



PSICOLOGIA DA CORES

A INFLUÊNCIA SOBRE OS CONSUMIDORES



2

As cores e os seus significados

AMARELO



Confiança
Otimismo
Felicidade
Alta Auto-estima
Amigável
Extrovertida
Força emocional



Na cultura ocidental, o amarelo
é frequentemente associado à
alegria, ao sol e à energia.

Traços psicológicos positivos

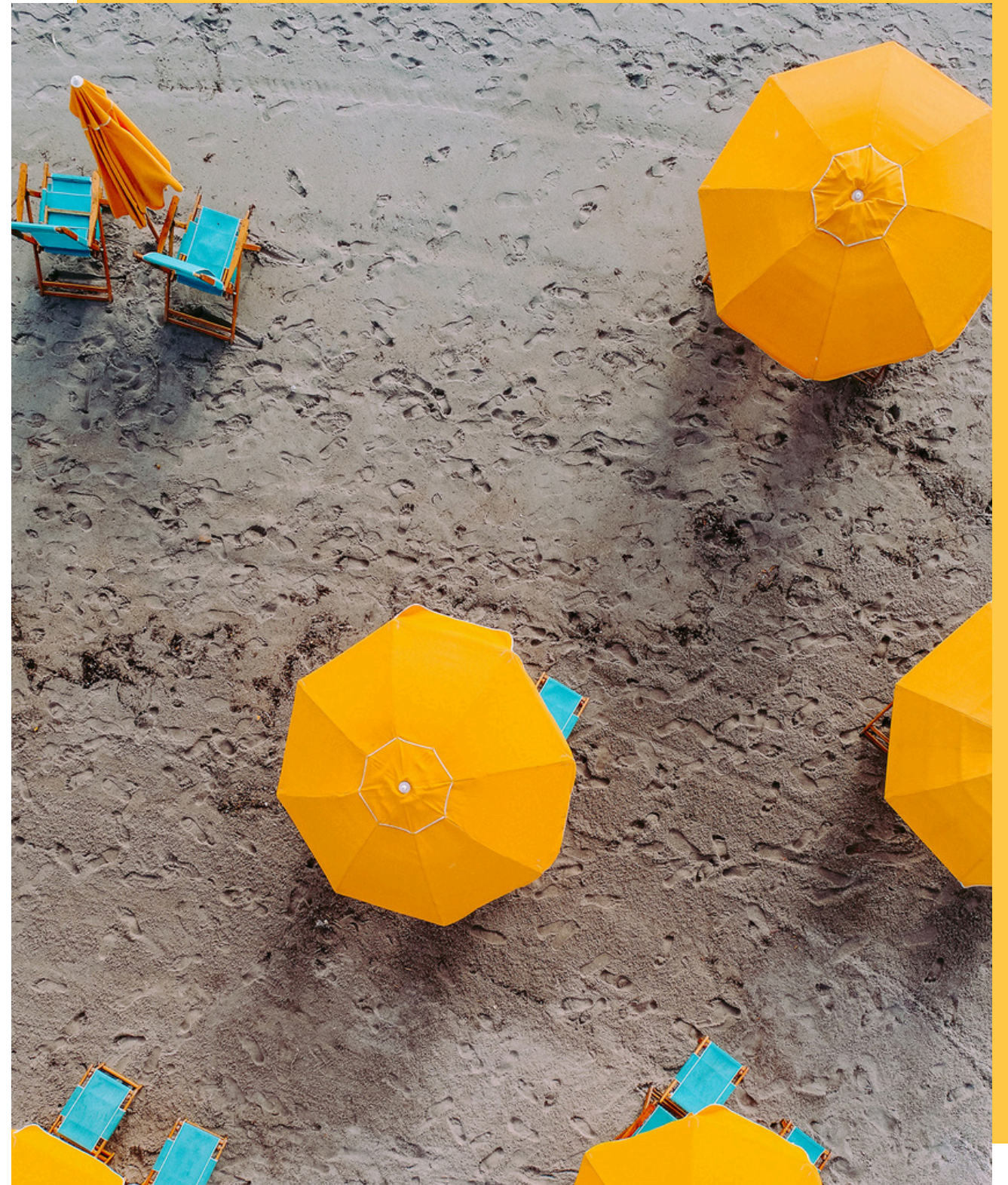
Como se sente quando o sol brilha? Ou com os dias de sol? Feliz, com energia, com motivação? O amarelo é um dos primários psicológicos e está relacionado com as emoções e com o sistema nervoso. Tem um comprimento de onda relativamente longo e é emocionalmente estimulante, fazendo-nos sentir mais confiantes, positivos e otimistas. O amarelo pode aumentar a nossa auto-estima.



Traços psicológicos adversos

Ansioso, Carente, Falta de confiança

Os efeitos desfavoráveis são, obviamente, o oposto. O tom de amarelo errado, ou em excesso, pode levar a sentimentos de irritação, ansiedade, nervosismo e depressão. Na pior das hipóteses o amarelo pode provocar sentimentos suicidas.



Tons de Amarelo



Gold

Tom quente e luxuoso de amarelo. Representa riqueza, sucesso e prestígio. Pode criar uma sensação de elegância e sofisticação.

Exemplos: joalheria sofisticadas, hotéis e resorts de luxo, designers de moda e serviços premium.

Mustard

Mustard é um tom rico e terroso. Representa calor, conforto e uma vibração vintage. Pode criar uma atmosfera acolhedora e nostálgica.

Exemplos: marcas de roupas, lojas de decoração com estética rústica e restaurantes gourmet com ambiente acolhedor.

Canary

Representa vivacidade, criatividade e auto-expressão. Pode criar uma sensação de diversão e energia.

