Psicologia das cores

CAMILA **BENTO**

O que é Psicologia das Cores?

A **Psicologia das Cores** é o estudo que mostra a forma como nosso cérebro identifica e transforma as cores em **sensações**. Algumas descobertas sobre a psicologia das cores mostram até mesmo o efeito dela sobre nosso **comportamento**.

As cores são elementos importantes no processo de **comunicação** e um componente com grande influência no nosso cotidiano, interferindo nos **sentidos, emoções e decisões**.

O conceito se tornou um tópico relevante em **marketing**, **arte**, **design** e em muitas outras áreas e as cores são utilizadas também para que os logos e a **identidade visual** de uma marca seja lembrada pelo nosso cérebro.

De acordo com um estudos, *90% das decisões instantâneas* relacionadas às compras são tomadas por influência das cores.

Por isso é importante saber o que elas **significam**.

Vermelho

Amor, paixão, fúria, ira, desejo, energia, velocidade, força, felicidade, satisfação, romantismo, charme, leveza, poder, calor, agressão, perigo, fogo, sangue, guerra, violência.

O **vermelho** é uma cor que está associada a **emoções intensas**, por ser uma cor **vibrante** ela é muito usada para chamar atenção, ao representar **força, poder, coragem e perigo**.
É muito comum a presença da cor vermelha em **campanhas promocionais** – principalmente no varejo. Essa cor estimula a ação, pois é uma **cor quente** que chama a atenção dos leitores. Além disso, também desperta o **apetite**, as marcas como Burger King e MCDonald's possuem essa cor em sua marca por esse motivo.

Em alguns filmes, quando um personagem - principalmente feminino - quer se **destacar** de alguma forma ele aparece com algum **elemento** na cor **vermelha**, isso acontece porque ela também é **estimulante** e **excitante**, com uma forte ligação à **sexualidade**.

O vermelho causa um forte **impacto** em quem se depara com ele e, consequentemente, o **corpo reage**.








Imagens: iStock

Amarelo

Sabedoria, conhecimento, relaxamento, alegria, felicidade, otimismo, idealismo, imaginação, esperança, claridade, verão, desonestidade, covardia, traição, inveja, cobiça, engano, doença, perigo.

O **amarelo** é a cor que mais representa o **intelecto**, pois está diretamente ligada com o **lado esquerdo** e **lógico** do nosso cérebro. Para muitos, a cor passa a ideia de **criatividade**, novas **ideias** e novas formas de fazer as coisas.

Não é atoa que os *post-its* e blocos de notas foram inventados em **amarelo**. Muitos locais de trabalho a utilizam em sua **decoração** ou paredes, pois desperta em seus funcionários o desejo de **produzir, de conhecer e agir**.

A cor amarela é **iluminadora**, oferece **esperança, felicidade e diversão**. É uma cor quente e pode estimular uma sensação de **alegria**. Porém, seu uso deve ser feito com moderação. Utilizar muito amarelo pode causar **ansiedade, nervosismo, apreensão e agitação**.







Imagens: iStock

Laranja

Humor, energia, equilíbrio, calor, entusiasmo, vibração, expansão, extravagância excesso.

O **laranja** é uma derivada da mistura de duas cores quentes: **vermelho e amarelo**. Essa cor é muito **enérgica**, desperta o **ânimo**, além de estimular a **criatividade** e auxiliar na **atração** de consumidores.
Para o laranja a psicologia das cores atribui a sensação de **alegria, sociabilidade e animação**. Este é o tom de encorajamento, otimismo e **autoconfiança**.
Em comparação a cor vermelha, o laranja acaba tendo a vantagem de ser mais **agradável** aos olhos (no sentido de **intensidade**).
No mundo das marcas, o laranja representa **criatividade, alegria e confiança** nas empresas. De modo geral, podemos observar essa cor em marcas que querem retratar **acessibilidade** e **espírito jovem**.








Imagens: iStock

Verde

Cura, calma, perseverança, autoconsciência, orgulho, natureza, meio ambiente, saúde, boa sorte, renovação, juventude, vigor, generosidade, fertilidade, ciúme, inexperiência, inveja, imaturidade, destruição.

