

DESIGN GRÁFICO

O INCRÍVEL MUNDO *das cores*

PATRICIA POYATOS



LISTA DE FIGURAS

Figura 2.1 – Cores aliadas a símbolos podem até mesmo dispensar palavras.	5
Figura 2.2 – Semiótica: cores têm funções arbitrárias	6
Figura 2.3 – Objetos e formas à noite possuem menos distinção de cor e forma	7
Figura 2.4 – Anatomia da retina humana	8
Figura 2.5 – Ondas vistas pelos três tipos de cones	9
Figura 2.6 – Luz do sol é quem nos dá o melhor espectro de cores.	10
Figura 2.7 – Isaac Newton em seu estúdio e seu estudo de luz	10
Figura 2.8 – Prisma de Newton	11
Figura 2.9 – As cores do arco-íris encontradas por Newton	12
Figura 2.10 – Círculo cromático de Goethe para o livro <i>Teoria das Cores</i> , em 1810	14
Figura 2.11 – Círculo cromático de Itten, e as variações de cores primárias e secundárias	16
Figura 2.12 – Capa do livro de Johannes Itten	16
Figura 2.13 – Roda da cores, ênfase nas cores primárias	17
Figura 2.14 – Cores secundárias	18
Figura 2.15 – Misturas de cores terciárias	18
Figura 2.16 – Cores complementares são as inversamente opostas	19
Figura 2.17 – Cores complementares ajudam a equilibrar as vibrações e geralmente combinam bem	19
Figura 2.18 – Combinação em tríade de três cores secundárias.	20
Figura 2.19 – A combinação pode ficar muito estranha com combinações fiéis aos tons	20
Figura 4.20 – Combinação das cores com matizes e tons equilibrados	21
Figura 2.21 – Roda cromática com cores análogas do amarelo.	22
Figura 2.22 – Exemplo de cores análogas.	22
Figura 2.23 – Café Terrace de Van Gogh	23
Figura 2.24 – Alries de Van Gogh	23
Figura 2.25 – Imagem inspirada no movimento Fauvista	24
Figura 2.26 – Harmonia de Viver, Henri Matisse	24
Figura 2.27 – Escalas de tons ou matizes	26
Figura 2.28 – Vermelho vivo e os tons queimados ou sujos do mesmo vermelho.	26
Figura 2.29 – Obra de Haring, sem nome.	27
Figura 2.30 – Obra de Haring, Fear.	27
Figura 2.31 – Lichtenstein queimava suas cores limpas com retículas, equilibrando a luminosidade	28
Figura 2.32 – Mar de fogo	29
Figura 2.33 – Escala tonal de valores	29
Figura 2.34 – Experiência de absorção da luz	30
Figura 2.35 – Cinzas podem se tornar quentes ou frios	30
Figura 2.36 – Escalas tonais nas rodas cromáticas	31
Figura 2.37 – Paleta referência em tons pastel de azul e magenta	33
Figura 2.38 – Criação de uma ilustração monocromática com a paleta e suas matizes	34
Figura 2.39 – Imagem com quatro matizes e suas tonalidades	34
Figura 2.40 – Cores de tendência do Pantone no verão de 2018	35
Figura 2.41 – Cores usadas com a função de organizar e hierarquizar	37

Figura 2.42 – As cores e seus significados segundo o Dicionário de Cores.	42
Figura 2.43 – O vermelho em dois momentos: alertando e representando amor carnal.....	44
Figura 2.44 – Significado das cores nas marcas.....	45



SUMÁRIO

2 O INCRÍVEL MUNDO DAS CORES	5
2.1 Para ficar mais por dentro do assunto.....	7
2.2 Mas, afinal, o que são cores?.....	9
2.3. Ainda com Newton e Goethe.....	12
2.4 Círculos cromáticos.....	14
2.5 Como usar (e entender) os círculos cromáticos	16
2.6 Cores, matizes, saturações e o mundo torna-se ainda mais belo!.....	25
2.7 Combinando cores e seus significados	32
2.8 Cores e semiótica no Branding	38
REFERÊNCIAS.....	48

2 O INCRÍVEL MUNDO DAS CORES

Dizem que uma imagem vale mais que mil palavras. Concordo, já que, para ler ou escutar, as palavras percorrem um grande caminho pelo nosso organismo, desde sua absorção (seja através dos ouvidos ou dos olhos) até sua interpretação dentro de nossa cabeça. Já um desenho pode ser uma espécie de abreviação de várias frases, como 'não ultrapasse', 'chão escorregadio', 'o banheiro fica daquele lado', entre outras. Mas eu defendo que existe algo absorvido muito mais rapidamente do que qualquer ilustração, e esse algo é a cor. (PETER, 2014, p. 19).

As cores estão em tudo o que nos cerca, seja na natureza, na publicidade, nas marcas, nas placas de trânsito. A cor é a primeira coisa a ser captada pelo nosso olho, a matiz propriamente dita, para, depois, percebermos as formas, desenhos, símbolos e signos. Se observarmos isso com carinho, não teremos dificuldade nenhuma em entender a importância da cor na comunicação. As cores não são acessórios, mas o maior aliado de uma boa comunicação visual.



Figura 2.1 – Cores aliadas a símbolos podem até mesmo dispensar palavras.

Fonte: Shutterstock (2018)

As cores e sons que nos cercam trazem significado e emoção ao nosso dia a dia, por isso, os matizes são profundamente estudados no campo da psicologia das cores. Segundo os autores do livro **O Essencial da Cor no Design**, “uma maneira importante de entender como contextualizar a linguagem da cor é compará-la com a

maneira como entendemos outras línguas. Todas as teorias das cores são, em algum sentido, a teoria das linguagens e o modo como falamos e ouvimos, ou lemos as cores, nos revela muito sobre a maneira pela qual vemos o mundo”. Isso quer dizer que, dentro da Semiótica e da significância das cores, podemos decidir que a significação de uma cor é tão arbitrária quanto os signos que representam e valores que conferimos a elas. Uma visão diferente da atribuída pelos teóricos da psicologia das cores.

Placas, por exemplo, são um claro exemplo disso: o entendimento delas precisa ser universal, rápido e de fácil entendimento. Em casos como esse, as cores têm conotações semióticas precisas: o azul diz o que fazer, o amarelo pede atenção e o vermelho o que não podemos fazer.



Figura 2.2 – Semiótica: cores têm funções arbitrárias
Fonte: Fraser & Banks (2010)

Além desses aspectos, um outro importante é a combinação dessas cores, como utilizá-las sem que entrem em conflito com o sentimento que se deseja passar. As cores não podem estar em conflito com as mensagens que querem passar nem prejudicar a ergonomia da legibilidade do seu trabalho. Entender tudo isso e saber como utilizar esse conhecimento é fundamental para o nosso trabalho.

2.1 Para ficar mais por dentro do assunto

“A cor é luz, por isso, se encontra no grande espectro das radiações que se dividem em outros tipos de vibrações, como ondas de rádio, infravermelhos, visíveis, ultravioletas, gama e cósmica.” (FARINA, 1994)

Não dá para entender de cor sem antes entender como funciona o nosso olho. A visão é um dos principais sentidos humanos, uma das formas de interpretação e percepção mais potente. Segundo FARINA (2014), em seu livro **Psicodinâmica das cores em Comunicação**, “a cor é uma sensação visual criada por nosso cérebro após a sensibilização de nossos olhos por uma onda luminosa”. Com base nessa informação, inferimos, então, que a luz é a principal responsável pela existência das cores para a nossa visão”.

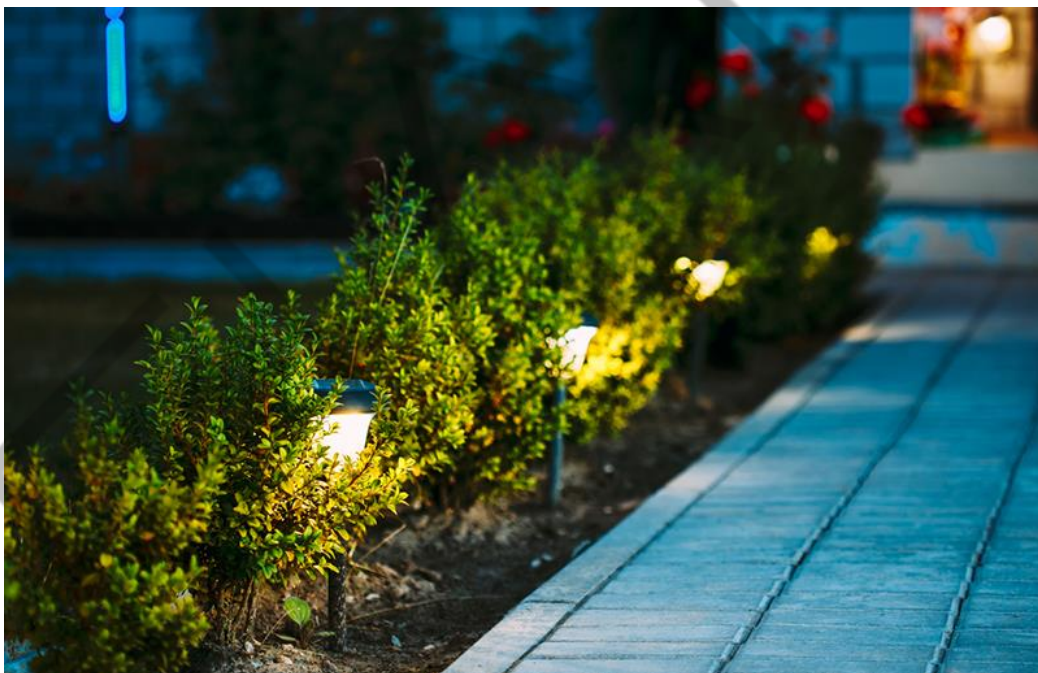


Figura 2.3 – Objetos e formas à noite possuem menos distinção de cor e forma
Fonte: Shutterstock (2018)

Ou seja, somos capazes de captar com o olho diferentes comprimentos de luz visível e transformá-los em estímulos nervosos nos quais entendemos as formas, os tamanhos e as cores em todas as suas gamas.

No entanto, para que isso funcione, precisamos que a retina capte o mínimo de luz. Já perceberam que, no escuro, as cores tornam-se difíceis de serem diferenciadas? Isso acontece, pois fisiologicamente utilizamos os cones e bastonetes para enxergar e, apesar de os bastonetes captarem o mínimo de luz, eles não captam

a frequência das cores, já com luz, os cones se ativam e conseguem captar as diferentes cores.

