

COR E PERSPEÇÃO HUMANA

A cor tem um profundo impacto sobre a mente dos homens e por isso mesmo vem merecendo uma atenção especial por parte dos estudiosos desde os primórdios tempos. Elas fazem parte da vida do homem, pois são vibrações do cosmo que penetram em seu cérebro, para continuar vibrando e impressionando sua psique, para dar um som e um colorido ao pensamento e as coisas que a rodeiam. Além de atuarem sobre a emotividade humana, as cores produzem uma sensação de movimento, uma dinâmica compulsiva.

Naturalmente as pessoas associam cores a diversas situações de suas vidas; com base nessa propriedade faz-se uso de cores para indicar condições diversas tais como: perigo, atenção, qualidade de alimento, acidez e alcalinidade em experimentos químicos. Essas associações são influenciadas por aspectos geográficos, religiosos, culturais e a idade.

Pessoas de lugares tropicais gostam mais de cores saturadas e com brilho; porém, moradores de regiões mais temperadas possuem uma tendência para cores sombrias, isto por que essas são as cores que elas vêem no seu dia a dia.

Os costumes sociais também são fatores de grande intervenção nas escolhas das cores. Em determinadas culturas as cores das roupas de mulheres mais idosas diferem das usadas pelos jovens; este fato decorre de hábitos sociais estabelecidos durante um longo espaço de tempo, fixando atividades psicológicas que orientam, inconscientemente, as inclinações de cada um, e até definindo estados emocionais.

Um exemplo disto é a cor branca que no ocidente é visto como pureza e alegria sendo utilizado no vestido de noiva, que no oriente ela é a cor dar morte e dor, sendo o vermelho a cor convencional para o vestido de noiva.

A cor também entra no aspecto ilusório fazendo o espaço (físico) parecer mais baixo, mais alto, maior ou mais estreito. Dependendo também da luz, determinadas cores dão a sensação de proximidade e outras, de distância.

A influência psicológica das cores é utilizada também na segurança do trabalho e no campo industrial, seguindo as normas da **Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)**.

Azul - Controle de equipamentos elétricos;

Vermelho - Equipamentos de proteção contra incêndio ou combate a incêndios;

Preto - Controle de resíduos.

É também utilizada nos sinais de trânsito:

Vermelho - Perigo, pare;

Verde - Segurança, siga;

Amarelo - Atenção.

Quando um designer ou qualquer outro profissional da área escolhe uma cor, ele deve ter em mente que está lidando com um elemento de estímulo imediato e que atinge diretamente a emoção humana.

AS CORES E SUAS RELAÇÕES

CORES ACROMÁTICAS

São os vários tons de cinza localizado, entre o branco e o preto. O preto em sua máxima intensidade absorve toda energia luminosa e o branco por sua vez reflete toda a luz.

BRANCO

Sugere

a) sensações de:

Pureza; vazio; infinito; frescor e limpeza, principalmente, quando combinado com o azul;

b) associação de:

Ordem, simplicidade, pensamento, juventude, otimismo, piedade, paz, harmonia, estabilidade; batismo; casamento; primeira comunhão e neve.

* O branco para os ocidentais simboliza vida, já para os orientais, a morte.

PRETO

Sugere

a) sensações de:

Silêncio; morte, infortúnio; poder; miséria, maldade, pessimismo, tristeza, desgraça, dor, negação, opressão, angústia e condolência. Quando brilhante: confere nobreza, distinção e elegância, masculinidade.

b) associação com:

Sujeira, sombra, enterro, noite, fumaça, coisas escondidas.

CINZA

Sugere

a) sensações de:

Indecisão; ausência de energia, sombrio, desânimo, monotonia; poder, elevado nível sócio-econômico; tédio; tristeza; decadência; velhice; seriedade; sabedoria; aborrecimento; carência vital;

b) associação com:
Chuva, rato, máquinas.

* Também é a cor de pessoas criativas, e não interfere junto às cores em geral.