Exemplos: lojas de materiais de arte, agências criativas, festivais de música e locais de entretenimento.

Lemon

Tom refrescante e alegre. Representa frescura, clareza e agilidade mental. Pode criar uma sensação de clareza no pensamento.

Exemplos: empresas de bebidas cítricas, marcas de produtos de limpeza, instituições educacionais etc.

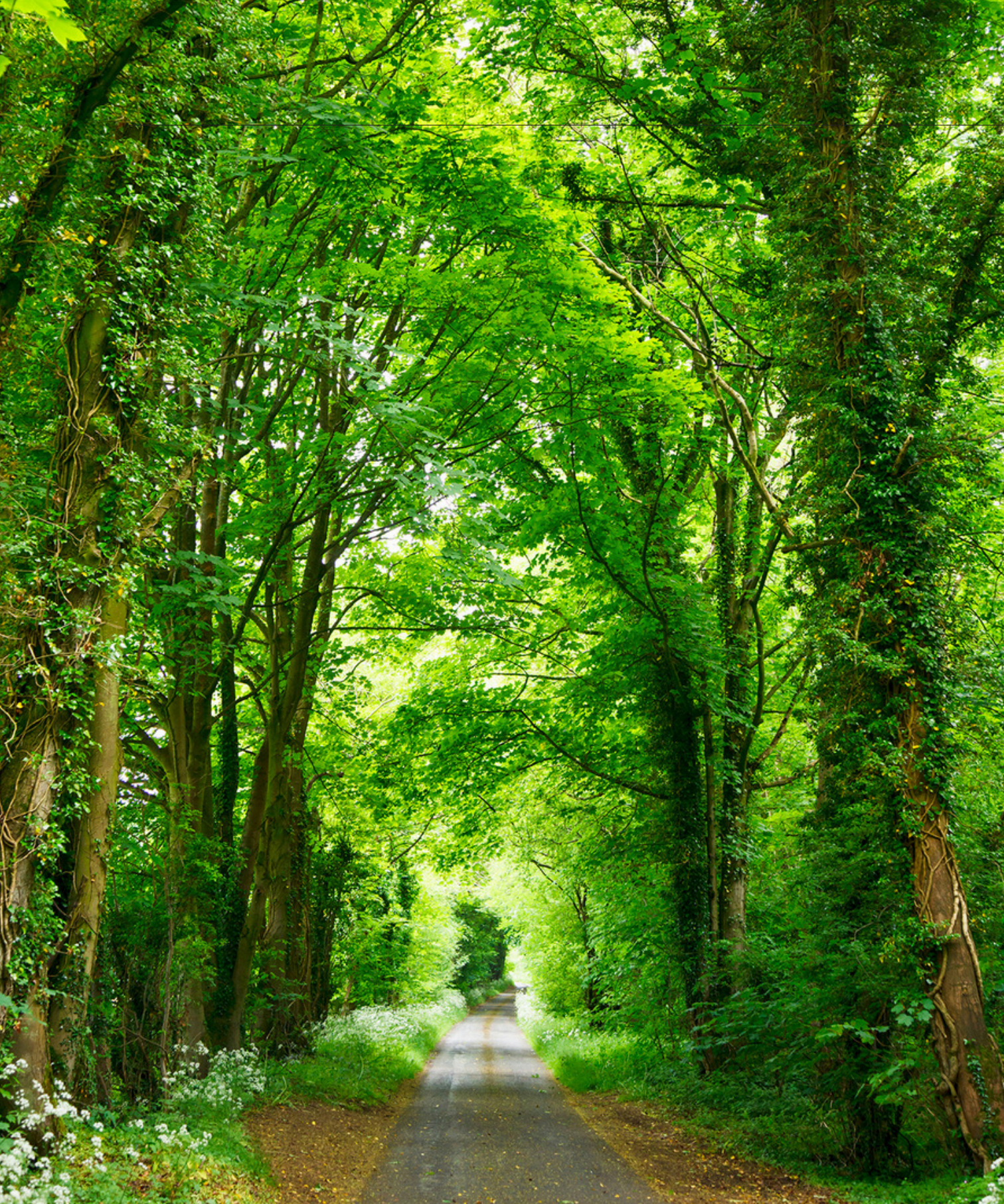
Amarelo em Ação



Na China é a cor dos emperadores.
É a cor da tristeza no Egito porque é associada ao Ouro, que representa a vida eterna.
No Japão é a cor da traição, mas também é a cor da bravura.



VERDE



Repouso
Restaurador
Equilibrado
Harmonioso
Vivaz
Abundante
Orgânico
Ecologicamente correto
Ambiental

Traços psicológicos positivos

Somos tranquilizados pelo verde num nível muito primitivo. Onde há verde, podemos encontrar comida e água - é igual à vida. O verde fica no centro do espectro de cores e o olho requer muito pouco ou nenhum ajuste para poder vê-lo. É uma cor que transmite repouso e indicativa de equilíbrio e harmonia.



Traços psicológicos adversos

Sério, Estagnado, Tedioso, Brando

Muito verde pode levar a sentimentos de estagnação e tédio. Se o verde pode representar um novo crescimento também pode comunicar decadência.



Verde em Ação

Sustentabilidade e Saúde: O uso de elementos verdes na decoração ou na comunicação visual podem transmitir uma mensagem de consciência ambiental e estilo de vida saudável, atraindo hóspedes e clientes com essas preocupações.

Estímulo do Apetite: Certos tons de verde, como verde-limão ou verde-oliva, podem ser usados em detalhes ou elementos específicos para trazer equilíbrio e frescura aos ambientes de restaurante.