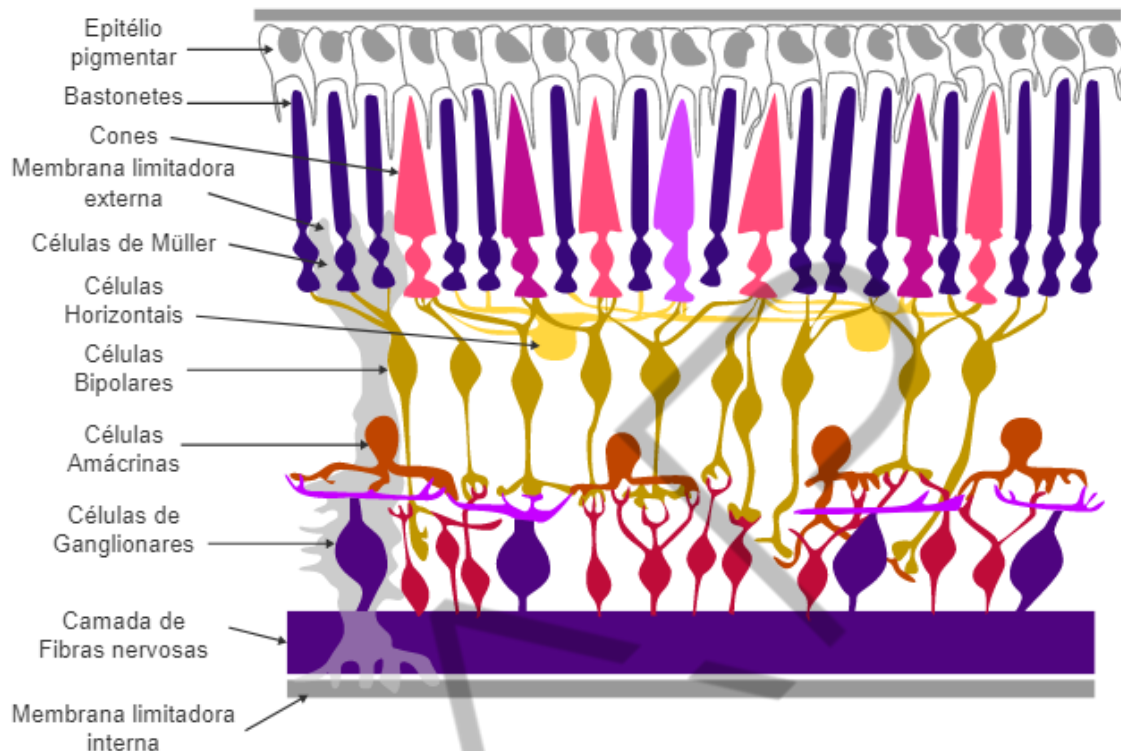


Figura 2.4 – Anatomia da retina humana
Fonte: FEFALIM (2017)

Nós, humanos, possuímos três tipos de cones: longos (L), que captam comprimentos de ondas longas, na faixa do vermelho; os médios (M), que captam ondas na faixa do verde; e os cones *short* ou curtos (S), que captam as ondas na faixa do azul. Esses estímulos misturados são enviados ao cérebro que decodifica as cores e todas as suas tonalidades, dependendo da quantidade de luz absorvida pelos bastonetes.

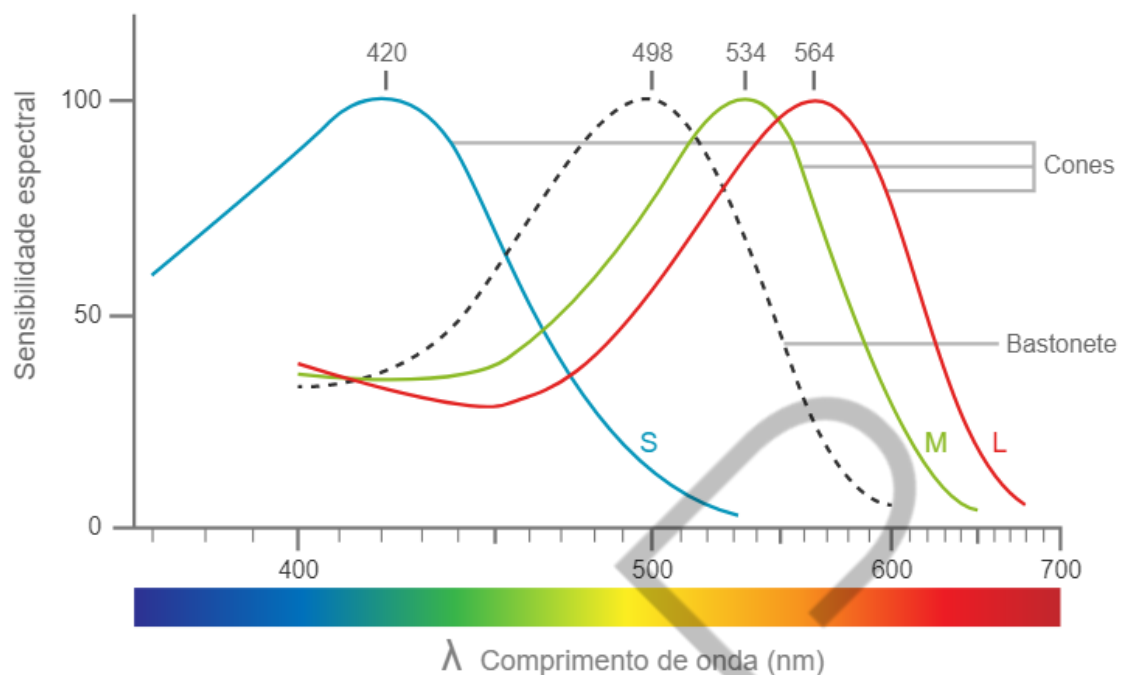


Figura 2.5 – Ondas vistas pelos três tipos de cones
Fonte: FEFALIM (2017)

É interessante perceber que nosso olho trabalha de maneira bem similar às telas RGB, absorvendo a luz e a transformando em cores.

2.2 Mas, afinal, o que são cores?

Para saber usar efetivamente as cores, precisamos entender como funcionam e o que elas são. Durante séculos, artistas trabalharam as misturas de cores, criando efeitos cromáticos de luz, inclusive, sem entender muito bem como funcionavam as cores. Seus sucessos são notáveis, mas somente com o entendimento desse assunto, conseguimos criar e obter, por exemplo, a fotografia colorida.

O Sol é o grande mestre das cores, razão pela qual precisamos sempre dele para obter uma boa visão das cores”. (FARINA, 1994, p. 36).



Figura 2.6 – Luz do sol é quem nos dá o melhor espectro de cores
Fonte: Shutterstock (2018)

Já vimos que as cores são um fenômeno físico. É a luz que incide sobre um objeto, escancarando não apenas suas formas de maneira precisa como suas cores. Mas quando foi que começamos a entender a mecânica disso tudo?



Figura 2.7 – Isaac Newton em seu estúdio e seu estudo de luz
Fonte: Shutterstock (2018)

Isaac Newton, considerado o Pai da Ciência Moderna, foi o primeiro teórico a relacionar a luz com as cores em um grande e importante estudo sobre a natureza e a incidência da luz sobre ela. Sua teoria das cores aborda as questões relativas à refração da luz. Newton defendia que a luz se comportava como pequenas esferas, falava sobre um modelo corpuscular de luz e explicava sua teoria defendendo que:

[a] luz se comportava como pequenas esferas, as quais colidiam elasticamente com uma superfície lisa, sendo refletida de modo que o ângulo de incidência fosse igual ao ângulo de refração. Assim, segundo o fenômeno da reflexão, Newton considerava a luz como sendo constituída por um conjunto de partículas que se refletem elasticamente sobre uma superfície. (SANTOS, s.d.).

Com seu experimento, realizado em primas, Newton observou que a luz branca se dividia em sete cores (as cores do arco-íris). Apesar de outros pesquisadores verem as cores como propriedade do objeto, foi ele, com seu disco cromático e seu prisma, quem permitiu uma explicação física e reproduzível acerca da refração da luz. “O espectro é formado pela união das cores vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta. As sete cores que compõem a luz do Sol e que formam o arco-íris” (ODOUS, 2017).

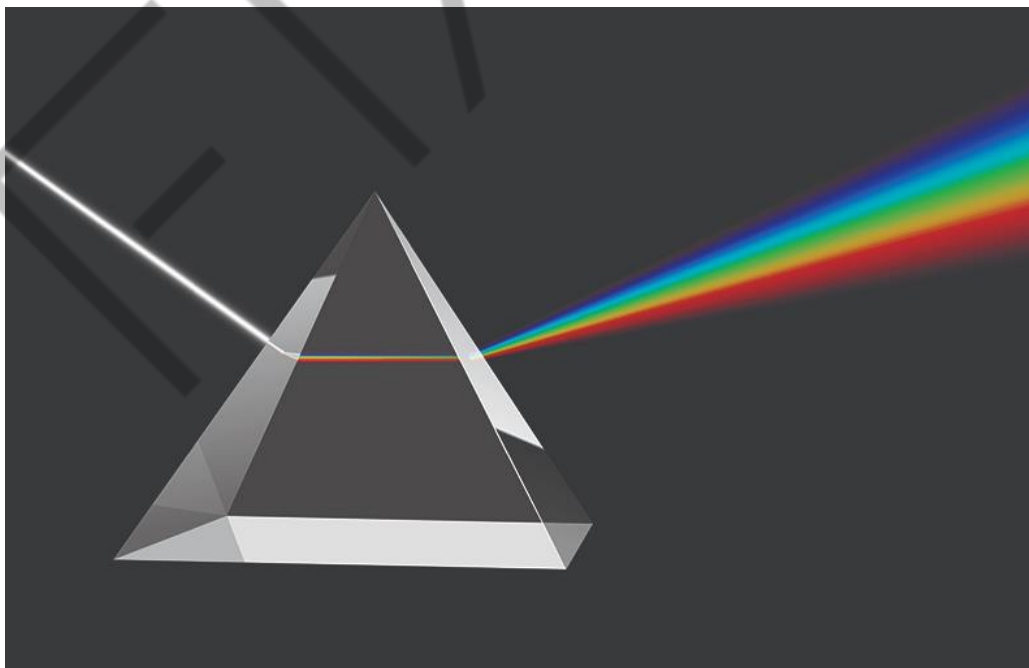


Figura 2.8 – Prisma de Newton
Fonte: Shutterstock (2018)

Atualmente, alguns teóricos acreditam que Newton caracterizou as cores como sete, por questões teológicas, mas que, na realidade, seriam três e todas as outras a

mistura e composição entre elas. Em 1749, Johann Wolfgang von Goethe, declarou que as leis de Newton a respeito das cores eram absurdas, que, por mais que ele tentasse misturar as cores, nunca conseguia chegar ao branco. O que ambos não sabiam é que estavam certos e errados sobre suas teorias. Não se tinham ainda informações suficientes para saber que existem dois tipos de processos de cores.

Um é cor obtida através da incidência da luz. Outra é a mistura de pigmentos que nos dá uma gama enorme de matizes.

Após Newton comprovar sua teoria das cores fracionadas, Thomas Young revisitou o tema e descobriu que somente três das cores descritas pelo cientista eram capazes de voltar à luz branca quando somadas e essas eram as cores Vermelha (*Red*), Verde (*Green*) e Azul (*Blue*), a escala RGB, que é usada até hoje.

2.3. Ainda com Newton e Goethe

Depois de entendermos as teorias, podemos voltar às descobertas de Isaac Newton e suas cores para podermos saber o que vem depois. Newton começou sua pesquisa baseado na observação do arco-íris, e foi esse conjunto de cores que determinou o que chamamos até hoje de espectro: Vermelho, Laranja, Amarelo, Verde, Azul, Anil ou Índigo e Violeta.



Figura 2.9 – As cores do arco-íris encontradas por Newton
Fonte: Shutterstock (2018)

Em cima das teorias de Newton, posteriormente, Goethe, em suas pesquisas, desenvolveu o primeiro círculo cromático. Sua busca por refazer os passos do cientista e comprovar suas teorias levou o poeta e pintor a desenvolver o seu círculo cromático. Sua ideia com o círculo, como falamos, era terminar o que considerou sua obra máxima, contradizer o famoso cientista. Sua principal objeção era que a luz não poderia ser reconstruída e assim ele defendia que as cores eram a interação da luz com a escuridão e, em seus estudos, Goethe realmente descobriu coisas que Newton desconhecia sobre a fisiologia e psicologia das cores.

O lado formado entre as cores verde e amarela é o positivo e o oposto é o negativo. As cores do lado positivo induzem à excitação e alegria. [...] Já as cores do lado negativo abalam os humores, estimulam a fraqueza e a saudade. [...] Goethe entendia as qualidades sensuais das cores na consciência humana, por isso, transferiu sua análise para a área da Psicologia. (QUEIROZ, s.d).

Foi ele quem primeiro notou que objetos brancos parecem maiores enquanto os objetos escuros menores e que isso se dava através do reflexo da luz. Seu círculo cromático era composto por cores primárias e secundárias em oposição e defendia que as cores eram fruto de uma experiência sensorial. Renomeou os pigmentos para púrpura, amarelo e azul, se aproximando muito do que conhecemos hoje por cores CMYK (*cian, magenta, yellow e black*).

