianas.

Os resultados referentes à preferência e rejeição de cores demonstram que o amarelo foi apontado como a cor menos apreciada por 52,9% das respondentes, seguido pelo roxo (26,5%), rosa (23,5%) e vermelho (17,6%). Contudo, ao analisar as respostas sobre cores consideradas bonitas, porém difíceis de usar, observa-se uma inversão parcial desse cenário. O roxo foi apontado por 41,2% das participantes como uma cor difícil de incorporar ao vestuário, seguido pelo amarelo (30,9%), rosa (14,7%) e vermelho (13,2%). Essas informações indicam que a rejeição não está necessariamente ligada à ausência de apreciação estética, mas à complexidade de harmonizar e combinar essas cores no dia a dia. Assim, nota-se que o amarelo e o roxo ocupam uma posição proeminente no estudo, pois, embora chamem a atenção visual, são geralmente considerados como cores complexas para uso prático, o que justifica sua escolha para a próxima fase da pesquisa.

Figura 3 – Painel matricial das preferências, percepções e rejeições cromáticas no vestuário feminino.



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

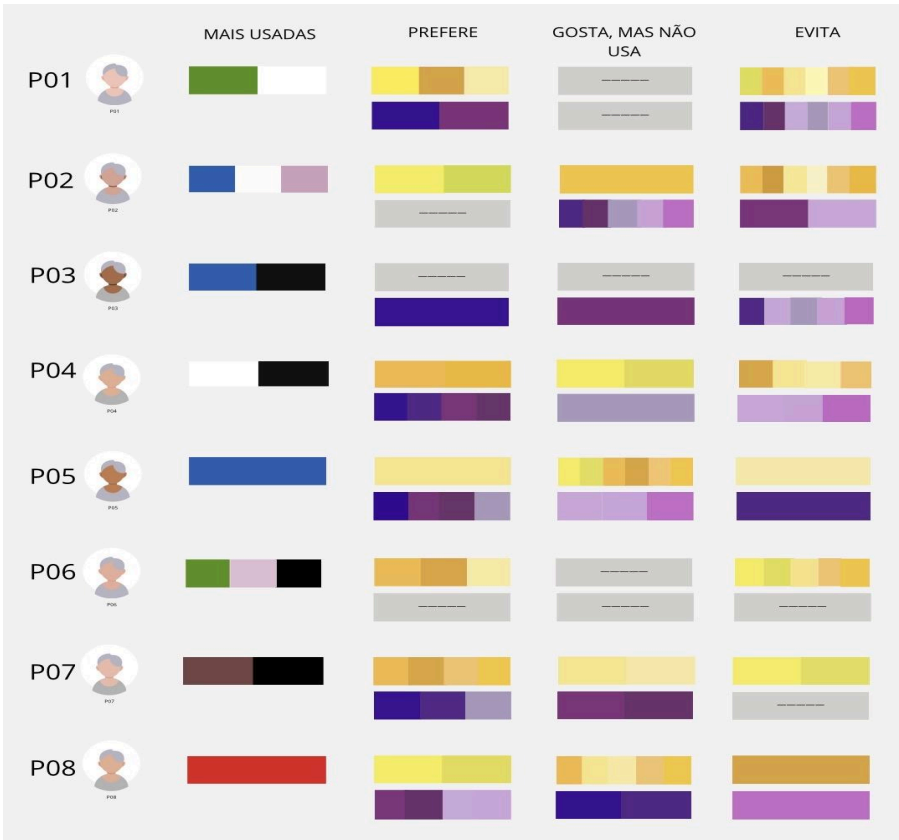
De maneira geral, os resultados sugerem que as participantes têm conhecimento prévio sobre coloração pessoal e entendem a relevância das cores na formação da imagem. Contudo, as decisões diárias ainda são bastante afetadas pelo gosto pessoal e pela predileção por tonalidades neutras. Ademais, a presença de cores tidas como bonitas, porém difíceis de usar, evidencia que a percepção estética nem sempre é suficiente para assegurar sua aplicação no vestuário. Esse comportamento foi especialmente notável em relação ao amarelo e ao roxo, cores que provocaram tanto interesse quanto dúvida entre as participantes. Esses elementos se tornaram fundamentais para a continuidade do estudo e para a análise do impacto das variações tonais na harmonia visual.