A cor **verde** é uma cor bastante significativa, ela é associada ao **natural**, ao **equilíbrio** e ao **crescimento**. É uma cor que traz sensações de **segurança**, simbolizando **harmonia, cura, saúde e consciência ambiental**.
Essa cor também representa **segurança e autossuficiência**. Os tons mais **escuros** de verde podem ser relacionados a **dinheiro**, riqueza e prestígio, enquanto os tons mais **claros** são relacionados ao renascimento, crescimento e frescor.
Quando pensamos na cor verde, imediatamente ligamos à **natureza**. Isso é comum, principalmente em países como o **Brasil**, onde a natureza é bem **vasta**.
Geralmente o verde é utilizado em **lojas, hospitais e clínicas médicas** para passar sensação de **relaxamento e calma** aos visitantes e pacientes. Além disso, locais que precisam transparecer **tranquilidade** também optam pelo verde, por ser uma cor bem equilibrada.

No entanto, **muito verde** pode levar a sentimentos de **inveja, ganância, ciúme e egoísmo**.








Imagens: iStock

Azul

Fé, espiritualidade, contentamento, lealdade, paz, tranquilidade, calma, estabilidade, harmonia, unidade, confiança, verdade, confiança, segurança, limpeza, ordem, céu, água, frio, tecnologia.

O **azul** é uma das cores **preferidas universalmente**, não à toa, essa cor está associada a sentimentos de **paz e calmaria**.

No cérebro humano ele causa um **efeito calmante**, **reduz a tensão** e o medo, diminui a pulsação e apetite. Além disso, é uma cor que **estimula a criatividade** e transmite a sensação de **sucesso e conquista**.

Já o **azul escuro** traz a sensação de **poder, glória e segurança**. Esse tom é comum em espaços corporativos e tem como característica a capacidade de levar s**egurança e tranquilidade** para as pessoas.
O tom de **azul** à oportunidade de estabelecer um **relacionamento** baseado em **confiança** , como sugere a própria cor.

Além disso, a tonalidade reforça o DNA tecnológico da empresa, já que é facilmente visto em **marcas** com essa mesma intenção, como **Facebook. LinkedIn, Twitter** e outros grandes nomes.








Imagens: iStock

Rosa

Amor, delicadeza, feminilidade, doçura, amabilidade, gentileza, sensibilidade, juventude, refinamento.

A cor **rosa** pode ser classificada em tons mais **suaves** e tons mais **fortes**, seus significados **variam** conforme a tonalidade, apesar disso, todos os **sentimentos** atribuídos a essa cor são **positivos**.
O rosa em tons mais **suaves** simboliza **delicadeza,** inocência, romantismo e proteção. Já os tons mais **intensos** representam **modernidade** e são muito utilizados para despertar a atenção do público.
Em lojas e estabelecimentos que comercializam **doces** é muito comum o uso de **tons de rosa**. Isso acontece porque a cor transmite a sensação de **doce e suavidade**, não há cor que combine melhor com as **sobremesas**.
Sem dúvida, é uma cor que chama a atenção de todos que se deparam com ela e, entre as sensações que gera, estão o **amor**, satisfação, charme, delicadeza, leveza, romantismo e feminilidade.








Imagens: iStock

Roxo

Realeza, nobreza, espiritualidade, cerimônia, mistério, transformação, sabedoria, conhecimento, iluminação, crueldade, arrogância, luto, poder, sensibilidade, intimidade.

Roxo ou **violeta** é uma cor historicamente conhecida como da **realeza e nobreza** e também é associada a **imaginação e espiritualidade**.
Assim como o amarelo e laranja, o violeta também é uma cor capaz de **estimular a criatividade** e novas **ideias**, assim como também pode ser associado à **tecnologia** e à **ciência**.
Muito comum em marcas de **produtos de beleza**, **SPAs**, **clínicas de estética**, **linhas de maquiagem** e **cremes hidratantes**.

O roxo também é capaz de trazer sensações de **calmaria e tranquilidade**. Por isso, vários temas espirituais são representados com esta cor.







Imagens: iStock

Marrom

Materialismo, terra, casa, ar livre, confiabilidade, conforto, resistência, estabilidade, simplicidade, rústico.

O **marrom** é uma cor que representa **sofisticação e seriedade**. Ele é capaz de transmitir conceitos que se associam à **natureza e segurança**.
É muito comum vermos a aplicação dessa cor em **produtos orgânicos** e em coisas relacionadas à **natureza**, pois traz a sensação de um produto **rústico e aconchegante**.
A cor marrom também remete a **elegância**, por isso é muito comum seu uso em segmentos de **design de interiores**, **pisos**, **móveis**, **empórios**, lojas com **produtos exclusivos** e **gourmet**.
O marrom está ligado ao **materialismo, ar livre, campo, terra, conforto, resistência, aconchego, durabilidade e simplicidade**.