“Para Newton, apenas as cores do espectro poderiam ser consideradas como fundamentais. Goethe, baseando-se em seus experimentos, conclui que cores, como o magenta, uma cor não espectral, possuem um importante papel para completar o círculo das cores, o que é sustentado até nos sistemas de cores mais modernos” (ARAÚJO, s.d.).

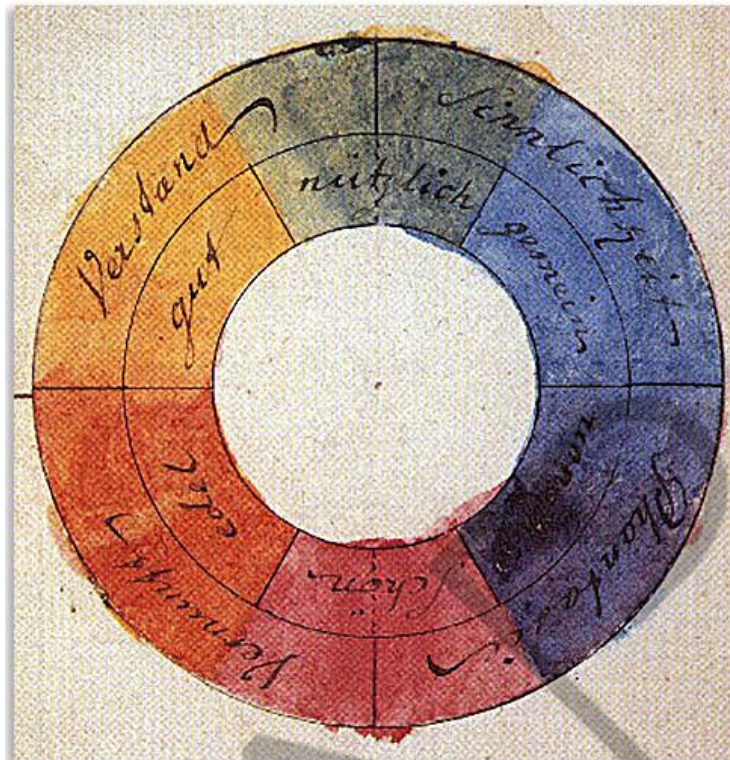


Figura 2.10 – Círculo cromático de Goethe para o livro *Teoria das Cores*, em 1810
Fonte: Wikimedia Commons (2018).

Quando publicou sua *Teoria das Cores*, Goethe caiu em descrédito na comunidade científica só sendo resgatado no século XX pela turma do Gestalt e seus pintores Kandinsky e Paul Klee. Hoje em dia, sabemos que ambos tinham razão embora em campos diferentes.

Uma cor, seja ela qual for, alcança seu objetivo quando, de alguma forma, modifica a experiência do sujeito exposto a ela. Ela tanto pode reforçar uma experiência como pode provocar um desejo, influenciar uma experiência sensorial, estimular ou acalmar uma pessoa. A cor 'brinca' com a gente e é absolutamente útil em práticas de comunicação que envolvam processos de persuasão, como no caso da publicidade e propaganda. A cor também é absolutamente necessária em processos artísticos e na experiência estética diante da arte. (FIGUEIREDO, 2018).

2.4 Círculos cromáticos

A divisão de Newton em sete matizes, é claro, foi arbitrária – não há degraus no arco-íris – e parece ter sido ditada por sua obsessão com a numerologia, a pseudomística do simbolismo dos números. O círculo cromático resultante é levemente desajeitado: os segmentos têm tamanhos diferentes, e o vermelho, o amarelo e o azul, as cores primárias tradicionais, não são distribuídas igualmente ao longo do círculo. (FRASER & BANKS, 2010).

As cores do círculo cromático seguem a ordem das cores da própria natureza no arco-íris. Assim sendo, é muito importante para um profissional de criação compreendê-lo, pois nos ajuda a, por exemplo, criar melhores combinações de cores. O círculo cromático, ou roda de cores, nos ajuda a identificar as cores primárias, secundárias, terciárias e análogas. Podemos também identificar as cores frias e quentes e, muitas vezes, escurecer ou iluminar uma arte, sem usar o preto, por exemplo.

Vamos primeiro entender a Roda das Cores. Anos depois dos dois círculos cromáticos primários, apresentados por Newton e por Goethe, a escola alemã de Arte e Arquitetura, Bauhaus e sua visão sempre vanguardista, apresentou ao mundo grandes pintores, como Kandinski, Paul Klee e Johannes Itten, além de grandes outros nomes importantes para o Design, Arquitetura e Arte. Esses três especificamente fizeram novos e profundos estudos sobre cores, mas de todos eles, Itten teve grande destaque e seus estudos até hoje servem de base para os cursos de Teoria da Cor.

Segundo Fraser e Banks (2010), “Itten não se limitou a examinar a cor cientificamente”, ele foi além e o livro ainda complementa “seguindo a tradição iniciada por Goethe e alinhando às obras de Kandinski, ele se convenceu de que as cores podiam ter efeito psicológico sobre as pessoas”. Seus estudos foram a remissão de Goethe (lembra que os meios científicos desacreditaram o artista?).

Johassen Itten incentivava seus alunos a apreciarem a harmonia entre as cores e a forma como uma cor influenciava e funcionava sobre a outra cor. O artista e estudioso acreditava que cada pessoa, com o tempo e estudo, é capaz de criar sua própria paleta harmônica, e isso tem tudo a ver com o que fazemos em multimídia.

Com o tempo, Itten desenvolveu seu próprio círculo cromático, que é utilizado até hoje como base para a criação de paletas e percepção das cores.



Figura 2.11 – Círculo cromático de Itten, e as variações de cores primárias e secundárias
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O trabalho de Itten na Bauhaus é até hoje de enorme influência. Embora ele reconhecesse que uma análise altamente abrangente fosse quase impossível, seu trabalho é muito útil até hoje para artistas e criativos.

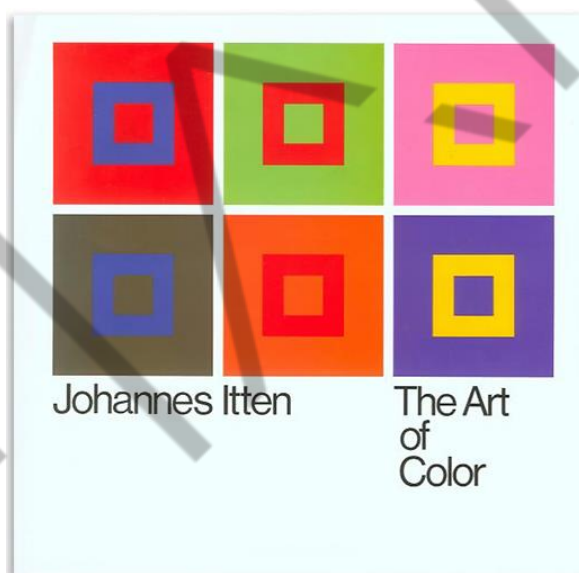


Figura 2.12 – Capa do livro de Johannes Itten
Fonte: Amazon (s.d.)

2.5 Como usar (e entender) os círculos cromáticos

Para aprender a usar o círculo cromático ou roda de cores em suas combinações e paletas, precisamos antes de mais nada aprender a observá-los. A roda das cores mais utilizada hoje em dia é um misto de todas elas, possuindo 12 cores que podem ser separadas em Primárias, Secundárias, Terciárias, Análogas, Contrastantes, Complementares, Frias e Quentes.

Parece muita coisa, mas não é, como podemos observar nas ilustrações.



Figura 2.13 – Roda da cores, ênfase nas cores primárias
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A partir das **cores primárias** todas as outras cores também passam a existir. Quando citamos Newton, falamos que a luz quebrava em sete cores, mas que isso teria sido arbitrário e que as cores primárias seriam o Vermelho, Azul e Verde (RGB – cores primárias da luz).

Então, chegamos a Goethe, que trabalhou o círculo de Newton e chegou à conclusão que, nos pigmentos, as cores Primárias (que retornariam ao branco ou acinzentado-claro), quando em giro, seriam as cores *Magenta*, *Cyan* e *Amarelo* (CMY). A roda que usamos atualmente é baseada nos estudos de Itten e Goethe, em que as cores primárias são baseadas em estudos com pigmentos.

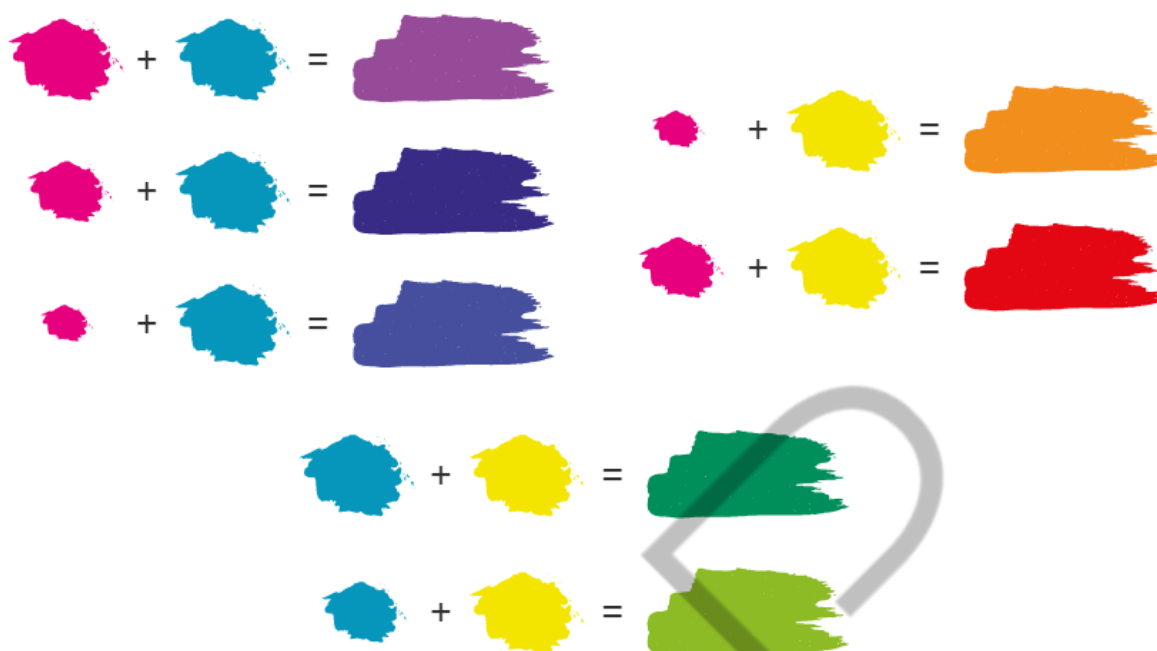


Figura 2.14 – Cores secundárias
Fonte: FIAP (2018)

Dentro desse conceito, as **cores secundárias** são derivadas das misturas das cores primárias. Ou seja, misturando *Magenta* com *Cyan* em proporções idênticas, temos um Azul-índigo, o Magenta com o Amarelo, um Vermelho Vivo, o *Cyan* com o Amarelo um Verde Forte. Todas as cores derivadas dessas misturas que aparecem na imagem são chamadas de tons ou tonalidades, os tons e tonalidades são as misturas com proporções diferentes e isso pode acontecer com qualquer matiz (cor).



Figura 2.15 – Misturas de cores terciárias
Fonte: FIAP (2018)

As **cores terciárias** são as misturas derivadas de cores primárias com cores secundárias. Com elas também podemos obter milhares de tons, mexendo nas porcentagens de cada matiz.

“**Cores complementares** são aquelas que mais oferecem contraste entre si. De acordo com a definição de Michel Eugène Chevreul, no século XIX, a cor complementar de uma matriz é aquela que mais absorve seu espectro” (WIKIPEDIA, s.d.).