Guimarães (2000), destaca que a cor constitui um sistema de informação visual capaz de transmitir significados culturais, emocionais e simbólicos. Dessa maneira, o entendimento de dificuldade relatada pelos participantes pode estar relacionada também ao gosto pessoal, de forma a evidenciar determinadas tonalidades que interagem com a imagem individual. Os resultados também interagem com o pensamento de Goethe (2013) e Barros (2006), para quem a experiência cromática está diretamente ligada à percepção visual. Uma mesma cor pode provocar efeitos distintos dependendo de suas variações tonais, explicando por que determinadas pessoas apreciam o amarelo ou o roxo, mas evitam utilizá-los em suas roupas. Consequentemente Maciel, Santos e San Román (2012) destacam que o estudo das variações cromáticas é fundamental para compreender os efeitos visuais produzidos pelas cores. Assim, os resultados obtidos nesta etapa justificaram a seleção do amarelo e do roxo como foco da investigação, uma vez que ambas as cores apresentaram elevado potencial de aceitação estética, mas também elevada percepção de dificuldade de uso.

4.2 Fase 2 - Etapa 2: Análise da coloração pessoal

Após os resultados obtidos na Fase 2 indicaram o amarelo e o roxo como as cores mais evitadas pelas participantes e, paralelamente, aquelas consideradas mais difíceis de utilizar no vestuário. Com base nesses dados, foi realizada a Fase 2 - Etapa 2, na qual oito voluntárias participaram da análise de coloração pessoal. Além da aplicação do procedimento técnico de análise cromática, as participantes responderam a um questionário complementar sobre hábitos de consumo, preferências de cores e opiniões da própria imagem. A amostra foi composta por mulheres com idade entre 25 e 65 anos, apresentando diferentes níveis de conhecimento sobre coloração pessoal.

Figura 4 – Síntese do questionário sobre cores mais utilizadas e da percepção das participantes sobre as tonalidades de amarelo e roxo



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2026).

Observou-se que a escolha das cores no vestuário esteve associada principalmente às preferências pessoais e aos hábitos de uso das participantes. Entre as cores mais utilizadas no cotidiano, o preto foi mencionado por metade da amostra ($n = 4$), seguido pelo azul e pelo branco, citados por três participantes cada. As cores verde e rosa foram mencionadas por duas participantes, enquanto marrom e vermelho apareceram em apenas um relato cada. Em relação ao amarelo, ocorreu que sete das oito voluntárias demonstraram preferência por pelo menos uma de suas tonalidades, enquanto que apenas uma declarou não utilizar essa cor. Considera-se, os resultados também relevantes a certa resistência ao seu uso: cinco participantes afirmaram considerar determinadas tonalidades de amarelo visualmente atrativas, mas não as utilizavam em seu vestuário, e sete indicaram tonalidades específicas que evitavam. Essas novas descobertas sugerem que a aceitação do amarelo está diretamente relacionada às suas variações tonais.

Acerca do roxo e das suas variações tonais, seis das oito participantes demonstraram preferência por pelo menos uma tonalidade dessa cor, enquanto apenas uma declarou não utilizá-la. Constatase ainda que sete participantes apontaram tons de roxo que consideravam visualmente atrativos, mas que não agregam ao vestuário, e seis relataram evitar determinadas tonalidades. De maneira semelhante ao observado para o amarelo, os resultados indicam que o roxo apresenta boa aceitação estética entre as participantes. No entanto, também confirmam certa insegurança quanto à sua utilização prática no vestuário. Esse comportamento sugere que a resistência ao uso da cor não está necessariamente relacionada à rejeição do roxo em si, mas à dificuldade de identificar quais tonalidades harmonizam melhor com as características individuais de cada pessoa. Esses resultados reforçam a tese de que a compreensão de adaptação cromática exerce influência significativa na escolha das cores, indicando que a análise de coloração pessoal pode contribuir para ampliar a confiança no uso de tonalidades frequentemente consideradas difíceis de combinar ou utilizar.