Imagens: iStock

Preto

Poder, sensualidade, sofisticação, formalidade, elegância, riqueza, mistério, medo, anonimato, infelicidade, profundidade, estilo, mal, tristeza, remorso, raiva.

O **preto** é a cor mais **poderosa** e **neutra** do espectro de cores. Ela é uma cor **elegante**, **forte** e combina com todas as outras cores.

Essa cor transmite a sensação de **poder, luxo e elegância**. De forma negativa ela pode ser relacionada ao medo, luto, tristeza, depressão, por ser fria e impessoal, acaba se tornando a cor mais ligada ao **luto** e à **tristeza**.

Em **tipografias** o preto tem um papel muito importante devido a sua neutralidade. Ela é capaz de se destacar e dar legibilidade na hora da leitura, além de ser uma das cores mais utilizadas em **impressões**.













Imagens: iStock

Branco

Proteção, amor, respeito, pureza, simplicidade, limpeza, paz, humildade, precisão, inocência, juventude, nascimento, inverno, neve, bom, casamento.

O **branco** é uma cor neutra denominada como "**cor pura**" e na simbologia não existem características negativas para ela.

Apesar de sua **neutralidade**, essa cor é capaz de **transformar** outras cores, quando combinadas. Alguns sentimentos que ela traz são de **calmaria**, **paz**, **sabedoria, limpeza e pureza**.
Essa cor também é representativa por seus significados, as **noivas** usam branco (pureza), **religiões** usam branco (espiritualidade), profissionais da **saúde** usam branco (limpeza) e muitos usam branco quando um **novo ano** vai começar (recomeços).

Em **materiais impressos**, blogs e sites o branco é muito usado como fundo. Isso acontece porque a cor permite que outras áreas se **destaquem**, como CTAs (chamadas para ação) e informações importantes.








Imagens: iStock

Cores x Emoções

Quando falamos na **escolha de cores** acabamos revelando muitas **emoções** presentes em nosso subconsciente, a verdade é que as cores são capazes de causar alguns **efeitos**, sendo eles:

Efeito biológico

As **cores** são capazes de afetar nosso organismo. Pesquisas apontam que as cores **verde e azul** suaves fazem com que nosso corpo produza mais substâncias químicas que **relaxam** e **tranquilizam**.

Já o **vermelho**, aumenta nossa frequência cardíaca e estimula a fome.

Efeito emocional

Nosso **humor** também pode ser afetado pelas **cores**. O amarelo, por exemplo, desperta **alegria**, otimismo.

Já o **preto**, quando em excesso, pode causar um efeito contrário, gerando um **estado deprimido**.

Efeito psicológico

Cores podem ser ótimas ferramentas para auxiliar em fatores **psicológicos**. A **cromoterapia**, por exemplo, é a prática pseudocientífica que utiliza a luz de diferentes cores no tratamento de doenças.

Cromoterapeutas alegam que este método é capaz de **equilibrar** as "**energias**" do corpo humano, tratando doenças e trazendo **bem-estar.**

Efeito cultural

A **história das cores** está muito relacionada a fatores **culturais**, elas geram uma grande influência em nosso cotidiano. Um exemplo claro, mas que gera controvérsias, é a tradicional associação da cor azul para menino e rosa para menina.

Já a cor **preta** é muito associada ao luto e a composição de **verde, azul e amarelo** remete, aos brasileiros, à bandeira do **Brasil**.

Cores no Marketing

Não distante de âmbitos mais específicos, as cores têm grande **poder** no **marketing**. "Assim como os seres humanos, podemos pensar que quando vamos **criar** uma **marca**, vamos criar também uma pessoa com **identidade**, **código genético**, **forma de falar** e uma **história para contar**. Seguindo essa analogia, a **aparência** dessa marca também comunica, então as cores são a **extensão** dessa **comunicação**.

Dependendo da forma que eu for comunicar, se estou vendendo um **produto ou serviço** e se eu fizer uma **escolha errada** de cor, posso causar um **ruído** na comunicação e aí terei problemas depois como mudar cor, atualizar logo, ou, pior, ter meu **público confuso** sobre o que eu faço e qual minha atividade como marca. As cores comunicam **visualmente** qual é a **história da marca**".