Figura 2.16 – Cores complementares são as inversamente opostas
Fonte: FIAP (2018)

Observando novamente a roda das cores, ou círculo cromático, podemos entender agora o que são as **cores complementares**. Elas são matizes inversamente opostas no círculo cromático e possuem vibrações que se combinam, uma absorve a vibração da outra e geralmente não trazem a sensação de que algo está errado na combinação das cores. As cores complementares se combinam e, se misturadas, dão uma tonalidade próxima ao preto (no caso do CMYK) ou Branco (no caso do RGB). Elas são excelentes para escurecer a cor oposta sem usar o preto.



Figura 2.17 – Cores complementares ajudam a equilibrar as vibrações e geralmente combinam bem
Fonte: FIAP (2018)

Mesmo sendo complementares, algumas vezes os matizes originais acabam sendo insuficientes ou vibrando além do que queremos para o trabalho, então, acabamos utilizando tons diferentes. Uma outra forma de combinar as cores complementares é usando a combinação em Tríade. A roda das cores é uma base para combinações e ajustes que podem (e devem ser feitos) pelos criativos.



Figura 2.18 – Combinação em tríade de três cores secundárias
Fonte: FIAP (2018)

Nem sempre as cores em 100% de seu matiz se combinam. Por isso, é bacana entender a roda cromática, sabendo que nem sempre serão usadas as cores em sua combinação inicial. Veja nas imagens como isso pode acontecer e se tornar harmônico.



Figura 2.19 – A combinação pode ficar muito estranha com combinações fiéis aos tons
Fonte: FIAP (2018)



Figura 4.20 – Combinação das cores com matizes e tons equilibrados
Fonte: FIAP (2018)

Ou seja, é muito difícil combinar cores, é preciso equilíbrio na hora de combinar. As regras servem como um norte, mas não precisam nem devem ser seguidas ao pé da letra.

Cores análogas são as cores que estão lado a lado no círculo cromático (leia o post sobre círculo cromático). Além disso, as cores análogas possuem uma cor básica em comum. Por exemplo, entre o amarelo e o verde, possuem a cor amarela em comum. Combinações com cores análogas são elegantes e trazem a sensação de unidade e coerência. (PACHECO, 2016).

As cores análogas estão lado a lado na roda das cores. São os tons similares de cores que se combinam e geralmente trazem uma sensação grande de conformidade, equilíbrio entre as vibrações de cores. Deve-se ter cuidado ao combinar as cores análogas para uma arte não se tornar fria demais ou monótona, já que as vibrações são muito semelhantes. Uma boa dica é combinar uma cor análoga com uma cor complementar (aquela que fica do outro lado da roda cromática). No círculo cromático, é muito fácil visualizar as cores análogas, por exemplo, cores análogas ao laranja-escuro são o laranja-claro e o vermelho e assim por diante.



Figura 2.21 – Roda cromática com cores análogas do amarelo
Fonte: FIAP (2018)

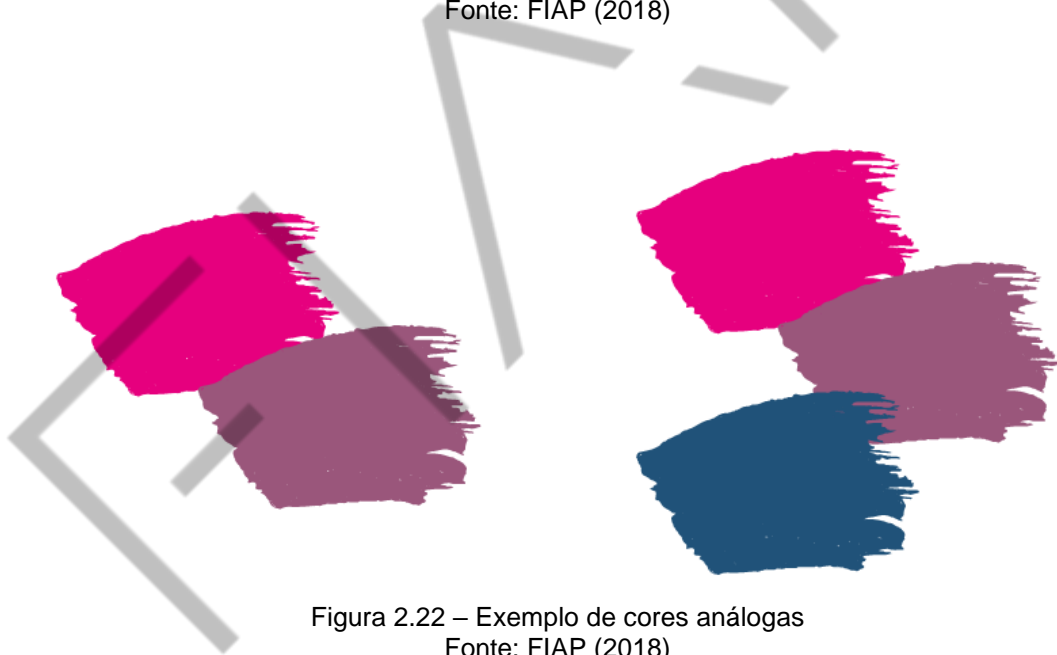


Figura 2.22 – Exemplo de cores análogas
Fonte: FIAP (2018)

Ainda sobre cores análogas, temos exemplos de estudo delas na própria história da arte. Van Gogh, pintor expressionista, era mestre no uso das cores análogas em composição com as cores complementares.



Figura 2.23 – Café Terrace de Van Gogh
Fonte: Pacheco (2016)



Figura 2.24 – Alries de Van Gogh
Fonte: Pacheco (2016)

Nas duas obras do mestre, é possível observar a abundâncias das cores análogas com poucos contrastes e a quebra de monotonia com as cores complementares. No caso da Café Terrace, notamos a harmonia dos azuis em contraponto ao amarelo. Já no movimento Fauvista, em que o contraste fazia parte

das obras, era comum que a combinação fosse quase que exclusiva em cores complementares.

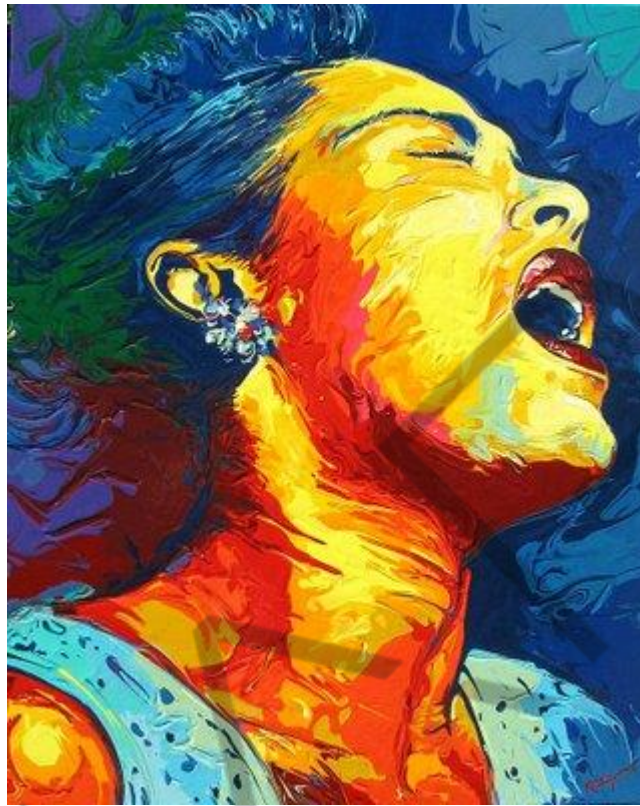


Figura 2.25 – Imagem inspirada no movimento Fauvista
Fonte: Pacheco (2016)



Figura 2.26 – Harmonia de Viver, Henri Matisse
Fonte: Pacheco (2016)

Com suas cores vibrantes e uma combinação estonteante, Matisse, no quadro Harmonia em Vermelho, combina e contrapõe as cores complementares como ninguém. Toda a obra se harmoniza com o padrão uniforme e vibrante das cores. A obra inicialmente foi encomendada como Harmonia em Azul e seria toda pensada em tons complementares azuis, mas, após pronta, Matisse, insatisfeito com seu próprio trabalho, trocou toda a sutileza do azul pelo contraste e harmonia das cores fortes e contrastantes. Que bom para a humanidade!

Uma coisa bem legal que você pode fazer é criar todos esses exemplos em pigmentos, criando seu próprio círculo cromático e observando como funciona isso no manual. Depois faça o mesmo com um programa de desenho ou edição de imagem e imprima!

2.6 Cores, matizes, saturações e o mundo torna-se ainda mais belo!

O tema é falar sobre várias cores em uma. O assunto cores e suas combinações é quase inesgotável em pesquisa e estudo. Quando iniciamos em uma área criativa, é importante disponibilidade e curiosidade para aprender mais sobre o assunto. Inúmeras vezes, ao falarmos sobre cores, nos vem à mente apenas duas palavras, cores e combinações, mas as cores ou matizes podem ser definidos por muito mais que isso.

Vamos destrinchar, nesse item, um pouco mais do que são e como se comportam as cores e combinações. As cores possuem algumas características que podem mudar completamente a harmonia das combinações.

Matiz: grau que um estímulo de cor pode ser descrito como parecido ou diferente de outro. Confuso, né? Pense no matiz como a personalidade da cor. Os matizes são mais ou menos análogos aos nomes que damos às tonalidades diferentes de cores. É pelo matiz que você diferencia o azul do vermelho e do verde, por exemplo. Mas pense na cor pura, sem adição de preto ou branco. Azul-marinho ou azul-pastel são a mesma matiz: azul. (GUERRATO, 2013).

Matiz é o mesmo que cor. Em vários momentos ao longo do texto, usei o termo para não me repetir, mas, explicando melhor, podemos exemplificar com uma tabelinha visual. Matiz é a variação da mesma cor que vai da sua tonalidade mais escura até a mais clara, sem adição de preto ou branco.

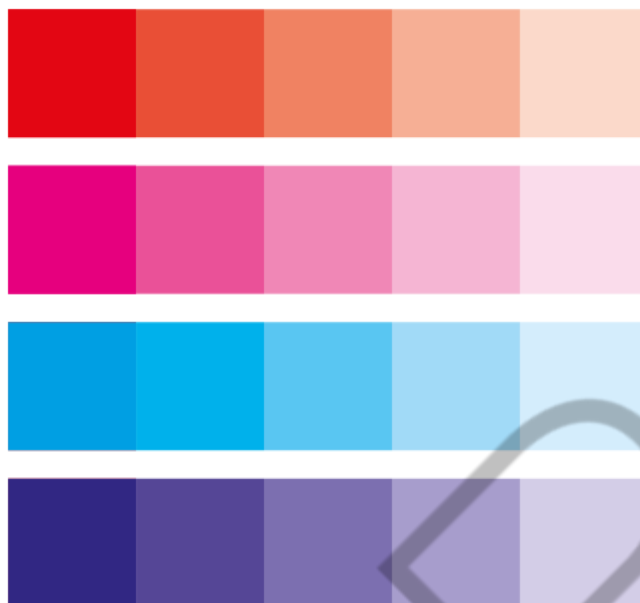


Figura 2.27 – Escalas de tons ou matizes
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

“Saturação é a palavra que usamos para caracterizar a vivacidade e a vibração de uma cor. Quanto mais viva a cor, mais saturada ela é, quanto mais discreta, menos saturada a cor é.” (PETER, 2014, p. 89)

Existem dois tipos de cores em relação à **Saturação**: as cores limpas e as cores sujas, para *Mark Chiarello*, autor do livro **DC Comic Books: Guide to Colloring and Lettering Comics**, as cores limpas são os matizes que, em sua composição, possuem duas cores primárias, mas, ao acrescentarmos uma terceira cor primária, ela se torna uma cor suja. Todas as vezes que sujamos uma cor ou adicionamos uma terceira cor a ela, sujamos a matiz e a deixamos, automaticamente, menos saturada.