Em seguida, as voluntárias passaram por uma análise de coloração pessoal, onde a profissional usou o método sazonal expandido para realizar as avaliações cromáticas de cada participante. Esse método levou em consideração o contraste: refere-se à diferença entre pele, cabelo e olhos; subtom: relaciona-se à predominância quente, fria ou neutra da pele; profundidade: corresponde à predominância de características claras ou escuras; e a intensidade está associada ao grau de saturação das cores, podendo variar entre suaves/opacas e vibrantes/puras. Ulrich (2021) afirma que esses fatores são essenciais para entender a relação de cores e as particularidades naturais de cada pessoa, influenciando diretamente a harmonia visual e a valorização estética.

Figura 5 - Participantes 01 a 04 resultado da coloração pessoal

			
Participante 01	Participante 02	Participante 03	Participante 04
- Contraste: baixo - Subtom: frio - Profundidade: clara - Intensidade: baixa - Cartela sazonal: verão claro	- Contraste: médio - Subtom: quente - Profundidade: clara - Intensidade: baixa - Cartela sazonal: outono suave	- Contraste: baixo - Subtom: quente - Profundidade: escura - Intensidade: alta - Cartela sazonal: outono quente	- Contraste: médio pra alto - Subtom: quente - Profundidade: escura - Intensidade: alta - Cartela sazonal: primavera brilhante

Fonte: elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2026)

A Participante 01 apresentou contraste baixo, subtom frio, profundidade clara e intensidade baixa, sendo classificada como Verão Claro. Nesse caso, observou-se predominância de características suaves e frias, favorecendo cores delicadas, pouco saturadas e claras. Já a Participante 02 apresentou contraste médio, subtom quente, profundidade clara e intensidade baixa, sendo classificada como Outono Suave, cartela caracterizada pela suavidade cromática e pela presença de cores quentes e opacas. Ademais, a participante 3 revelou contraste baixo, subtom quente, profundidade escura e intensidade alta, pertencendo a cartela outono quente. Dessa forma, fica evidente que sua melhor harmonização é com cores profundas, quentes e intensas. E para concluir esse primeiro bloco, a participante 4, apresentou contraste médio para alto, subtom quente, profundidade escura e intensidade alta, pertencendo à cartela Primavera Brilhante, caracterizada por cores vibrantes, luminosas e de alta saturação. Esses resultados confirmam a teoria de Itten (1970), que afirma que a percepção cromática ocorre por meio das relações entre temperatura, luminosidade e saturação das cores.

Figura 6 - Participantes 05 a 08 resultado da colocação pessoal



Fonte: elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2026)

A Participante 05 apresentou contraste médio, subtom quente, profundidade escura e intensidade alta, sendo classificada como Primavera Quente. As Participantes 06, 07 e 08 foram classificadas como Primavera Clara, embora apresentassem diferenças no contraste pessoal. A Participante 06 possuía contraste baixo e subtom neutro, enquanto as Participantes 07 e 08 apresentaram contraste alto e subtom quente. Apesar dessas diferenças, as três demonstraram maior harmonia com cores claras, luminosas e de baixa intensidade. Segundo a especialista em coloração pessoal responsável pela análise, a classificação em uma mesma cartela sazonal não depende exclusivamente do contraste individual, mas principalmente da forma como a pele reage às cores. Dessa forma, quando certos tons criam uma iluminação, um