Verde-Limão

Representa frescura, vitalidade e juventude. Pode evocar uma sensação de energia e diversão.

Exemplos: marcas de smoothies, Restaurantes asiáticos, Bares e lounges Resorts à beira-mar ou para famílias.

Esmeralda

É rico e luxuoso. Representa riqueza, abundância e prosperidade. Pode evocar uma sensação de elegância e prestígio.

Exemplos: marcas de joalheria sofisticadas, instituições financeiras, resorts de luxo e serviços premium de design de interiores.

Olive

É um tom natural. Representa harmonia, crescimento e uma conexão com a natureza. Pode criar uma sensação de calma e estabilidade.

Exemplos: lojas de alimentos orgânicos, marcas ecológicas e retiros.

Mint

Suave e calmante. Representa tranquilidade, equilíbrio e renovação. Pode evocar uma sensação de relaxamento e uma atmosfera refrescante.

Exemplos: Spas, marcas de cuidados de pele, estúdios de ioga e empresas que promovem um ambiente sereno.

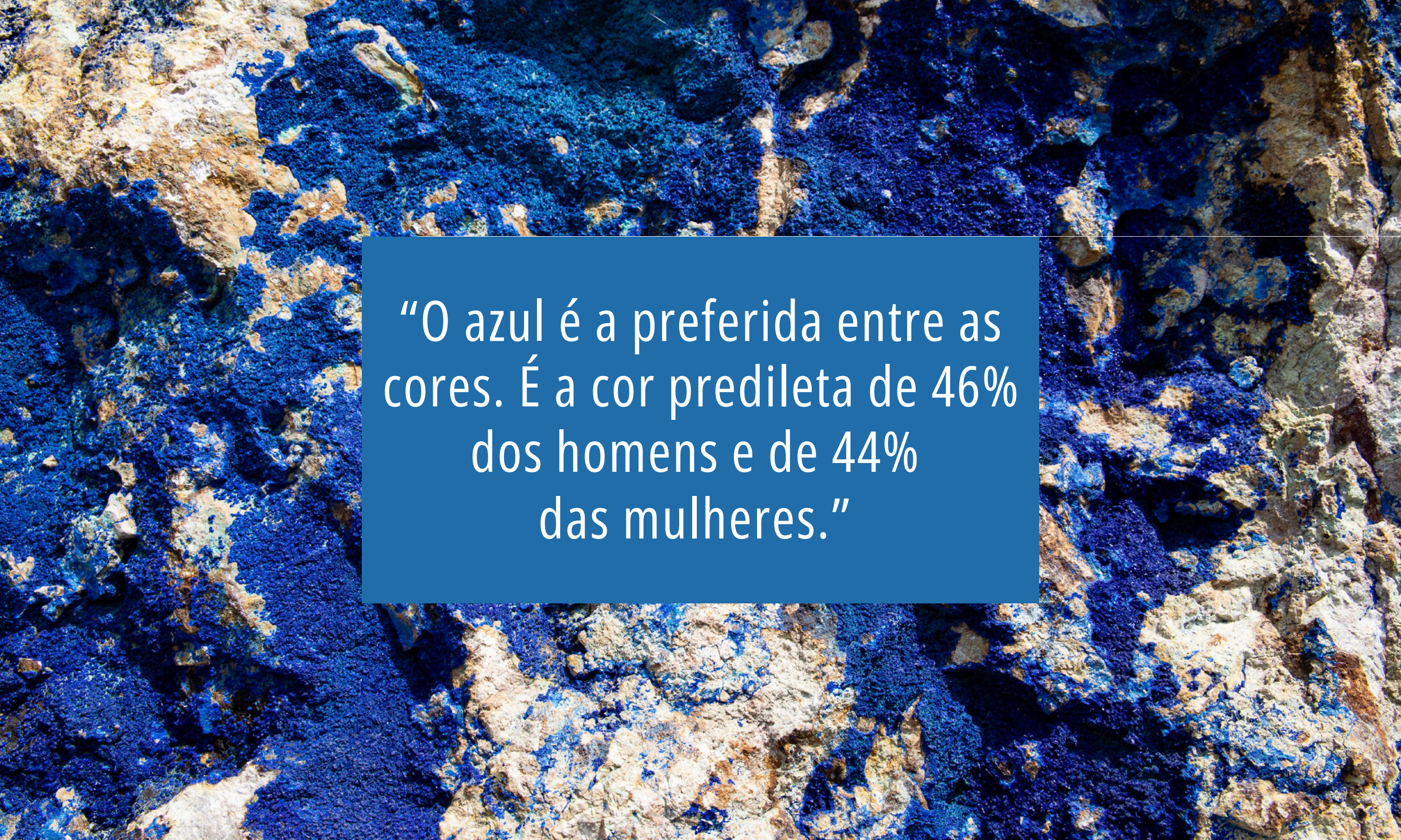
No Japão, o verde é associado à serenidade, tranquilidade e renovação. Está relacionado ao conceito de “shinrin-yoku”, que envolve a imersão na natureza para promover o bem-estar. Na Índia é considerado uma cor auspiciosa e sagrada. Está associado à fertilidade, prosperidade e renascimento. Na América do Sul é a cor da morte. Na Irlanda é a cor da sorte.