A construção de **identidade visual** está completamente associada ao cuidado de uma escolha minuciosa da **paleta** e deve ter o mesmo peso do **planejamento estratégico**, já que se baseiam em **elementos visuais** que farão o ***branding*** da sua marca e colocará a marca na **mente do consumidor**.

"Por exemplo, a **Coca-Cola** é associada ao **vermelho**, representando **força, sedução, sede, impulso**.

O **Nubank**, com o logo **roxo**, fala muito de **transformação**, traz consigo ar de **mudança** e, de fato, é a proposta: **revolucionar** o mercado financeiro no Brasil. A cor **não** é uma **escolha aleatória**, ela te ajuda a contar ainda melhor a sua **história** de marca e é a ferramenta **essencial** no seu processo de ***branding***".

O processo de compra

É importante também falar sobre o **processo de compra** - fato que as cores influenciam **completamente**. "Não é à toa que temos definidas a **cor, forma e posição** do **botão de compra**. Ao passo que no processo de compra geralmente temos um **botão verde** para dar a sensação de algo **concluído**. As cores vão ajudar nessa construção, pois somos seres extremamente **visuais** e é automático abrir um site e olhar direto para onde as cores chamam mais a **atenção**. Esse **processo** de cores **ajuda** na jornada de compra do consumidor, tanto do **ambiente digital** quanto **PDV**",.

A **influência** das cores se tornou um **processo automático**. "Se pegarmos um material com **muita cor**, nossos olhos serão atraídos para os tons mais **quentes**, por isso a importância de se apropriar do conhecimento do **círculo cromático** sobre como as cores influenciam na nossa **percepção** para garantir que sua comunicação está sendo entregue da **melhor maneira** e que você está usando as cores **a favor** da sua marca e seu negócio.

Cores no Design

As cores estão presentes em todos os lugares, no design não é diferente. Primeiro que **cor comunica muito**, ela é uma das partes **primordiais** na **comunicação visual**. Claro que conseguimos fazer uma comunicação em **preto e branco**, mas ela ainda sim são cores e comunicam alguma coisa. Fora isso eu acredito que nós como humanidade nos afeiçoamos muito as cores, elas também significam historicamente para nós. Por exemplo: foi construído que tal cor significa tal coisa e muitas vezes **inconscientemente** já temos aquela sensação.

As cores já estão no nosso inconsciente. Elas são **importantes** e já ficam marcadas na

primeira idade, quando olhamos para algo sempre vemos a **cor em primeiro lugar**.

Dentro do **design** sempre que você ver um **conjunto de cores** que é ligado a uma marca que já está na cabeça do

público sempre vamos ligar a isso. Já é comprovado que as pessoas **lembram** das marcas por meio das **cores**.

As cores são muito importantes no design pois **representam** aquilo que você quer comunicar para as pessoas que já tem uma afeição a elas."

Cores e Identidade Visual

Na hora de criar sua **identidade visual** o processo de escolha de cores é muito importante. É uma via de dois lados, primeiro você entende a **proposta** , o que a marca pretende representar. A partir disso o designer faz um **estudo** nas cores que mais se encaixam naquela **ideia**. Por isso é muito importante ter uma escolha de cores **assertiva**, pois ela vai **falar muito sobre sua marca**. Essa escolha pode fazer muita **diferença** em seu negócio e influenciar no seu sucesso.

Escolhendo a cor ideal

Não existe uma fórmula mágica, mas tem um **caminho** para chegar naquilo que você irá decidir.

É necessário partir de **4 passos** fundamentais:

1 - Pesquise sobre o **significado** das **cores**;

2 - Entenda o que você pretende **representar** com sua **marca** ou **empresa**;

3 - Dentro das **possibilidades** de cores e tons e defina qual tom está em **alta** e qual faz mais **sentido** para sua empresa;

4- Encontre um **equilíbrio** entre a **pesquisa** ;

Referências

EVA HELLER - A Psicologia das Cores: Como as cores afetam a emoção e a razão.
Disponível em g.co/kgs/pXcxdq

ROCK CONTENT - Entenda o que é Psicologia das Cores e descubra o significado de cada cor.
Disponível em rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/

VERY WELL MIND - Psicologia da Cor: Isso afeta a maneira como você se sente?
Disponível em verywellmind.com/color-psychology-2795824

LONDON IMAGE INSTITUTE - Psicologia da Cor: Como as cores afetam o humor e as emoções? Disponível em londonimageinstitute.com/how-to-empower-yourself-with-color-psychology/