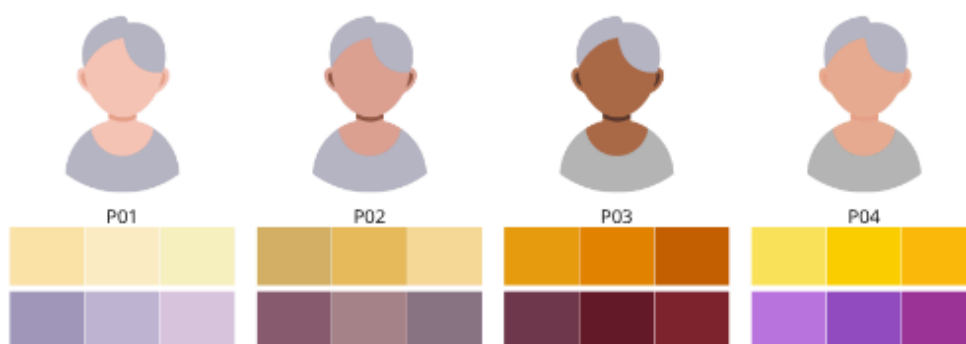
equilíbrio visual e uma valorização facial similares, pessoas com características diferentes podem, sim, pertencer à mesma cartela sazonal.

4.3 Amarelo e Roxo

Após a definição das cartelas sazonais das 8 participantes, foram analisadas as tonalidades de amarelo e roxo mais compatíveis com cada perfil cromático. Para essa etapa, utilizaram-se os dossiês elaborados pela consultora de imagem, nos quais foram indicadas as variações dessas cores consideradas mais harmoniosas para cada participante. Essa etapa permitiu compreender como a adequação das tonalidades às características individuais pode influenciar a percepção e o uso dessas cores no vestuário. Os resultados demonstram que a harmonização das tonalidades de amarelo e roxo não depende apenas da escolha da cor, mas principalmente das suas variações de temperatura, intensidade e profundidade.

Conforme defende Itten (1970) e Barros (2011), a harmonia cromática é resultado do equilíbrio entre essas características e os atributos naturais do indivíduo. Dessa forma, observou-se que participantes classificados em cartelas frias receberam versões mais azuladas do amarelo e do roxo, enquanto participantes de cartelas quentes apresentaram melhor harmonização com tonalidades douradas, alaranjadas ou avermelhadas. Da mesma maneira, participantes de intensidade baixa foram favorecidas por tons suavizados e menos saturados, ao passo que participantes de intensidade alta apresentaram maior equilíbrio visual com cores mais vivas e puras. Em relação à profundidade, indivíduos classificados em cartelas claras receberam versões mais luminosas dessas cores, enquanto cartelas profundas apresentaram melhor resposta a tonalidades mais escuras e densas.

Figura 7 - Participantes 01 a 04 tonalidades de amarelo e roxo compatíveis com suas cartelas sazonais



Fonte: Elaborada pelas autoras a partir dos registros da pesquisa e dos dossiês fornecidos pela consultora de imagem (2026).

A Participante 01 foi classificada como Verão Claro, apresentando subtom frio, profundidade clara e baixa intensidade. Sob a perspectiva da temperatura cromática,

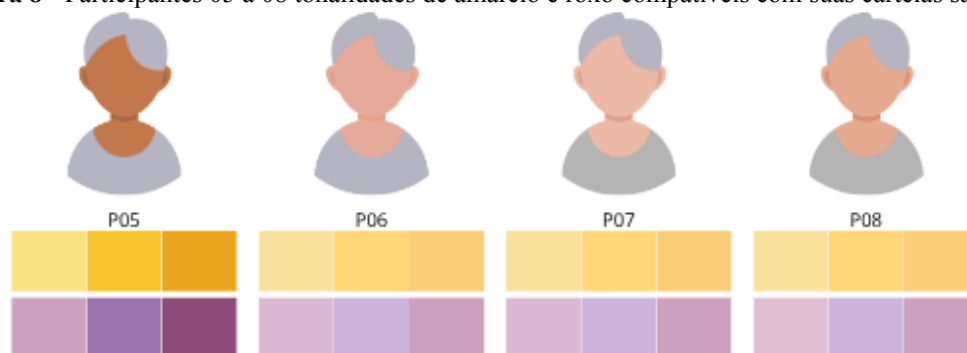
observa-se que as tonalidades recomendadas possuem influência fria, harmonizando-se com o subtom da participante. Em relação à intensidade, a baixa saturação das cores evita excessos visuais e preserva a suavidade característica da cartela. Quanto à profundidade, a predominância de tons claros contribui para manter o equilíbrio entre a coloração natural e as cores utilizadas.