AZUL



Inteligente
Lógico
Ordenado
Calmo
Eficiente
Sereno
Confiável
Comunicativo
Focado

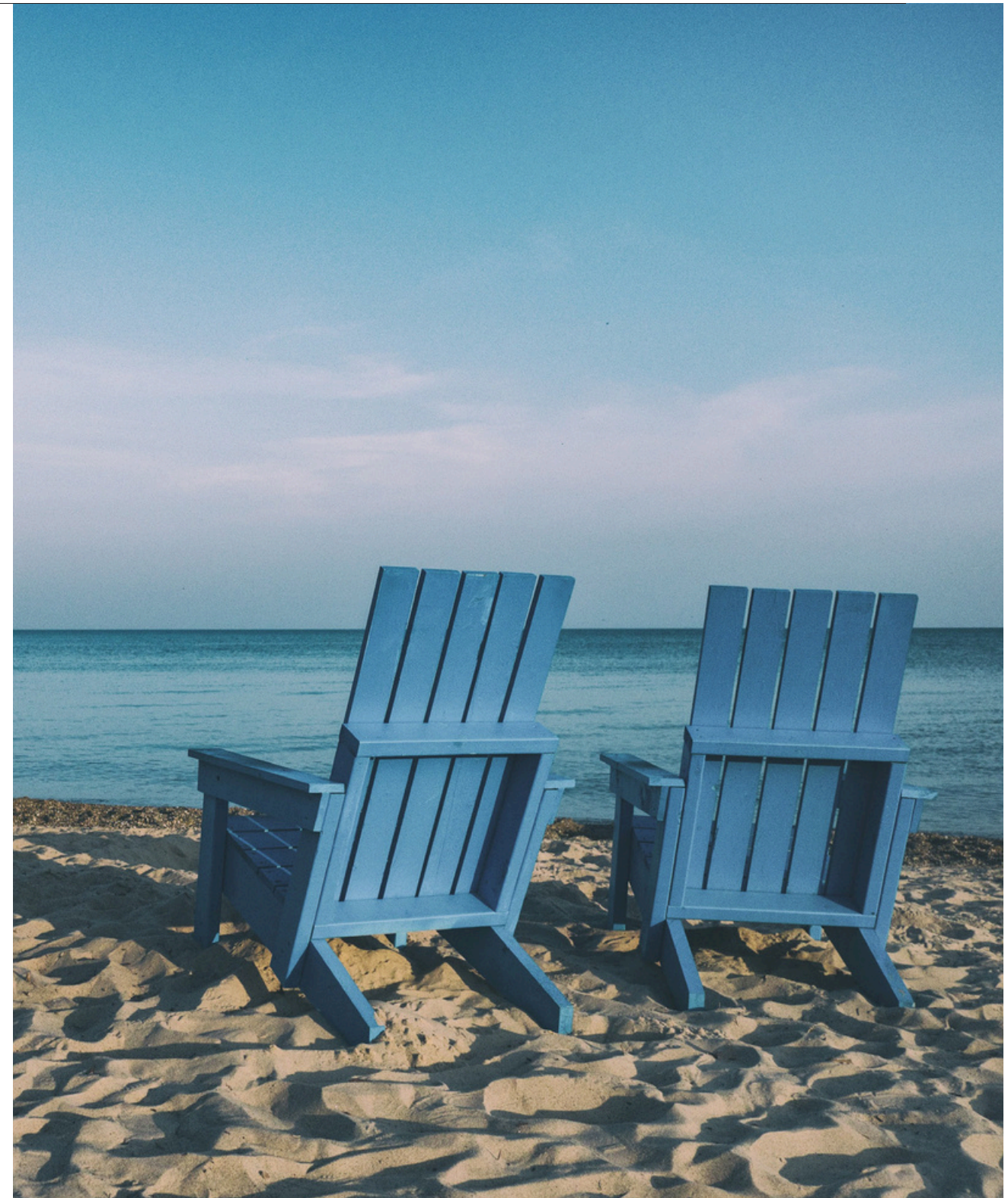
The background of the image is an abstract, textured surface. It features a mix of vibrant blue and bright yellow/gold colors, creating a marbled or mineral-like appearance. The textures vary from fine, granular details to larger, more irregular patches. A semi-transparent blue rectangular box is centered over the image, containing white text.

“O azul é a preferida entre as cores. É a cor predileta de 46% dos homens e de 44% das mulheres.”

Traços psicológicos positivos

Azul é a cor do céu e do mar. Vemos repetidamente estudos que demonstram que o azul é a cor favorita em vários países do mundo - talvez porque estejamos cercados por ela.