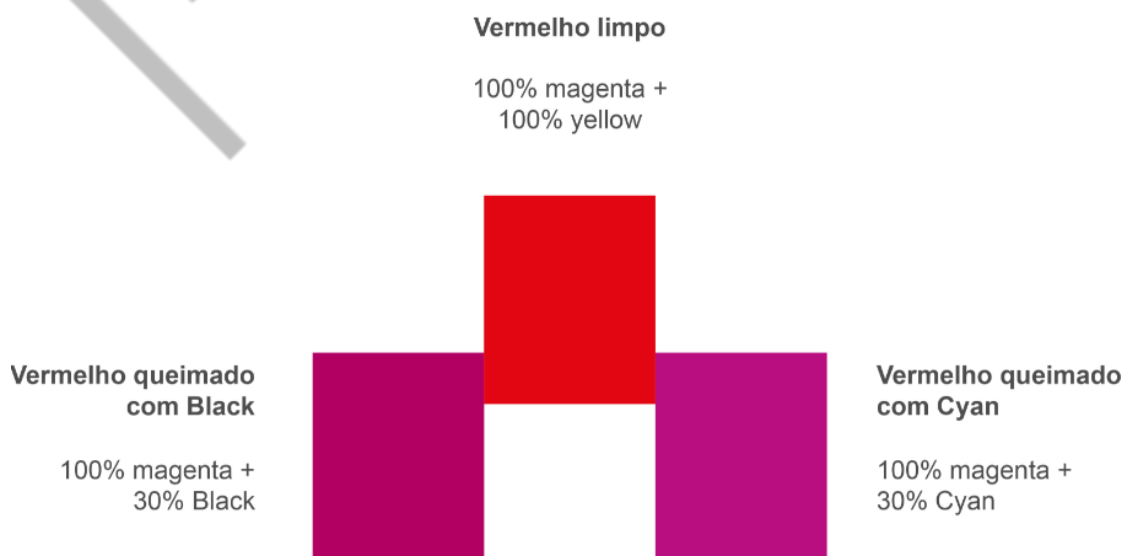


Figura 2.28 – Vermelho vivo e os tons queimados ou sujos do mesmo vermelho
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Ou seja, a saturação refere-se à vivacidade de uma cor e está associada à pureza dela. Em sua máxima intensidade, os matizes são considerados saturados, enquanto suas versões mais fechadas (queimadas ou sujas) são menos saturadas ou intensas. Esse item da cor está diretamente relacionado à luminosidade de uma ilustração ou imagem.

A saturação das cores pode ser usada como uma linguagem visual. Na história da arte, temos o movimento de *Pop Art* muito bem representado, por exemplo, por Andy Warhol, Roy Lichtenstein e Keith Haring (o ícone do grafite, ele pintava, principalmente, nos metrô de NY e suas obras sempre tiveram, além de alto contraste de cor, uma mensagem contra o preconceito. Os conceitos mais abordados por Keith eram a morte, a sexualidade, o nascimento, o preconceito contra a aids e a guerra.).



Figura 2.29 – Obra de Haring, sem nome
Fonte: Dionisio Arte (2016)



Figura 2.30 – Obra de Haring, Fear
Fonte: Dionisio Arte (2016)



Figura 2.31 – Lichtenstein queimava suas cores limpas com retículas, equilibrando a luminosidade
Fonte: Home Security Press (s.d.)

A luminosidade é a escala de claridade. Esta propriedade está ligada à percepção de brilho. Quanto maior a luminosidade de uma cor, mais próxima ela estará do branco e quanto menor a luminosidade, mais próxima ela estará do preto. (GUERRATO, 2013).

Um outro aspecto de matizes que precisamos aprender é sobre **luminosidade**. Como o próprio nome sugere, é a quantidade de luz que uma imagem ou cor possui, ou seja, trata-se do quão clara ou escura é uma cor. Nesse caso, um matiz pode ter em sua mistura a adição do branco para aumentar a luminosidade. A harmonia de luminosidade também pode acontecer com a colocação lado a lado de duas matizes, uma, por exemplo, mais clara e uma mais queimada.

A combinação e a harmonização de um trabalho têm tudo a ver com esse conhecimento. Por exemplo, para tornar-se uma pintura de pôr do sol mais luminosa, não se adiciona apenas o amarelo e seus tons, mas pode-se adicionar preto de alguma maneira para que a pintura se torne mais luminosa. A imagem que utilizamos de exemplo, do pintor português Cacá, nos mostra que não apenas as cores contrastadas e iluminadas nos dão essa harmonia e força, mas o preto colocado estrategicamente ao lado torna a imagem ainda mais forte e iluminada.



Figura 2.32 – Mar de fogo

Fonte: CACA (2011)

Valor pode se confundir com luminosidade, mas, na verdade, trata-se da profundidade que uma cor tem. É a escala do escuro para o claro de um matiz em relação a uma escala de cinzas que vai variar do preto até o branco de uma cor em relação a uma escala de cinzas que varia do branco ao preto. Valor é o quanto um matiz reflete a luz ou a absorve. As cores mais claras refletem muito mais a luz do que as cores escuras, que costumam absorvê-las melhor. Não é por acaso que, no inverno, nossa tendência é usar cores escuras.

A maior absorção da luz, nesse caso de roupas, acaba nos aquecendo mais. Quem nunca morreu de calor com uma camiseta preta no verão ou teve arrepios de pensar em usar aquela calça escura em dias mais quentes? Resumindo: as cores claras têm um alto valor tonal e refletem mais luz, enquanto uma cor de baixo valor (brilho) é mais escura e absorve mais luz.

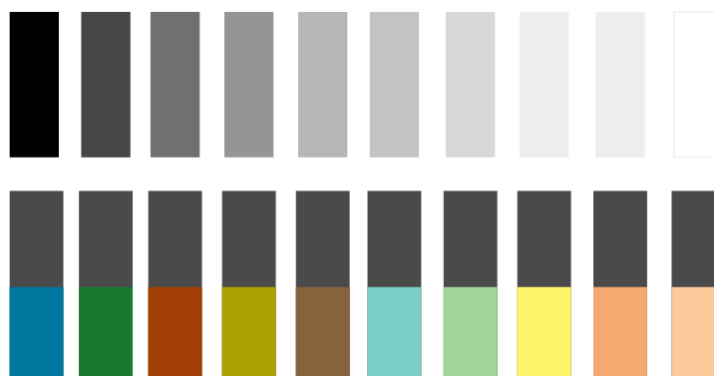


Figura 2.33 – Escala tonal de valores

Fonte: Amopintar (s.d.)

A partir de agora, que tal começar a prestar atenção às cores que você usa em seu vestuário e como você se sente (feliz, alegre, triste etc.) nesse dia? É um excelente exercício de cognição e cor!

Além disso, cores escuras, justamente por não refletirem a luz com facilidade, tendem a “reduzir visualmente” um objeto ou ambiente. Uma experiência interessante é observar um círculo preto sobre o branco e o branco sobre o preto. Apesar de ambos apresentarem o mesmo tamanho, o círculo sobre o branco parece menor.



Figura 2.34 – Experiência de absorção da luz
Fonte: Elaborada pela autora (2018)

O site **Amo Pintar** explica a relação de uma forma bem prática: “Uma das principais utilizações que se desprendem desse estudo é a capacidade de representar profundidade mediante a correta utilização dos valores de cinza ou valores de cor numa pintura.” Isso pode agregar muito quando formos falar de logotipos e identidade visual na prática e precisarmos criar imagens interessantes que traduzam um conceito.

Além de alterar a percepção de tamanho, as cores, quando juntas, tendem a vibrar de maneiras diferentes. O mesmo cinza, junto a uma cor quente (cores derivadas dos amarelos e vermelhos), tende a parecer mais frio. Já, próximo de cores derivadas do azul, tende a parecer mais quente.



Figura 2.35 – Cinza pode se tornar quente ou frio
Fonte: Elaborada pela autora (2018)

Matizes quentes como o vermelho tendem a se mover em direção ao espectador enquanto, enquanto os matizes frios recuam. Aplicar um matiz quente a uma figura, acentua a sua capacidade de saltar para fora e as cores frias encorajam o fundo a recuar. (FRASER & BANKS, 2010, p. 144).

Entender o valor de uma cor na sua escala tonal nos ajuda a posicionar as cores e destacar elementos dentro de uma composição ou criação multimídia. Uma maneira simples de comprovar o valor das cores é imaginar uma foto em preto e branco. Segundo Peter (2014), fazer isso usando as cores RGB nos prova que, ao as transformarmos em tom de cinza, obtemos exatamente o mesmo tom nas três cores, ou seja, as três têm o mesmo valor tonal.

Ela ainda ensina: “Quanto maior a variação de valores tonais entre as cores, mais interessante a composição”. Vamos ver na roda das cores como ficam esses valores.

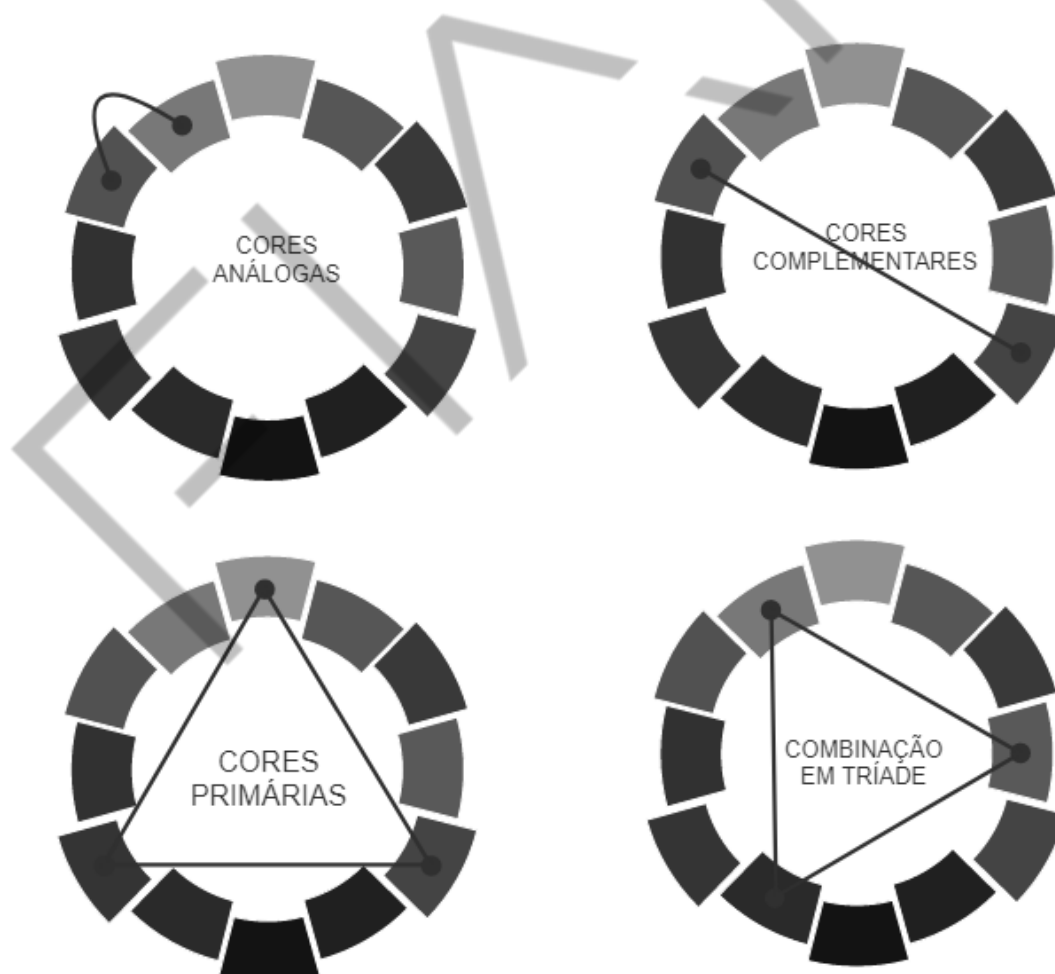


Figura 2.36 – Escalas tonais nas rodas cromáticas
Fonte: Elaborada pela autora (2018)

Com a variação de valores misturada às outras características das cores ou matizes, você consegue criar efeitos visuais muito interessantes e, em multimídia, a ideia é gerar interesse e comunicar.

