

Psicologia das Cores

Para escolher cores apropriadas ao projeto, analisamos não somente a roda cromática e suas harmonias, mas também buscamos analisar os significados psicológicos das cores escolhidas, como é feito com muita frequência em marketing, branding e publicidade.

Sobre os significados das cores, podemos dizer que:

Selezione uma alternativa

A

As cores possuem características físicas objetivas, como frequência e comprimento de onda, que nos causam efeitos fisiológicos específicos. A estes efeitos costumamos associar símbolos pertinentes da nossa cultura e de nossa experiência psicológica, e esses significados são amplamente explorados para reforçar as características das marcas e gerar engajamento emocional.

B

As cores trazem significados intrínsecos universais, que se impõem psicologicamente aos sentimentos humanos por conta de suas características físicas. Por esse motivo é tão importante a escolha das cores, pois se corre o risco de trabalhar com cores que trazem imediatamente efeitos diferentes das sensações que desejamos que sejam percebidas de nossas marcas.

C

Psicologicamente cada pessoa percebe as cores de um jeito. O que é vermelho para uma pessoa pode ser diferente do que é vermelho para outra. A psicologia das cores estuda as percepções mais comuns e como isso pode levar a símbolos mais incidentes na população, o que acaba dialogando com técnicas de branding e marketing.