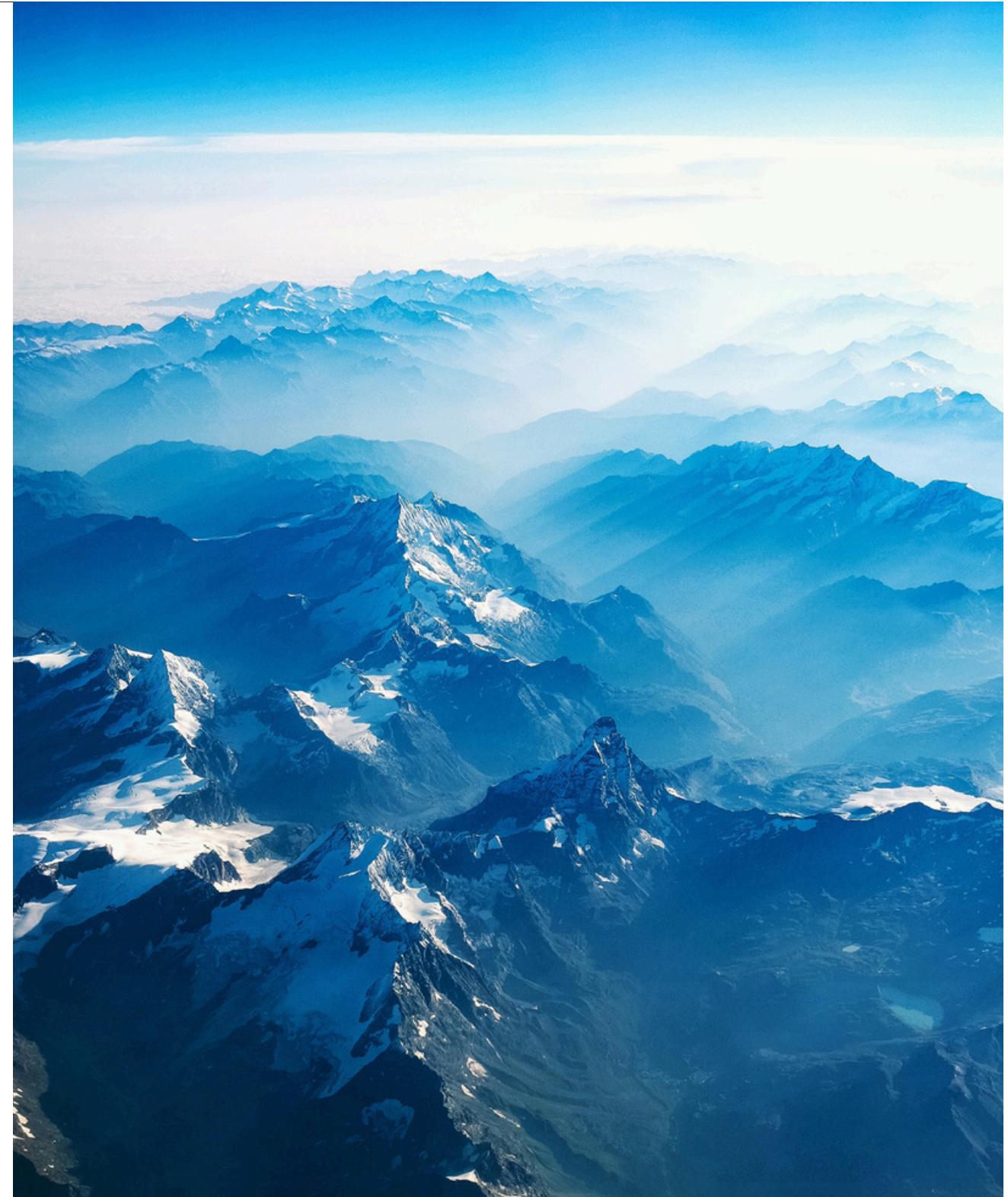
Alguns dos seus atributos mentais positivos são a lógica e clareza do pensamento. Tons mais claros de azul, por exemplo, estão associados à calma mental, serenidade e reflexão. É ainda a cor da fidelidade e é conhecido por baixar a pressão arterial, o que diminui a frequência cardíaca e faz com que o corpo relaxe.



Traços psicológicos adversos

Distante, Frio, Hostil, Sem emoção, Conservador

Muito azul pode transmitir indiferença e distância.
O azul é também a cor com maior probabilidade de suprimir o apetite e não há quase nada de cor azul entre os alimentos e as bebidas.



Azul em Ação

Muitas empresas do setor financeiro e bancário usam o azul como cor principal. O atributos psicológicos positivos do azul incluem honestidade e integridade e ajudam a marca a demonstrar acessibilidade e experiência.

O azul é também a cor preferida da indústria de tecnologia. Como a cor da comunicação, é perfeita para redes sociais.



A cor azul pode ter efeitos calmantes no cérebro e no corpo. Faz com que o cérebro libere serotonina, que regula o humor, o apetite e o sono e por isso é utilizado, por exemplo, em dormitórios, hotéis e hospitais.

A luz azul ajuda a promover o estado de alerta durante o dia, mas pode interferir no sono quando expostos à luz azul à noite.

Algumas pesquisas sugerem que ver ou usar a cor azul reduz o stress, a frequência cardíaca e a pressão arterial.

Os tons de azul mais escuros tendem a transmitir significados mais sérios, enquanto os azuis mais claros transmitem frescura e simplicidade. Os azuis de tom médio fornecem o equilíbrio ideal.



No Japão, azul significa fidelidade. É também uma das cores da sorte.
No Ocidente, o azul está associado à tristeza e ao sentimento de desânimo, daí a expressão “sentir-se triste”.
O azul é a cor de Krishna no hinduísmo e representa o amor e a alegria divina.



ROXO



Visionário
Com propósito
Autêntico
Qualidade
Luxuoso
Espiritual
Introspectivo

O roxo tem sido historicamente associado à realeza, nobreza e riqueza. Na antiguidade, a cor roxa era rara e difícil de ser obtida, tornando-se um símbolo de status elevado e de poder. Hoje é usado em marcas e produtos que desejam transmitir um senso de luxo e exclusividade.



Traços psicológicos positivos

O que normalmente chamamos de roxo, mas no espectro da luz visível é conhecido como “violeta”, é uma combinação do poder, energia e força do vermelho com a integridade e a verdade do azul.

É a cor que associamos à consciência espiritual e à reflexão, razão pela qual é preferida por quem segue uma vocação espiritual ou para meditar. É uma cor para contemplação e busca da verdade superior.