CORES CROMÁTICAS

VERMELHO

Sugere

a) sensações de:

Vida; força, alegria, virilidade, masculinidade, dinamismo; alívio; movimento; coragem; esplendor; agressividade, alegria comunicativa, conquista; sexualidade; raiva; paixão;

b) associação com:

Rubi, cereja, guerra, lugar, sinal de parada, perigo, vida, fogo, chama, sangue, lábios, mulher, afetividade.

LARANJA

Sugere

a) sensações de:

Jovialidade; alegria; aumento de apetite; Transborda irradiação e expansão. É acolhedora, quente e íntima;

b) associação com:

Vitalidade, saúde, jovialidade; sensibilidade; outono; fogo; pôr do sol; luz; calor; festa.

AMARELO

Sugere

a) sensações com:

Vida; ciúme; orgulho; egoísmo; inveja; espontaneidade; euforia; originalidade;

b) associação com:

Flores grandes; palha; luz; verão; calor de luz solar; ouro.

* É ideal para chamar a atenção.

VERDE

Sugere

a) sensações de:
Indiferença; calma; bem-estar; paz; saúde; tranquilidade; coragem; descanso;
tolerância; ciúme;

b) associação com:
Umidade, frescor, bosque, águas claras, folhagem, mar, planície, natureza.

AZUL

Sugere

a) sensações de:
Maturidade; infinito; frescor; higiene, principalmente quando na presença de
branco;

b) associação com:
Montanhas; frio; mar; céu; viagem; sentido (direção); advertência, precaução,
confiança.

ROXO

Sugere

a) sensações de:
Mistério; melancolia; calma;

b) associação com:
Noite; igreja; grandeza; calma.

MARROM

Sugere

a) sensações de:
Maciço; denso; compacto; segurança; solidez;

b) associação com:
Terra, outono, doença, sensualidade, melancolia, resistência, vigor.

ROSA

Sugere

a) sensações de:
Feminilidade; afeição. Íntima; romântica; amor;

b) associação com:
Alegria; empatia; companheirismo.

Cor Luz

Cor- luz é a cor que baseia na soma de três cores, verde, vermelho, azul (RGB - Red, green e Blue), é a luz solar, a mistura destas três cores produzem milhões de outras cores, a soma total destas três cores produz a luz branca, este modelo é muito utilizado em TV, monitores de computadores e scanners.

Cor Pigmento

Cor pigmento, é a substância material que conforme sua natureza, absorve, refrata e reflete os raios luminosos componentes da luz que se difunde sobre ela. São o Ciano, Magenta, Amarelo (Cian, Magenta, Yellow - CMY), que misturadas em partes produzem outras milhões de cores subtrativamente, a soma total delas produz um preto turvo, este modelo de cor é largamente utilizada nas Artes Gráficas.

Cor em ambientes

O planejamento adequado delas no ambiente de trabalho, aplicando-se cores claras em grandes superfícies, com contrastes adequados para identificar os diversos objetos, associado a um planejamento adequado de iluminação, tem resultado de economia cerca de 30% no consumo de energia. O aumento de produtividade que chega a 80% a 90%, lembrando que as cores influenciam diretamente no humor das pessoas e um objeto bem iluminado se torna mais seguro. Existem diversas experiências que comprovam que as cores influenciam no comportamento das pessoas, por exemplo, usar cores frias em ambientes que se trabalha com fornos, cores claras em cabinas de barcos dando a sensação de maior. Nota que há certa padronização de cores no meio de trabalho.