Exercite esses conceitos e misturas em um arquivo digital ou mesmo com pigmentos. Quanto mais você pesquisar e trabalhar com cores, maiores são as chances de você desenvolver trabalhos incríveis.

2.7 Combinando cores e seus significados

A combinação de cores ou esquema cromático pode representar algo bem específico – como uma identidade visual – ou simplesmente invocar o estado de espírito mais geral. Quando bem utilizadas e combinadas, as cores podem, por exemplo, comunicar algo sem quase nenhum uso de palavras. Apesar de sabermos disso, combinar cores ou criar esquemas cromáticos pode ser para muita gente, principalmente no início, uma tarefa bastante árdua.

Se existe uma coisa que tenho certeza nessa vida é que gosto não se discute. Não posso chegar neste capítulo e dizer que vocês vão sair manjando de combinação de cores ou que vão aprender o que é bonito. O máximo que posso fazer é apontar um caminho. (PETER, 2014, p. 96).

Antes que você diga que não tenho senso estético, eu afirmo: Todos têm senso estético, assim como todos são dotados de criatividade. O que acontece é que precisamos, muitas vezes, exercitar bastante o que, para alguns, é tão natural quanto respirar. Determinar a paleta de cores de um projeto num primeiro momento é bem complicado, mas não é impossível e quando estamos começando existem alguns sites de paletas prontas que podemos usar de referências, mas é bacana lembrar que exercitar quer dizer criar os seus próprios trabalhos mesmo que inspirados em outros.



Figura 2.37 – Paleta referência em tons pastel de azul e magenta
Fonte: Design Seeds (s.d.)

Vamos lá, cópias são “xerox” do trabalho de alguém, o ctrl+c ctrl+v de algumas coisas é a busca por algo que nos referencie, que nos dê um norte, para que possamos criar algo novo, correto?

Um dos sites que sempre indico para quem está iniciando na arte de criação de paletas e combinação de cores é o *Design Seeds* (<https://www.design-seeds.com/>), pois, além de trazer as paletas, ele traz os valores das cores em RGB e isso é muito interessante. No entanto, é sempre bom lembrar que é necessário aprender a criar as próprias paletas de cores.

Quando conversamos sobre combinar cores, tudo pode se tornar referência, tanto é que, nesse site indicado, usam-se fotos da própria natureza ou afins para criar as paletas. Uma sala, uma pessoa andando no metrô com uma combinação de cores bacana, uma foto, tudo é referência para o exercício da combinação de cores. Uma coisa que temos que ter na cabeça é que grande parte, se não quase todos os teóricos, afirma que um projeto não deve ter mais que quatro matizes (cores) escolhidas, mas lembrando que você não precisa trabalhar com apenas 4 tons! Você, com quatro cores, consegue criar infinitas misturas e paletas se mexer nos tons, luminosidades e saturações delas. Podemos ver dois exemplos de criação de paletas:

uma monocromática e tão rica quanto uma criação policromática e uma criação com quatro matizes e sua paleta de tons.



Figura 2.38 – Criação de uma ilustração monocromática com a paleta e suas matizes
Fonte: FIAP (2018)



Figura 2.39 – Imagem com quatro matizes e suas tonalidades
Fonte: FIAP (2018)

Segundo Peter (2014), “através de combinações de cores, matizes, luminosidade e saturação, os coloristas e desenhistas ajudam os roteiristas e desenhistas a transmitirem sua mensagem” e isso é algo muito claro quando criamos

uma identidade visual cujas cores são extremamente importantes na mensagem a ser passada.

Esses itens combinatórios ajudam não apenas a passar mensagens. Segundo a autora, quando pensamos em combinação de cores, precisamos nos questionar sobre quais emoções passam, como transmitir e manipular essas emoções e sentimentos por meio dessas combinações. Segundo Fraser e Banks (2010, p. 140): Existem muitas convenções que regem a composição e o layout, e todas interagem com a cor para produzir uma impressão geral”.

Você sabia que pode estar cometendo alguns erros básicos na escolha da sua paleta que comprometem o seu projeto final? Selecionei alguns erros comuns que cometemos no início da nossa carreira.

Modinha: quando algo está em moda, é comum que, ao buscarmos referências e inspirações, o modismo batuke nas nossas cabeças, principalmente se formos olhar em locais com produtos ou serviços similares ao que estamos trabalhando. Nesse caso, muitas vezes, acabamos influenciados e flertamos com o modismo. Isso é muito comum quando iniciamos profissionalmente. O problema é que tudo acaba sendo muito parecido e perdemos a surpresa, além de acabarmos criando algo com uma duração menor que a desejada.



Figura 2.40 – Cores de tendência do Pantone no verão de 2018
Fonte: Followthecolours (s.d.)

Todos os anos, a Pantone anuncia a “cor do ano”. O problema é que todo ano somos atropelados por ela e acabamos depois de um tempo extremamente cansados dela. Não que seja errado, seguir tendências é muito legal, mas o exagero no design é algo muito questionável. Quando trabalhamos com modismos, nosso layout envelhece muito mais rápido ou podemos acabar criando algo que não tem muito a ver com aquilo de que o conceito precisa. Evite utilizar as tendências como regra.

Por que essa cor? Porque eu gosto: esse erro acaba acontecendo ou pelo gosto pessoal do designer ou do cliente. Como designers, claro que escolhemos algo porque gostamos a princípio, mas é preciso que essa escolha seja feita dentro de parâmetros técnicos definidos pelo seu briefing, por meio da criação do conceito. Toda nossa criação deve sempre se concentrar nisso: briefing, conceito e, por fim, gosto pessoal.

Por que o cliente bateu o pé: sempre ouça seu cliente – ninguém conhece o produto e o público-alvo melhor que ele, mas procure também explicar os conceitos e embase sempre o projeto em técnica.

Certifique-se de ouvir o cliente, entender o que ele deseja, a ideia que ele quer comunicar ou produto que quer vender e se, com seu feeling, você perceber que não é o melhor caminho aquela cor, procure negociar com ele e oriente-o. Orientar o cliente faz parte do nosso trabalho.

Por que eu rotulo cores e uso exatamente o que está no Dicionário de Cores: daqui a pouco, iremos ver esse item mais a fundo, mas já tenha em mente que, se dermos um Google em Psicologia das Cores, iremos achar dezenas de listas prontas sobre o significado de cada uma delas, normalmente, elas rotulam e não nos ensinam a combiná-las em paletas. Isso, sem estudos e pesquisa, causa layouts chatos e monocromáticos muitas vezes, alguns até ao invés de atrair o cliente, acabam o assustando. Essas listas nos dão apenas uma ideia do que fazer e como trabalhar as cores. É importante pesquisar e principalmente conversar muito sobre esse tema com seu cliente para não cometer erros.

Rotular as cores diminui a competência comunicativa de cada uma delas e transmite sensações diversas das que queremos, mesmo quando indicadas para aquele fim.

Criar uma paleta não funcional: talvez esse item resuma todos os erros anteriores. Uma cor escolhida por modismo, por puro gosto pessoal ou ao acaso, que não transmita uma informação, não é funcional e, pior, pode se tornar um ruído na comunicação.

Mas como uma cor pode se tornar funcional? Em um projeto, um dos principais objetivos da cor é transmitir uma informação, emoção ou uma ação. Elas simbolizam e dão significados, podem dar hierarquia, organizar, classificar ou destacar. Quando você usa uma cor sem função, conceito ou baseado no acaso, ela pode se tornar um ruído e já sabemos que, em comunicação, o ruído é tudo o que atrapalha a informação de chegar claramente ao receptor.

Vejamos, por exemplo, no site do Globo.com que as cores são usadas para hierarquizar e organizar. As notícias do dia e mais importantes são colocadas em vermelho, enquanto os assuntos mais triviais em verde e laranja, organizando os temas.



Figura 2.41 – Cores usadas com a função de organizar e hierarquizar
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Se você comete qualquer um desses erros é porque não está pensando em para quem você está criando. Escolher a paleta de cores de um projeto é algo delicado, mas nada que não se possa fazer com muito sucesso. Apenas esteja atento e muito bem informado sobre o trabalho que irá realizar, em todos os sentidos.

Sempre aponte para o público-alvo que você quer impactar e na ideia que quer passar e, então, defina em cima do seu bom gosto. Lembre-se sempre de que você não é o usuário final do projeto.

Cerque-se de bons guias de cores (existem vários livros e sites especializados nisso) e baseado nas suas técnicas e conhecimento total e detalhado do *briefing*, com certeza, a escolha correta será feita.