Traços psicológicos adversos

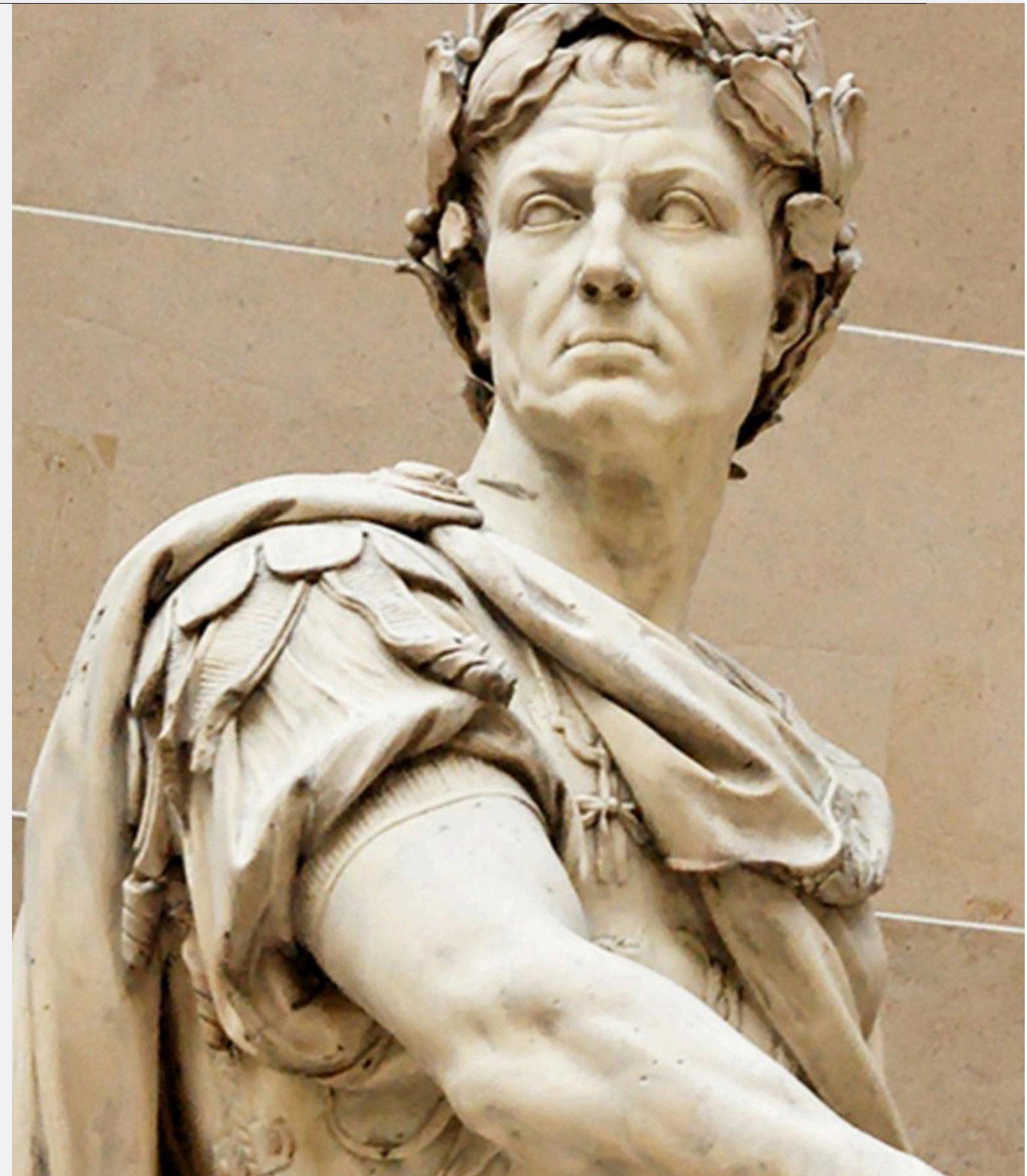
Mística, Estranha, Distante

Muito roxo pode trazer um comportamento mais introspectivo e perder o contato com a realidade.

Pode também comunicar pouca qualidade e desagradável mais rápido do que qualquer outra cor.



Esta é a cor do luto para as viúvas tailandesas e denota tristeza. No oeste, o roxo é a cor da realeza. A primeira cor foi feita a partir do muco de caracóis marinhos. Foram necessários 12.000 caracóis para produzir pouco mais de uma grama e foram os romanos que fizeram da cor um símbolo de status. Júlio César decretou que ninguém mais poderia usá-lo, exceto ele.



CASTANHO



Estável / Confiável
Equilibrado /
Aspiracional / Tranquilo
/ Prático / Honesto /
Sincero / Caloroso /
Sensual / Organizado /
Confiante / Modesto /
Térreno / subestimado /
Natural



Hotéis e espaços tradicionais fazer bom uso do Castanho. Na psicologia da cor, o Castanho pode ser ativado através do uso de materiais naturais como madeira e couro.

Traços psicológicos positivos

Castanho é a cor da terra e da madeira e é essencialmente um laranja escuro. Sentimos-nos seguros com o Castanho. É sólido, confiável e fundamentado, como uma árvore forte e confiável. É sério como o preto, mas de uma forma mais suave.

O Castanho pode ser favorável, enquanto o preto pode parecer opressivo e inacessível. Também é aconchegante e quente - se pensarmos em chão de madeira e lenha na lareira.



Traços psicológicos adversos

Aborrecido, Sério, Pesado, Pouco sofisticado

O Castanho pode parecer monótono, sem vida e chato. Pode ser teimoso e inflexível. Pode faltar humor e sofisticação e trazer sentimentos pesados.

Essa mesma árvore forte também pode ser vista como estagnada/fixa.



Tons de Castanho



Escuro

O Castanho escuro transmite uma sensação de estabilidade, solidez e confiabilidade.

É frequentemente associado à natureza, à terra e à segurança. Empresas que desejam transmitir uma imagem de confiança e durabilidade podem utilizar esta tonalidade.

Avermelhado

Combina os atributos do castanho com toques de vermelho. Essa tonalidade pode transmitir uma sensação de energia, paixão e vitalidade. Pode ser usada por empresas relacionadas com desporto, moda, campismo ou qualquer negócio que se foque num estilo de vida ativo, transmitindo um senso de movimento e entusiasmo.