Cor nas fábricas

Nas fábricas, em geral, são recomendadas as seguintes combinações: Paredes : cinza claro, bege creme e ocre-amarelo fosco, claro que depende muito que tipo de ambiente estamos tratando. Máquinas: verde claro, verde azulado claro, azul claro. Eventualmente, é utilizado dois ou três graus de cada cor para criar um contraste maior e ou criar um ambiente mais alegre e dinâmico. Cores no equipamento. É comum dentro de uma fábrica que os equipamentos sejam pintados das cores acima citadas, mas existe uma preocupação e uma norma que exige que elementos móveis ou perigosos de uma máquina seja diferenciados pela cor, aumentando assim uma maior visibilidade e menor risco de acidentes. O corpo principal deve ser pintado de uma cor clara, que descansa a vista, sendo recomendadas as seguintes cores: Verde claro, Azul claro, Verde - azul claro, Cinza claro. Cores foscas são melhores que as cores brilhantes, pois as últimas produzem reflexos que prejudicam a visão e distraem o trabalhador. Uma combinação adequada de cores, usada harmoniosamente, quebra a monotonia e ajuda a obter concentração do

trabalhador sobre determinadas partes do equipamento, ajudando a reduzir acidentes. A norma Brasileira NB-76/59 fixa as cores dos locais de trabalho para prevenção de acidentes. Recomenda o uso de 8 cores de acordo com as seguintes aplicações: Vermelho: em equipamentos de combate a incêndio, como extintores, hidrantes, caixas de alarme. Excepcionalmente pode indicar advertência e perigo, sob forma de luzes ou botões interruptores de circuitos elétricos. Alaranjado: identifica as partes móveis e perigosas de máquinas e equipamentos, como polias, engrenagens e tampas de caixas protetoras (pintar do lado interno, para ficar visível na posição aberta). Amarelo: indica "cuidado" em escadas, vigas, partes salientes de estruturas, bordas perigosas, equipamentos de transporte e de manipulação de material. Pode ser combinado com faixas ou quadrados pretos quando houver necessidade de melhorar a visibilidade, como em pára-choques, ou para delimitar locais de trabalho perigosos. Verde: cor usada pela segurança industrial para identificar equipamentos de primeiros socorros, macas, chuveiros de segurança, e quadros para exposição de cartazes sobre segurança. Azul: indica equipamentos fora de serviço, pontos de comando e partidas ou fontes de energia. Púrpura: é usado para indicar os perigos provenientes de radiações eletromagnéticas penetrantes e de partículas nucleares. Branco: é usado para demarcar áreas de corredores e locais de armazenagem, localizações de equipamentos de socorros, combate ao incêndio, coletores de resíduos e bebedouros, - Preto: indica os coletores de resíduos. Uma outra norma, a NB-54/57 fixa as cores para tubulações: Vermelho: combate ao incêndio Verde: água Azul: ar comprimido Amarelo: gases não - liquefeitos Laranja: ácidos Lilás: álcali Marrom: qualquer outro tipo de fluído Preto: inflamáveis e combustíveis de alta viscosidade Alumínio: gases liqüefeitos, inflamáveis e combustíveis de baixa viscosidade Cinza claro: vácuo Cinza escuro: eletrodos Branco: vapor Diversos outros códigos de cores são usados na indústria, por exemplo, para identificar botijões de gás ou resistividades elétricas, mas não serão apresentados aqui por se tratarem de aplicações específicas.

A aplicação da cor em publicidade

É fato incontestável, atualmente, a grande influência da cor sobre o homem, tanto sob o ponto de vista fisiológico quanto psicológico. A cor na embalagem é o que realmente faz a diferença na hora da compra, a embalagem vende por si só, além do desenho do produto, a tipologia empregada, aplicação de cromia, a cor tem muita influência na decisão de um produto e não outro. Portanto é para ela que devem se dirigir os primeiros cuidados principalmente se considerarmos as ligações emotivas que envolvem e seu grande poder sugestivo e persuasivo.. A cor na embalagem age sobre a mente e atua sobre a sensibilidade e está ligada diretamente as funções ópticas, fisiológicas e neurológicas. A classificação das sensações luminosas é feita pelo cérebro é ele que identifica as cores primarias de onde derivam todas as outras tonalidades. É inegável que as cores básicas são as que possuem mais força e nisso não está envolvido o julgamento estético. Mesmo que determinadas pessoas afirmem gostar mais de uma cor ou tom e não de outra, ninguém ignora a força emotiva das cores básicas agem como estímulo fisiológico violento que tem inclusive, o poder de alterar a respiração e muitas vezes modificar a pressão arterial. Existem outras associações com relação as cores e produto. Café: marrom - escuro com toque de laranja ou vermelho;