A Participante 02 apresentou subtom quente, profundidade clara e baixa intensidade, sendo classificada como Outono Suave. Os amarelos indicados apresentam aquecimento moderado, aproximando-se de tons dourados suaves e amarelados terrosos, enquanto os roxos apresentam aparência suavizada e levemente acinzentada. Embora a temperatura quente esteja presente, observa-se que a intensidade reduzida exerce maior influência sobre a escolha das tonalidades, resultando em cores menos saturadas. Dessa forma, a harmonia visual foi obtida não pela vivacidade das cores, mas pela sua suavização, característica predominante da cartela.

A Participante 03 foi classificada como Outono Quente, apresentando subtom quente, profundidade escura e alta intensidade. Os tons de amarelo recomendados são mais profundos e intensos, enquanto os roxos apresentam tonalidades mais fechadas. Nesse caso, a temperatura quente manifesta-se claramente nas duas cores analisadas. Além disso, a alta intensidade permite a utilização de cores mais saturadas sem comprometer a harmonia visual. A profundidade escura também se reflete na escolha de tonalidades mais densas, capazes de acompanhar o contraste natural da participante.

A Participante 04 apresentou subtom quente, profundidade escura e alta intensidade, sendo classificada como Primavera Brilhante. Os amarelos indicados destacam-se pela elevada luminosidade e saturação, enquanto os roxos apresentam aspecto vibrante e intenso. Diferentemente das cartelas suaves, a intensidade é um fator determinante para essa participante, permitindo o uso de cores puras e visualmente marcantes. A combinação entre temperatura quente e alta intensidade resulta em tonalidades capazes de transmitir maior vivacidade e destaque facial, reforçando a valorização da imagem pessoal.

Figura 8 - Participantes 05 a 08 tonalidades de amarelo e roxo compatíveis com suas cartelas sazonais



Fonte: Elaborada pelas autoras a partir dos registros da pesquisa e dos dossiês fornecidos pela consultora de imagem (2026).

A Participante 05 apresentou subtom quente, profundidade escura e alta intensidade e cartela sazonal primavera quente. Os amarelos recomendados apresentam características semelhantes às observadas em cartelas quentes, com presença de dourados e amarelos intensos. Os roxos indicados, por sua vez, apresentam aquecimento perceptível, afastando-se dos violetas azulados encontrados em cartelas frias. A predominância da temperatura quente, associada à profundidade elevada e à intensidade alta, favorece cores mais vibrantes e encorpadas, que mantêm equilíbrio com as características naturais da participante.