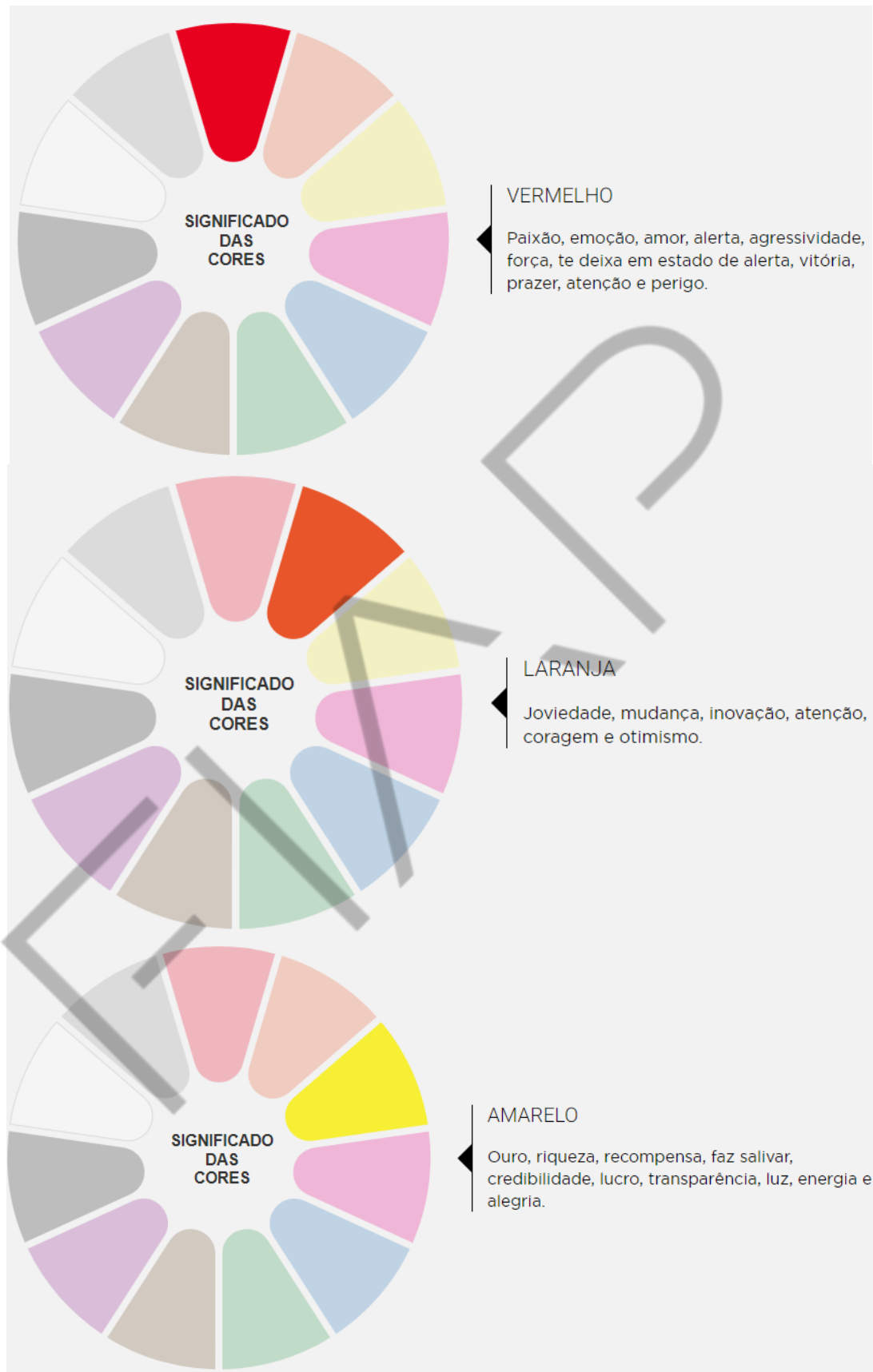
2.8 Cores e semiótica no Branding

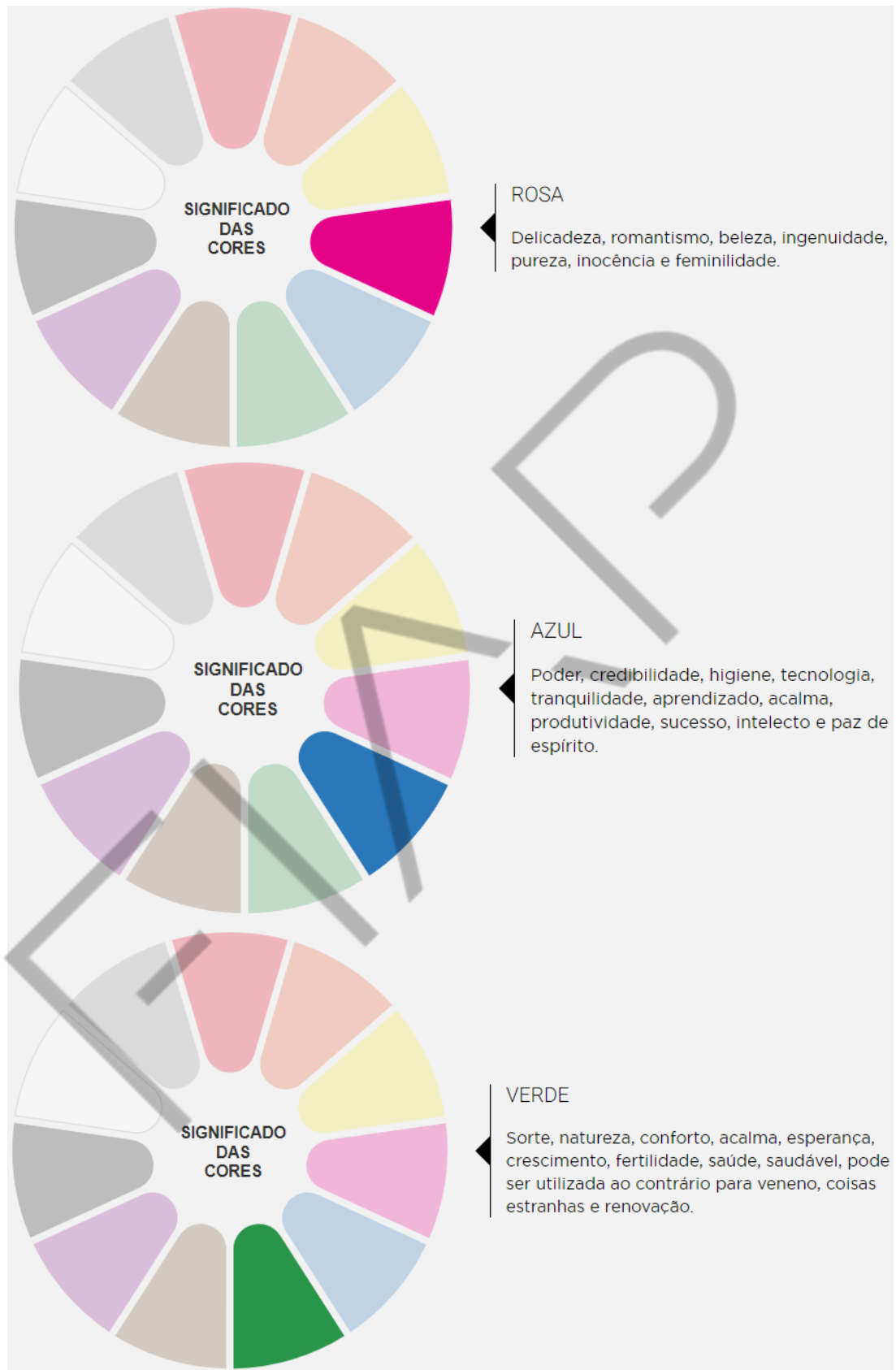
A cor é uma linguagem individual. O homem reage a ela subordinado às suas condições físicas e às suas influências culturais. (FARINA, 1994)

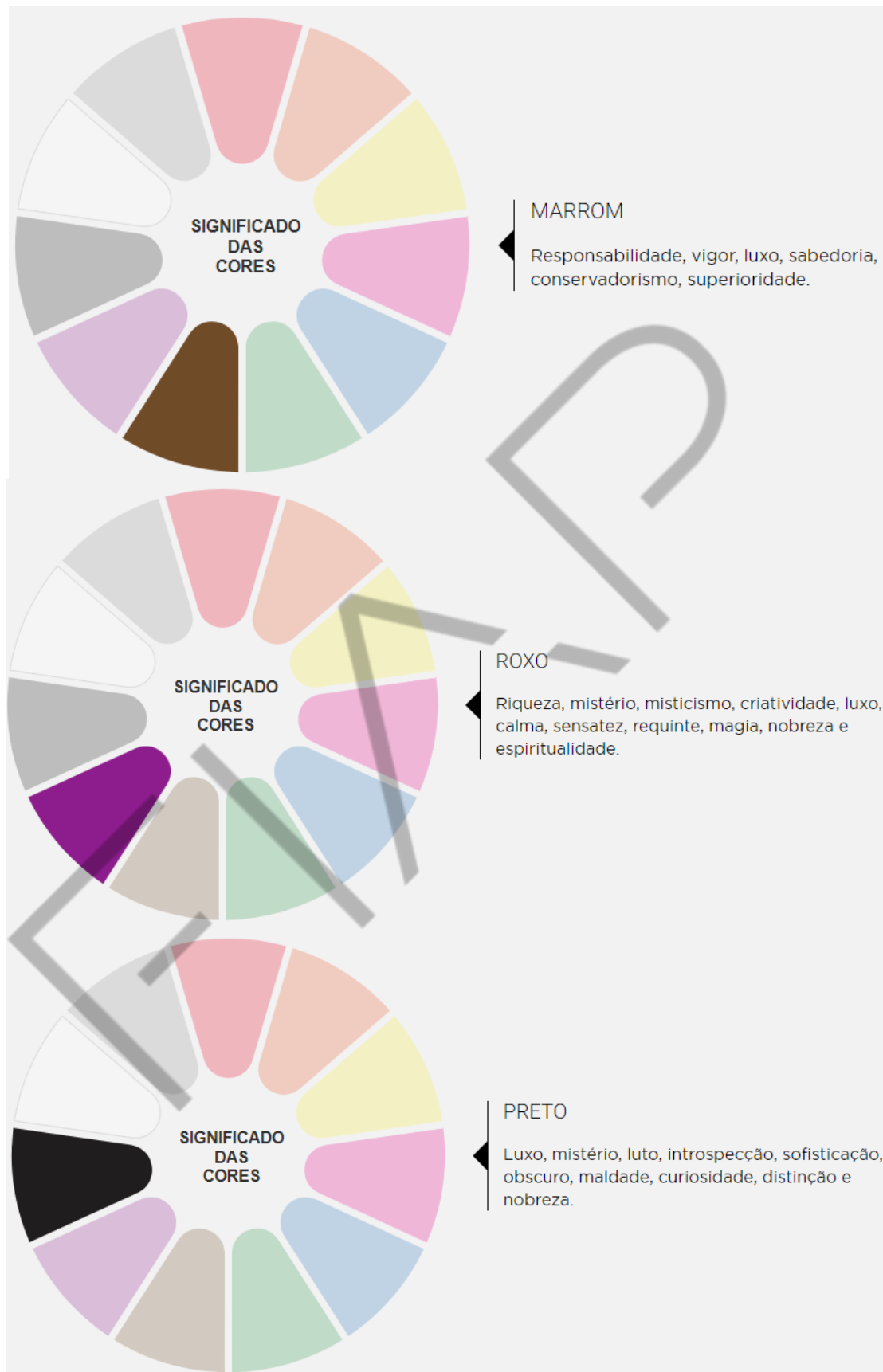
Todos temos diferentes experiências e reações às cores, assim como interpretações diferentes. No mundo ocidental, o preto denota o luto. Já no mundo oriental, o branco é usado para isso, enquanto, para nós, significa paz. Existe, na psicologia das cores, um certo consenso sobre o que cada cor transmite de sentimento e isso já era defendido lá atrás por Goethe (lembra que os intelectuais e cientistas o colocaram na geladeira por isso?). E isso torna-se também um consenso sociocultural, mas não deve ser levado a ferro e fogo nem ao pé da letra.

Vermelho é a cor do amor; laranja, da energia; amarelo, da alegria; verde, da esperança; azul, da tranquilidade; violeta, da religiosidade; preto, do luto; cinza, da seriedade; branco, da paz. Nem mesmo um mundo desprovido de cor seria tão insignificante como o dessa redução que mina, aos poucos, toda nossa competência comunicativa diante do uso da cor. (GUIMARÃES, 2003).

Mas para não dizer que não falamos das flores, ops.... cores, vamos mostrar alguns desses conceitos do Dicionário das Cores no infográfico. Embora a maioria dos dicionários de cores classifique os matizes dessa maneira, é sempre bom lembrar que isso é apenas um norte para iniciar um trabalho e que tudo depende do receptor da mensagem.