Chocolate: marrom - escuro e/ou marrom - claro ou vermelho - alaranjado; Leite: azul em vários tons, vermelho, laranja, e em alguns casos as empresas utilizam estas cores para destacar o tanto tem de gordura no leite. Açúcar: "branco" e azul, com toques de vermelho, letras vermelhas e pretas; Massas alimentícias: produto em transparência com uso plástico fino, embalagem vermelha, "branca", amarelo ouro, e às vezes com toque de azul; Óleos e azeites: verde, vermelho e toques de azul; A cor na embalagem pode atingir as pessoas na sua necessidade de se alimentar, no seu desejo de possuir saúde e prestígio, ou de personalidade ou ainda aparência. Também influencia na questão de peso, ou seja, se você utilizar numa embalagem cores muito escuras ela se tornará muito pesada.

Influência da cor no cartaz

O cartaz é o meio mais antigo usado na publicidade e geralmente é utilizado ao ar livre. A única função do cartaz comercial é produzir um impacto instantâneo, dando uma idéia rápida e clara do produto ou serviço anunciado. Ele é feito para ser olhado rapidamente pois, na maior parte das vezes, e visualizado por alguém que está com pressa ou em movimento, logo a tipografia usada tem que ser clara, simples, sem serifa que tenha uma legibilidade muito boa, na maioria dos casos e a cor utilizada tem que ajudar ao espectador para a mensagem transmitida. Tem que ter um contraste muito grande entre as cores da frente e do fundo e ou entre as figuras e fundo, assim como na embalagem a cor pode determinar o seu estado psicológico, humor e a transmissão da mensagem de forma mais simples e direta.

A execução de um design consistente envolve o uso de conceitos estéticos consagrados como função e estrutura, além dos princípios básicos da Gestalt. Todos os fatores são apenas variantes do mesmo tema: o bom senso.

- Proximidade e alinhamento
- Equilíbrio, proporção e simetria
- Contraste, cores e brancos
- Ordem, consistência e repetição
- Simplificação
- Legibilidade
- Integração

Proximidade e alinhamento

Elementos que têm algo em comum devem estar juntos no layout. Pois quando estão separados, perdem a noção de grupo. A idéia é aplicar o princípio da gestalt de organizar elementos (link). Elementos soltos costumam dar um enorme trabalho e desconforto ao leitor.

O agrupamento também estabelece uma relação de hierarquia entre os elementos, sugerindo uma ordem de leitura.

Além de agrupados, os elementos devem estar alinhados. É sempre bom repetir o alinhamento em todas as páginas em que o assunto for o mesmo. Se a idéia é romper com o alinhamento para dar a impressão de bagunça, deixe isso bem evidente, pois só um pouco desalinhado dá a impressão de descuido.

Equilíbrio, proporção e simetria

Assim como dois pesos iguais estão em equilíbrio em uma balança, dois garotos de tamanhos diferentes podem estar em equilíbrio em uma balança, desde que o maior esteja mais perto do centro.

Simetria é uma forma geométrica que apresenta dois lados iguais, de um mesmo eixo. É fácil produzir um layout simétrico, porém este não chama a atenção pois é estático e artificial.

Para conseguir um equilíbrio dinâmico é preciso combinar elementos de pesos e formas diferentes, que se oponham e se complementem, criando movimento e interesse .

Contraste, cores e brancos

A designer americana Robin Williams divide a relação entre os elementos de um layout, em três categorias: concordante, conflitante e contrastante.

No primeiro não há contraste algum entre os elementos de um layout, dando a impressão de um "apostilão".

Uma relação conflitante é pior: quando o designer resolve inovar, mas não ousa muito. Surgem pequenas diferenças de tipo, corpo e estilo de texto, imagens com pequenas variações no estilo, tamanho, moldura e posição. As similaridades dificultam a leitura, porque as atrações visuais não são as mesmas (concordante), nem diferentes (contrastante), causando um resultado desequilibrado, estranho e desagradável de se ler.