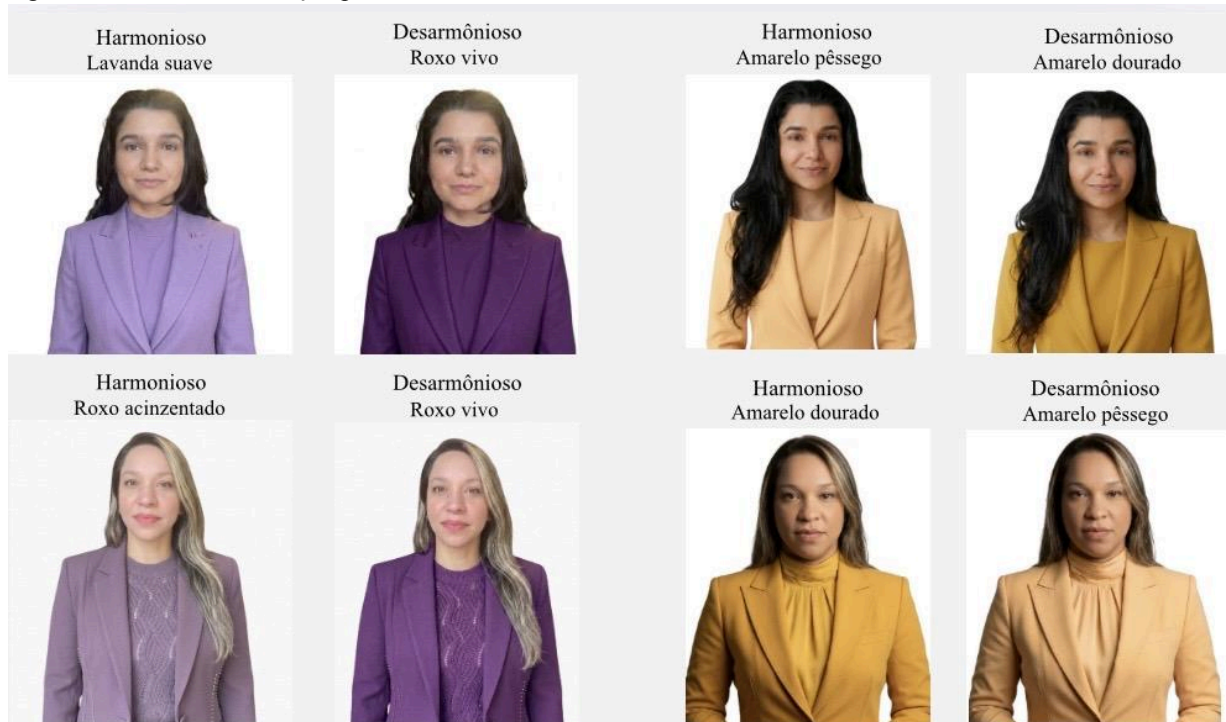
As voluntárias 06, 07 e 08 foram classificadas como Primavera Clara, embora apresentassem diferenças em algumas características individuais, especialmente em relação ao contraste e ao subtom. A Participante 06 possuía subtom neutro e contraste baixo, enquanto as Participantes 07 e 08 apresentaram subtom quente e contraste alto. Apesar dessas particularidades, as três demonstraram maior harmonização com tonalidades de amarelo claras, luminosas e de baixa intensidade, bem como com roxos suaves, delicados e pouco profundos. Observa-se que, nesses casos, a profundidade clara e a baixa intensidade exerceram maior influência na seleção das cores do que o contraste individual.

Os amarelos sugeridos têm um ar leve e iluminado, realçando a luminosidade do rosto, e os roxos vêm em versões atenuadas, para equilibrar o visual. Isso tudo nos leva a concluir que a cartela sazonal não é determinada apenas pelo contraste pessoal, mas, sim, pela interação entre temperatura, intensidade e profundidade, além da maneira como a pele reage às diversas tonalidades durante a análise cromática. Assim, percebeu-se que cores muito escuras ou saturadas conferem um peso visual maior, enquanto cores claras e iluminadas favorecem uma harmonia estética maior e valorizam mais a imagem dessas participantes.

4.4 Amarelo e roxo em duas voluntárias

Com a intenção de fazer uma última verificação sobre o impacto das variações tonais das cores amarelo e roxo, foram captadas fotografias de 2 voluntárias que participaram da Fase 2 (Etapa 2), com os tons de amarelo e roxo pertencentes à sua cartela pessoal.

Figura 9 - Comparação entre tonalidades harmoniosas e não harmoniosas de amarelo e roxo em duas voluntárias segundo a análise de coloração pessoal.