Bege

O bege é uma tonalidade neutra de castanho que transmite calma, subtileza e simplicidade.

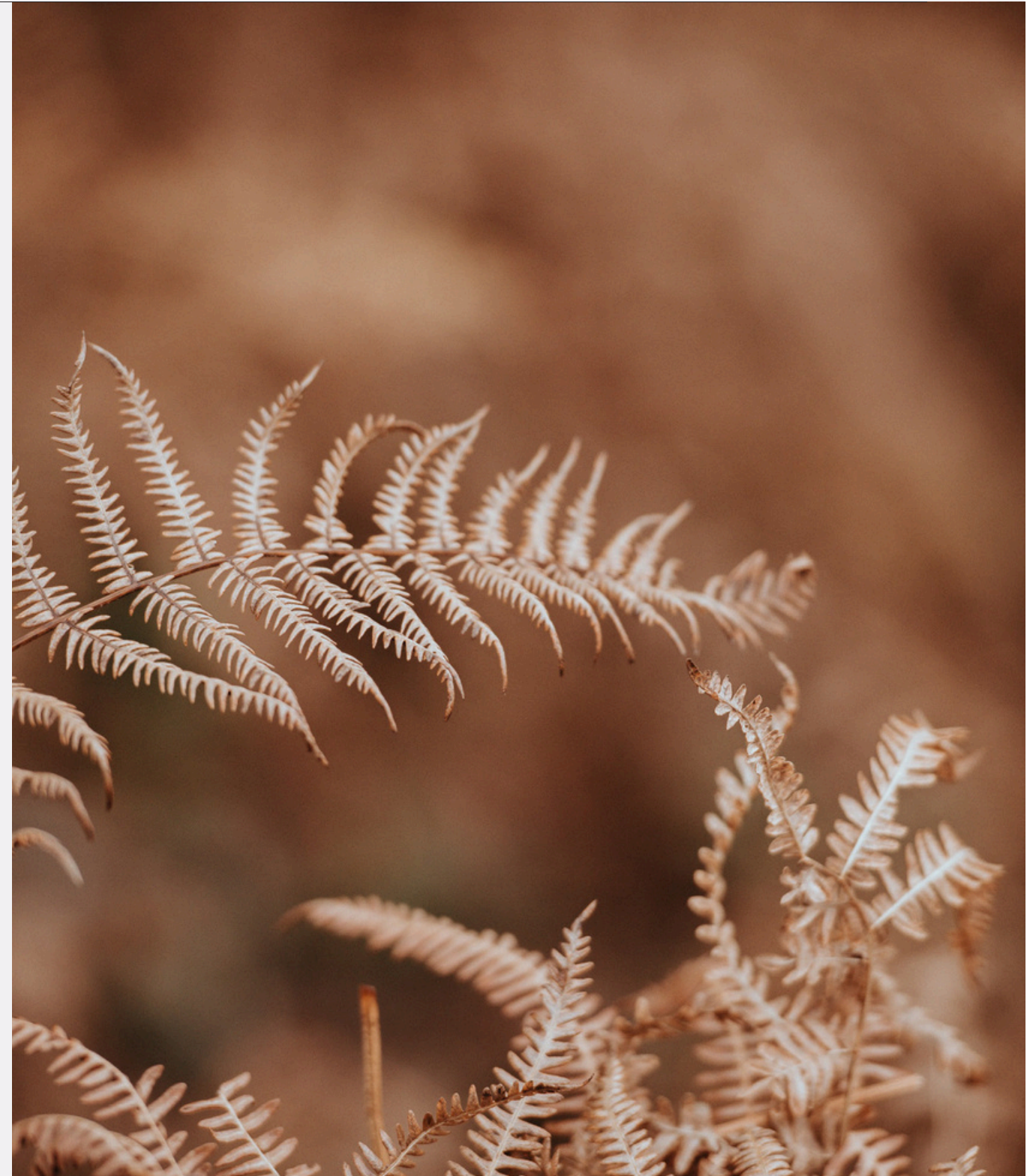
É frequentemente usado em designs minimalistas e é um excelente tom para ser utilizado em qualquer hotel ou restaurante, trazendo um sentimento de equilíbrio e tranquilidade.

Chocolate

O chocolate é uma tonalidade rica e indulgente. É frequentemente associado ao prazer e ao conforto.

Marcas de alimentos, especialmente aquelas que oferecem produtos doces e luxuosos, podem usar tonalidades de chocolate em sua identidade visual para evocar uma sensação de indulgência e qualidade.

No oeste, o Castanho é a cor da terra e representa saúde, fertilidade e natureza.
Na Índia, o Castanho é uma das muitas cores do luto.
No Japão representa força e durabilidade.



PRETO



Glamourosa
Poderosa
Segura
Sofisticada
Intransigente
Séria
Luxuosa
Opulenta
Dramática
Eficiente
Misteriosa

Traços psicológicos positivos

O preto puro é uma cor que tem muitos traços diferentes. Absorve toda a luz e não reflete nada de volta.

Pode evocar um ar de mistério, oferecer segurança emocional ao criar uma barreira protetora e até permitir que nos escondamos. Essa característica faz com que seja frequentemente utilizado em campanhas publicitárias de perfumes, filmes de suspense ou eventos temáticos de mistério.



Elegante e sofisticado: Sensação de elegância, classe e sofisticação e transmite requinte e estilo refinado.

Autoridade e poder: cor usada em trajes formais, e em contextos empresariais o preto pode ser visto como uma cor de liderança e confiança.

