

Para saber mais: Cores - Significados e sentimentos associados

As cores são elementos importantíssimos em uma composição gráfica e utilizadas com atenção por todos os profissionais que trabalham com artes, fotografia e design. Elas devem ser exploradas para conferir identidade a um projeto, mas podem também fazer referência a sensações e sentimentos.

Dessa forma, a definição de uma paleta de cores em um projeto não pode ser aleatória. Seja para criar uma identidade visual do zero ou escolher imagens que entrarão numa composição, é preciso ter atenção aos estímulos que as cores *tendem* a causar nas pessoas, afinal de contas, nós, designers, somos os profissionais que manipulam elementos visuais para transmitir mensagens.



A equipe de pós-produção do filme *Mad Max: Fury Road* adicionou novas cores para as imagens. Repare como o resultado mais alaranjado faz a ação ficar ainda mais intensa, quente e árida.

Crédito: 20th Warner Bros. Pictures. Licença: Todos os Direitos Reservados.



Já nessa cena de *Harry Potter e as Relíquias da Morte parte 2*, os tons mais azulados e escuros a tornam mais fria e reforçam a tristeza do personagem.

Crédito: 20th Warner Bros. Pictures. Licença: Todos os Direitos Reservados.

Considerando as sensações mais comuns que as cores transmitem, podemos dividi-las em três grandes categorias associadas à *temperatura*, conforme conceito elaborado pelo psicólogo alemão Wilhelm Wundt (1832-1920):

Quentes: são as mais dinâmicas e estimulantes e geralmente associadas ao calor, vitalidade, excitação, alegria e movimento.

Vermelho: Associações mais comuns: energia, poder, paixão e amor. Comum em companhias aéreas, empresas automobilísticas e alimentos.

Amarelo: Alegria e otimismo. Muito utilizada por restaurantes *fast food* e alimentos, por vezes em conjunto com o vermelho.

Laranja: Alegria, vitalidade, prosperidade e sucesso. Tem associação recorrente com empresas de tecnologia.

Frias: São tidas como estáticas e suaves, podem passar a mensagem de calma e tranquilidade. Além disso, são relacionadas ao frio, água e gelo.

Azul: Confiabilidade, segurança, tranquilidade e serenidade. Empresas de tecnologia que trabalham com informação costumam adotá-la.

Verde: Natureza, esperança, saúde, vitalidade e juventude.

Roxo: Luxo, criatividade, mágica e sabedoria.

Neutras: Compreende os tons pastéis e pouco saturados, que refletem pouca luz, e como diz o nome, não estão diretamente ligadas às sensações opostas das quentes e frias.

Cinza: Estabilidade, solidez e sofisticação.





















A identidade visual das marcas procuram explorar as sensações despertadas pelas cores para reforçar o conceito por trás do que elas entregam.

Lembre-se: embora todas as associações entre cores e sensações sejam baseadas em tendências, você **não** é obrigado a segui-las. As cores que você vai escolher para o seu projeto devem acompanhar uma linha de raciocínio que faça sentido *dentro do projeto. Ou seja, suas decisões podem, inclusive, ir contra as tendências se esse for o seu objetivo. O importante é criar um conceito sólido e aplicá-lo no seu trabalho.*

Bibliografia recomendada

o essencial da cor no design



O livro *O essencial na cor no design* aborda com bastante profundidade tanto a teoria quanto a prática no uso deste componente tão importante nas criações visuais. Além de ser rico em exemplos trata desde a forma como nossos olhos enxergam as cores até como elas são impressas. Leitura fundamental para enriquecer o seu trabalho.