Fonte: Elaborada pelas autoras (2026)

Na análise visual da imagem é possível concluir que as pequenas variações nas tonalidades das cores (amarelo e roxo) estudadas foram capazes de produzir resultados nítidos que harmonizaram a cor do vestuário com a coloração individual das participantes, gerando valorização global da imagem, quando utilizadas as cores pertencentes à cartela pessoal e comprova que pequenas variações nas dimensões cromáticas (temperatura, saturação e profundidade) dos matizes roxo e amarelo produzem efeitos nítidos na harmonização estética das participantes. Observa-se que as cores Lavanda suave e Roxo acinzentado atuam em perfeita consonância com a beleza natural das participantes, neutralizando sombras faciais, uniformizando a tez e conferindo viço. Em contrapartida, o Roxo vivo gera um efeito desarmonioso, sobrecarregando as feições e evidenciando um aspecto de palidez ou cansaço. O equilíbrio visual é atingido quando há correspondência exata de intensidade e profundidade. Para a primeira participante de subtom quente, o Amarelo pêssego ilumina a pele de forma radiante, enquanto o Amarelo dourado deixa um aspecto saturado. Já para a segunda participante, de contraste mais profundo, o Amarelo dourado é o responsável por realçar sua

vitalidade, ao passo que o Amarelo pêssego a deixa opaca.

Esses achados cumprem o objetivo deste estudo ao validar que a harmonia na coloração pessoal não depende do matiz em si, mas sim do alinhamento preciso entre as propriedades da cor e as características cromáticas individuais. Portanto, a escolha tonal correta atua como um elemento ativo de valorização da imagem, garantindo autenticidade, equilíbrio estético e vitalidade visual.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo permitiu alcançar o objetivo proposto ao demonstrar, de forma prática e fundamentada, como as variações tonais relacionadas à temperatura, intensidade e profundidade cromática influenciam diretamente a harmonia estética e a valorização da imagem individual na análise de coloração pessoal. A investigação evidenciou que a definição da cartela sazonal possibilita compreender com maior precisão a interação entre as características naturais de cada indivíduo e as diferentes tonalidades das cores, contribuindo para escolhas cromáticas mais harmoniosas e adequadas ao contexto da Moda.

Os resultados obtidos também permitiram relacionar os dados do levantamento inicial com as análises cromáticas realizadas nas oito voluntárias. Na primeira etapa da pesquisa, o amarelo e o roxo foram apontados por grande parte das 68 respondentes como cores bonitas, porém difíceis de utilizar. Entretanto, a análise prática demonstrou que essas cores podem apresentar excelente harmonização quando suas variações tonais são compatíveis com as características cromáticas individuais. Esse resultado torna-se evidente ao observar que a Participante 01, classificada como Verão Claro, apresentou maior harmonia com amarelos suavizados e levemente azulados, como o amarelo limão suave, além de lavandas e roxos claros. Em contrapartida, a Participante 04, pertencente à cartela Primavera Brilhante, apresentou melhor resposta a amarelos vibrantes, como o amarelo girassol, e a violetas intensos. Dessa forma, constatou-se que a dificuldade frequentemente atribuída ao amarelo e ao roxo não está relacionada às cores em si, mas à adequação de suas dimensões tonais, temperatura, intensidade e profundidade, às características cromáticas de cada indivíduo.

Outro aspecto relevante observado durante a pesquisa refere-se ao fato de que a classificação sazonal não depende exclusivamente do contraste pessoal. Os resultados evidenciaram que a definição da cartela cromática ocorre principalmente pela forma como a pele reage às diferentes tonalidades sob iluminação natural. Durante as análises, verificou-se que determinadas cores promoviam maior uniformidade da pele, suavização de sombras,

luminosidade facial e equilíbrio visual, enquanto outras produziam efeitos opostos. Esse comportamento reforça a importância da observação conjunta entre tecido, pele e luz no processo de análise cromática, demonstrando que a harmonia visual resulta da interação entre múltiplos fatores e não apenas da observação isolada de características físicas.

