

Mais sobre cores

As cores são elementos importantíssimos em uma composição gráfica e utilizadas com atenção por quem trabalha com materiais visuais. 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*. Para criá-la é preciso ter atenção aos estímulos que as cores *tendem* a ter nas pessoas.

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

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

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

Amarelo: Alegria, otimismo e alegria. 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: Já as frias são tidas como estáticas e suaves, podem passar a mensagem de calma e tranquilidade. Além disso, são relacionadas ao frio, à água e ao 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 procura explorar as sensações despertadas pelas cores para reforçar o conceito por trás do que elas entregam.

Lembre-se: embora todas essas 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.*

No que diz respeito à uma apresentação, tenha em mente a *sensação* que você deseja transmitir. Repare nos dois exemplos abaixo como apenas a mudança das cores faz com que os slides tenham climas totalmente diferentes.



O conteúdo das apresentações é idêntico, mas repare como os slides dão a impressão de tratar de assuntos distintos. Isso ocorre por causa do uso das cores! O material com tons de azul parece ser mais formal, enquanto que o amarelo com laranja nem tanto. As cores mais frias passam mais calma, enquanto que as quentes são mais estimulantes. Tenha em mente o público e o objetivo da sua apresentação para produzir um arquivo que esteja em linha com o que pretende alcançar.