Seriedade e formalidade: É utilizado em ocasiões solenes, como funerais e eventos oficiais.

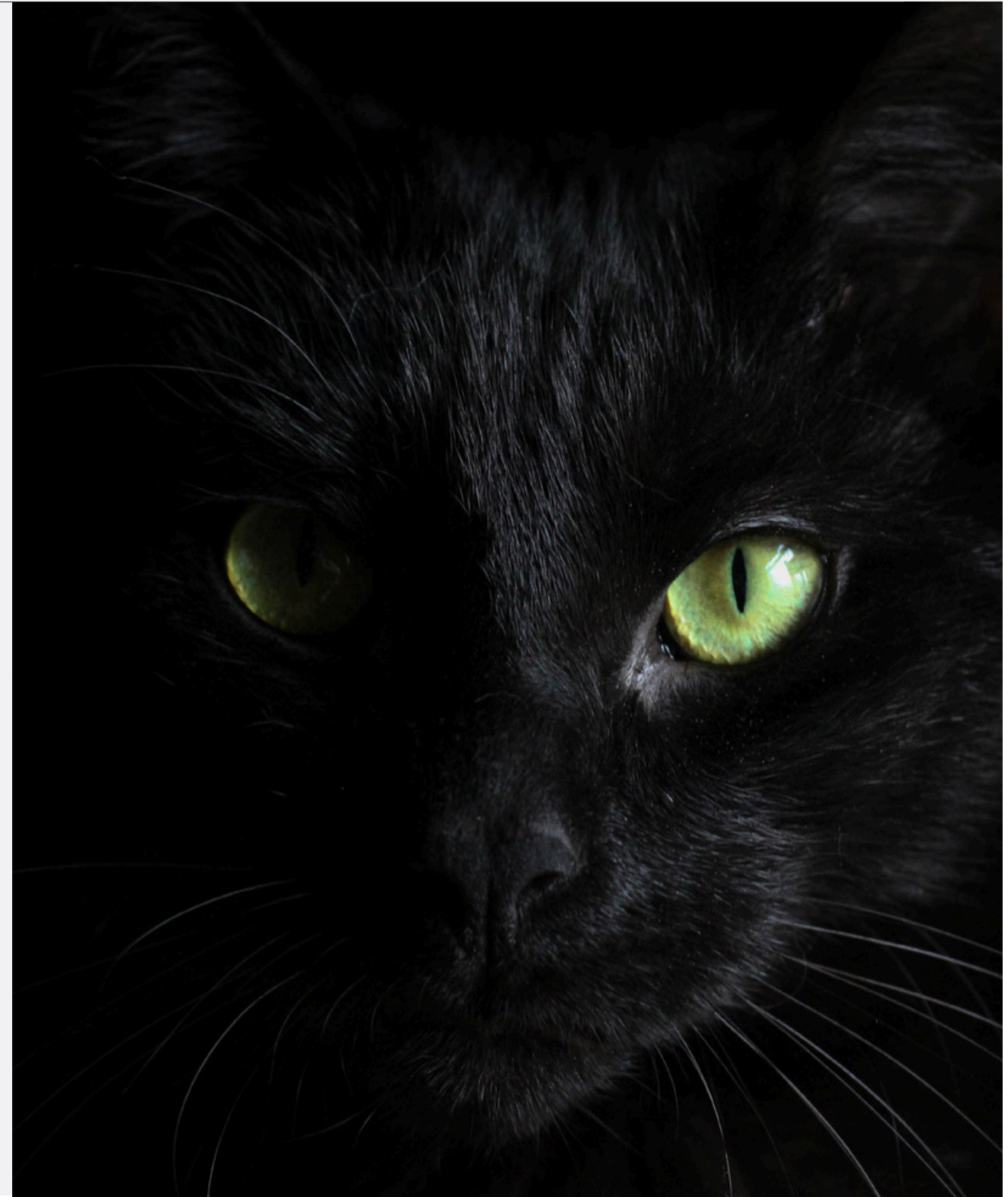
Minimalismo e modernidade: Associado ao minimalismo, simplicidade, limpeza e ordem.



Traços psicológicos adversos

Solidão, Isolamento, Autoridade, Negatividade

O preto puro também pode expressar o oposto de todos os seus traços positivos. Por outro lado, pode ser visto como ameaçador e assustador, frio, inacessível e excessivamente sério. O preto pode ser sufocante e dar origem a sentimentos de peso e opressão.



A cor do luto e da perda no Ocidente.
Na África, o preto é um símbolo de
experiência e sabedoria.
No Japão, é a cor do mistério e da noite.
Também pode representar raiva.
Na Índia, um ponto preto é colocado no
rosto de um bebê recém-nascido para
afastar o mau-olhado.



BRANCO



Clareza
Pureza
Simplicidade
Eficiência
Intransigência
Limpeza
Iluminação
Sofisticação

Traços psicológicos positivos

Branco é a perfeição. É puro e imaculado, e dá uma sensação de paz e tranquilidade, simplicidade e clareza. Branco pode limpar uma mente desordenada e fornecer segurança emocional



Traços psicológicos adversos

Frieza e distância emocional, Estagnação, Rígido

Mas o branco pode ser percebido como frio, indiferente e estéril. Pode ser isolador e remoto. Pode ajudar a acalmar o barulho, a distração e o caos da vida moderna, mas pode fazê-lo a ponto de paralisar.

Na década de 1950, todas as salas e camisas de força brancas em hospitais psiquiátricos eram usadas como forma de baixar a temperatura emocional.



Na Índia, o branco é a cor usada nos funerais.
No Ocidente, o branco simboliza pureza, inocência, bondade e paz.
Na China, é a cor que representa a morte e o luto.