Como limitação deste estudo, destaca-se o número reduzido de participantes sob medidas de análise prática, composto por oito voluntárias. Embora essa quantidade tenha sido adequada para uma investigação qualitativa aprofundada, estudos futuros poderão ampliar a amostra e incluir diferentes perfis populacionais, possibilitando novas comparações e validações dos resultados encontrados. Recomendamos, ainda, investigar a aplicação dos princípios da coloração pessoal no desenvolvimento de coleções de moda, figurinos, maquiagem, joalheria, acessórios e peças sob medida, analisando de que forma o conhecimento sobre temperatura, intensidade e profundidade cromática pode contribuir para escolhas projetuais mais alinhadas às características individuais dos usuários. Também sugerimos a realização de estudos com o público masculino e com diferentes faixas etárias, ampliando a compreensão dos efeitos das variações tonais na percepção estética e na construção da imagem pessoal. Dessa forma, espera-se que os resultados aqui apresentados contribuam para ampliar o conhecimento sobre a aplicação da coloração pessoal no Design de Moda, fortalecendo o diálogo entre prática profissional, consultoria de imagem e produção científica.

AGRADECIMENTOS

Queremos, antes de tudo, agradecer a Deus pela força, inspiração e resiliência que recebemos durante nossa jornada acadêmica. Nossa sincera gratidão se estende à família pelo apoio e confiança demonstradas em cada etapa desse percurso. À nossa orientadora, somos imensamente gratas pela dedicação, conselhos valiosos, paciência e sensibilidade em nos orientar neste projeto, o que foi essencial para nosso crescimento acadêmico e profissional. Também agradecemos aos amigos, voluntários, docentes e ao IFSC, que nos proporcionaram um ambiente de aprendizado indispensável para a realização deste estudo.

REFERÊNCIAS

ARNHEIM, **Rudolf**. **Art and visual perception**: a psychology of the creative eye. Berkeley: University of California Press, 2004.

BARROS, Lilian Muller, **A cor no processo criativo**: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de

Goethe 4.ed. São Paulo: Senac São Paulo ,2011.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOETHE, Johann Wolfgang von. **Doutrina das cores**. Tradução de Marco Giannotti. 2. ed. São Paulo: Nova Alexandria, 2013.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação**: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.

HALLAWELL, Philip. **Visagismo**: harmonia e estética. São Paulo: Senac, 2010.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

ITTEN, Johannes. **The art of color**: the subjective experience and objective rationale of color. New York: Van Nostrand Reinhold, 1970.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LÜSCHER, Max. **The Lüscher color test**. New York: Random House, 1999.

MACIEL, Dulce Maria Holanda; DOS SANTOS, Fabiana Ludwig; SAN ROMÁN, Schirlei Martins O. O PENSAR CRIATIVO - O PROCESSO CRIATIVO E O ENSINAMENTO DAS CORES. **Revista Apotheke**, Florianópolis, v. 2, n. 1, 2022. DOI: 10.5965/24471267212016214. Disponível em:

<https://revistas.udesc.br/index.php/apotheke/article/view/7446>. Acesso em: 1 maio. 2026 Doi: <https://doi.org/10.5965/24471267212016214>

MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos, 2023. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br>. Acesso em: 02. dez. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 621–626, 2012. DOI: 10.1590/S1413-81232012000300007.

NEWTON, Isaac. **Opticks**: or, a treatise of the reflections, refractions, inflections and colours of light. London: Royal Society, 1704.

SILVEIRA, Laiana Pereira da; SCHNEID, Frantieska Huszar. **Semiótica da moda: o vestuário como um meio de comunicação**. *Revista Poliedro*, Pelotas, v. 3, n. 3, p. 48-59, 2019.

STUDIO IMMAGINE. **Coloração pessoal**. [s.d.] Disponível em: <https://studioimagine.com.br/>. Acesso em: 4 maio 2026.

ULRICH, Luciana. **O impacto das cores na imagem pessoal e profissional**. Cuaderno 97 – Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Buenos Aires, n. 97, p. 55-64, 2022.

VILLAÇA, Nízia. **A edição do corpo: tecnociência, artes e moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2007.

CAYGILL, Suzanne. Color the essence of you. Celestial arts, 1980.