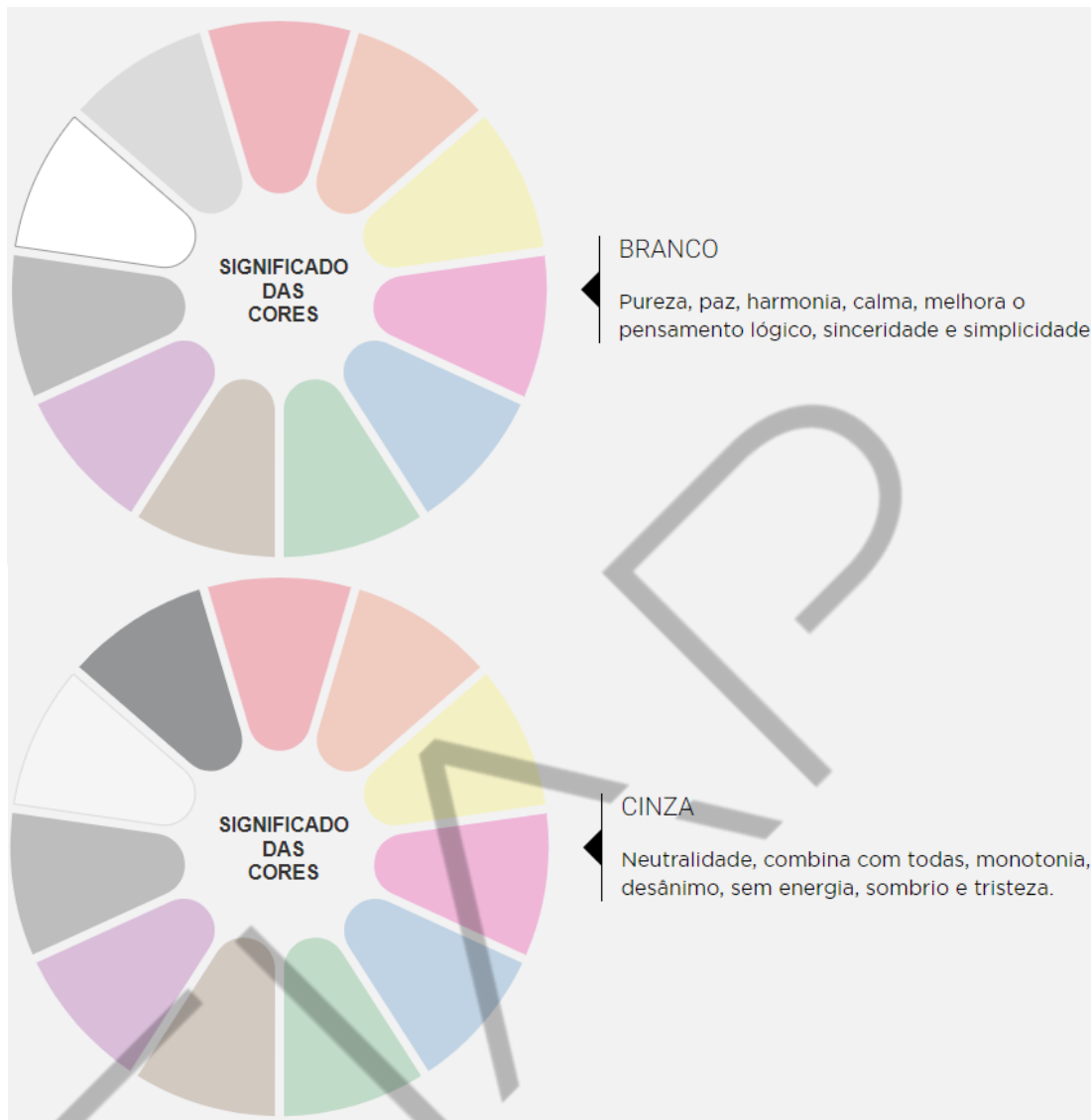


Figura 2.42 – As cores e seus significados segundo o Dicionário de Cores
Fonte: Bonstutoriais (s.d.)

Por exemplo, uma publicação pode ser definida pela cor de sua capa, o tamanho físico de uma publicação já não diz mais nada, mas já podemos perceber que, quanto mais berrante for a capa, mais pobre geralmente é o seu conteúdo. A cor constitui o elemento funcional no design e no campo da multimídia, já que as cores são usadas de maneira sutil ou agressiva e ostensivamente para a manipulação de um sentimento ou impressão.

Em uma loja, por exemplo, percebemos que produtos são pensados para maximizar sua atração e, conseqüentemente, sua venda. Os produtos hoje enfrentam todas as grandes concorrências e precisam, acima de tudo, marcar lugar na prateleira e na cabeça e vista do comprador. Usar e combinar cores de maneira pensada e

proposital ajuda a garantir que seu cliente se destaque em meio a outros tantos concorrentes.

As sensações e emoções de cores vêm de um repertório dos hábitos sociais. Por exemplo, “estou vermelho de vergonha” ou “estou roxo de frio” são o que chamamos de sensações visuais.

No livro *A Psicologia das Cores*, Farina descreve as sensações como cromáticas e acromáticas. As sensações acromáticas são as baseadas no branco, preto ou cinza, enquanto as cromáticas são as baseadas nas cores em geral.

As sensações seriam divididas conforme a sua associação material ou afetiva, vejamos a seguir:

Sensações acromáticas

Branco:

Associação material: neve, casamento, cisne, batismo e areia clara.

Associação afetiva: inocência, limpeza, paz, pureza, divindade e infância.

Cinza:

Associação material: pó, chuva, neblina e máquinas.

Associação afetiva: tédio, tristeza, seriedade e sabedoria.

Preto:

Associação material: noite, sombra, carvão, enterro e sujeira.

Associação afetiva: tristeza, mal, dor, temor e melancolia.

Sensações Cromáticas

Azul:

Associação material: céu, frio, gelo e águas tranquilas.

Associação afetiva: confiança, verdade, serenidade e intelectualidade.

Verde:

Associação material: umidade, frescor, primavera, bosque e natureza.

Associação afetiva: bem-estar, saúde, tranquilidade e equilíbrio.

Amarelo:

Associação material: palha, luz, verão e ouro.

Associação afetiva: conforto, iluminação, alerta, euforia, verão e férias.

Esses são apenas exemplos de cores e associações, tudo isso está sempre ligado ao repertório de quem recebe a mensagem ou vê a cor. Por exemplo, muito provavelmente, o amarelo para o esquimó não remete a verão e férias. Segundo Francisco (s.d.), “As cores podem se associar a muitas ideias e até mesmo a ideias opostas ou a contextos completamente diferentes”.

Assim, passamos a entender que, apesar de ter uma coluna vertebral, o valor das cores é algo intrínseco de quem observa e é importante levar em conta os dois tipos de sensações quando se quer comunicar algo ou criar uma associação nova para alguma identidade visual. É importante não reduzir o valor ou associação de uma cor para não se aprisionar em paradigmas.

Diz-se que o roxo e o dourado são cores que inspiram nobreza, mas nem sempre quando usadas em conjunto, obtemos um resultado interessante. Às vezes o resultado acaba pesado, confuso e “over”. As cores devem ser condizentes com o tema e combinar também com itens escolhidos para dar personalidade a um projeto.



Figura 2.43 – O vermelho em dois momentos: representando a sensualidade e como sinal de alerta
Fonte: Francisco (s.d.)

Por aqui, a cor vermelha, que representa hospitais ou mesmo o amor, ao mesmo tempo, pode representar violência, alerta, dor e guerra.

Então, quando for definir uma paleta de cores, além de um briefing bem detalhado, leve em conta o contexto cultural, o contexto da informação a ser transmitida e as experiências de vida do usuário do produto ou serviço. A cor deve ser usada a seu favor e não contra você.

Não pensar no usuário final é a raiz de todos os erros. Cores não são decorativas apenas, elas estão em toda a espécie de projeto gráfico e causam reações diversas, não podemos subestimar como elas despertam sensações e causam diferentes reações. Fazer isso é diminuir o valor do seu trabalho e da comunicação que ele pretende passar, o que envolve um pensamento coordenado e ordenado.

Segundo Figueiredo (2018), as marcas estão absolutamente integradas com a forma com que percebemos em nosso cotidiano. A percepção do consumidor passa por estudos muito delicados dos campos do Marketing, da Comunicação, da Sociologia, da Semiótica e da Psicologia. Para entendermos melhor, podemos observar esta imagem:



Figura 2.44 – Significado das cores nas marcas
Fonte: DALTON (2016)

E onde entra a Semiótica nisso? Lúcia Santaella nos afirma, acertadamente: “Não há nada, para nós, mais aberto à observação do que os fenômenos”. E é também ela que nos explica, então, o “fenômeno”:

Entendendo-se por fenômeno qualquer coisa que esteja de algum modo e em qualquer sentido presente à mente, isto é, qualquer coisa que apareça, seja ela externa (uma batida na porta, um raio de luz, um cheiro de jasmim), seja ela interna ou visceral (uma dor no estômago, uma lembrança ou reminiscência, uma expectativa ou desejo), quer pertença a um sonho, ou uma ideia geral e abstrata da ciência, a fenomenologia seria, segundo Peirce, a descrição e análise das experiências que estão em aberto para todo homem, cada dia e hora, em cada canto e esquina de nosso cotidiano. (SANTAELLA, 2011, p.48-49).

Se a Semiótica é a ciência que estuda todos os tipos de linguagens, compreender as questões das cores, as formas que criamos relacionamento e sensações com elas, como elas nos comunicam mensagens é o que nos traz até essa ciência. Compreender que cores e paletas escolhidas arbitrariamente são formas de discursos socioculturais nos faz lidar com tranquilidade com essas escolhas, além de nos fazer entender que, no campo da comunicação, nada pode ser aleatório.

Entender os processos de comunicação exige um exercício do olhar mínimo, a percepção atenta ao detalhe e a consciência de que tudo se comunica e, portanto, a construção de discursos na comunicação, esclarece Beatriz Figueredo, precisa ser construída com a ideia de que tudo funciona como um corpo. Ou seja, se algo falha em um corpo, ficamos doentes e algo falha, trazendo isso para o campo da ciência da comunicação, se algo falha, o ruído acontece e não nos comunicamos.

Em nenhum outro campo, a Psicologia e a Semiótica das cores têm maior finalidade do que na criação de uma identidade visual ou processo de criação de um logotipo/marca. O uso de determinada cor ou paleta pode ter um impacto enorme sobre a percepção pública do seu cliente. As paletas devem ser pensadas não apenas para que você compre algo, mas para que você compre um estilo de vida.

Os profissionais digitais e de multimídia possuem uma enorme e infinita gama de cores a seu dispor, mas não devem se entusiasmar demais, já que as criações devem ser apreciadas por uma inúmera quantidade de pessoas. Para os criativos, as coisas só melhoram, há uns 25 anos fazíamos tudo na mão (não que ainda não

possamos fazer e não gostemos), mas a gama de programas e sites disponíveis para nos ajudar hoje é imensa. Usá-los de maneira correta faz parte do nosso trabalho. O uso inteligente das cores só trará bons frutos profissionais... então, *enjoy it!*

EMEND

REFERÊNCIAS

ALEGRE, Thiago Pedro Mayer. **A natureza da luz: instrumentação para o ensino.** Disponível em: <http://www.ifi.unicamp.br/~lunazzi/F530_F590_F690_F809_F895/F809/F809_sem2_2003/002561Thiago_Lenz_F809_RF.pdf>. Acesso em: 29 out. 2018.

ARAÚJO, Leonardo Carneiro de. **A teoria das cores de Goethe.** Disponível em: <<http://www.antroposofy.com.br/forum/download/artigos/A%20TEORIA%20DAS%20CORES%20DE%20GOETHE.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2018.

CHIARELLO, Mark; KLEIN, Todd. **DC Comics Guide to coloring and lettering comics.** EUA: Watson Guptill, 2004.

COURTÉS, J. Greimas, A. J. **Dicionário de semiótica.** São Paulo: Contexto, 2016.

FARINA, Modesto. **A psicodinâmica das cores em comunicação.** São Paulo: Edgar Blucher, 1994.

FIGUEIREDO, Beatriz. **Teoria das Cores – Comunicação e Semiótica.** São Paulo: FIAP, 2018.

FRANCISCO, Ed. **O significado da cores.** Disponível em: <<https://www.chiefdesign.com.br/significado-das-cores>>. Acesso em: 29 out. 2018.

FRASER, Tom; BANKS, Adam. **O essencial da cor no design.** São Paulo: Editora Senac, 2010.

GUERRATO, Dani. **Sobre Cor e Webdesign II.** 2013. Disponível em: <<https://tableless.com.br/cor-webdesign-2/>>. Acesso em 29. out. 2018.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia.** São Paulo: Annablume, 2003.

ODOUS. **Percepção das cores/Newton e o Prisma.** 2017. Disponível em: <<http://www.odousinstrumentos.com.br/blog/2017/04/10/percepcao-das-coresnewton-e-o-prisma/>>. Acesso em: 29 out. 2018.

PACHECO, Thais. **Cores complementares e cores análogas – Saiba como fazer combinações perfeitas.** 2016. Disponível em: <<http://vidadeprofessor.pro.br/cores-complementares-e-cores-analogas-saiba-como-fazer-combinacoes-perfeitas/>>. Acesso em: 29 out. 2018.

PETER, Cris. **O uso das cores.** Rio de Janeiro: Marsupial, 2014.

QUEIROZ, Monica. **Círculos cromáticos.** Disponível em: <<http://acorsimplificada.com.br/circulos-cromaticos/>>. Acesso em: 29 out. 2018.

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica?** São Paulo: Brasiliense, 2011.

SANTOS, Marco Aurélio da Silva. **Teorias sobre a natureza da luz.** Disponível em:
<<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/fisica/teorias-sobre-natureza-luz.htm>>.
Acesso em: 29 out. 2018.

WIKIPEDIA. **Cores complementares.** Disponível em:
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Cores_complementares>. Acesso em: 29. out. 2018.