Um layout contrastante, atrai a visão na hora, e cria uma real curiosidade e interesse. Ele pode variar peso, tamanho, estilo, forma e cor. Quanto maior for a intensidade e quantidade de contrastes mais interessante poderá ser.

Os espaços em branco (entrelinha, colunas e margens) são o que dá forma ao design, equilibrando espaços, reforçando unidade , harmonizando áreas e aumentando o contraste.

Ordem, consistência e repetição

O designer tem toda a liberdade de criar as regras, mas deve segui-las depois. Quando se joga cartas, é necessário que se estabeleçam as regras antes do jogo começar e que elas continuem iguais até o fim da rodada. Isso é consistência.

Existem pessoas que querem fazer de cada página de uma revista um layout diferente, mas isso normalmente não funciona, pois não dá unidade e desorienta o usuário.

Simplicidade

A simplicidade e elegância são difíceis de se conseguir, pois tem um enorme poder de síntese: simplicidade requer objetividade, firmeza, clareza de mensagem e elegância de design. Não é uma página em branco com uma foto e um texto. É uma página em que o branco ocupa um lugar preciso e estudado. Simples, não ?!

Legibilidade

Você consegue ler seu texto no layout? Ou melhor, a pessoa para quem você está destinando aquele layout vai conseguir ler o que está escrito? Então tudo bem, não está mais aqui quem falou, seu texto está bom.

Integração

Depois de testar todos os componentes individualmente, é hora de harmonizá-los, agrupá-los, alinhá-los, simplificá-los, ordená-los ou, sintetizando, integrá-los. Não adianta nada o layout seguir alguns princípios em algumas páginas e quebrá-los em outras. Não deixe a peça desafinar.

Percepção: Gestalt

Quando olhamos para algo - layout, paisagem, quadro - temos uma tendência natural e instintiva de organizar o que vemos. Assim, a percepção é um processo dinâmico.

A Gestalt foi uma escola alemã que tentou descobrir como absorvemos as mensagens que recebemos, focando o estudo do processo da percepção.

São quatro os princípios da Gestalt:

- Organização entre elementos
- Imagem X fundo
- Agrupamento de imagens
- Figuras fortes são estáveis

Organização entre elementos

As coisas tem sua aparência não só por suas partes individuais, mas também - e principalmente - por sua organização. As vezes podemos ver algumas formas que não existem na realidade, mas que a relação entre suas partes sugere.

Por exemplo: " Uma música pode ser tocada em tons diferentes e ser percebida como a mesma música, porque as pessoas percebem a relação entre as notas, mais que as notas em si".

Imagem X fundo

As pessoas também separam as partes do fundo. A aparência de uma imagem depende, e muito, do fundo. Atributos como: tamanho, brilho, cor e forma, são percebidos de forma diferente conforme o ambiente em que estão.

Agrupamento de imagens

As figuras podem ser agrupadas conforme sua: proximidade, continuidade e semelhança, formando outras imagens ou estabelecendo relações entre elas. As pessoas tendem a continuar as linhas que vêem emendá-las. Foi assim que os antigos imaginaram os desenhos das constelações.

Assim, o Layout deve tomar muito cuidado com o alinhamento, pois elementos alinhados dão a impressão de maior estabilidade e segurança.

Figuras fortes são estáveis

Apesar de todos os elementos de um campo visual se influenciarem, existem figuras que são mais resistentes e estáveis. São formas neutras, que se isolam da confusão geral. Essas formas são geralmente: simples, regulares, simétricas e com um contorno regular visível.

A mais forte delas é o círculo. Ele é tão forte que não se desintegra nem se mistura com os outros elementos do layout.

Além do círculo, elipses, quadrados, retângulos, triângulos e outras formas geométricas, algumas letras e números, também são fortes.

Relação palavras / imagem

Os principais elementos de um design são as palavras e as imagens. Elas interagem e se completam, transmitindo melhor informação. Essa relação pode ser:

- Redundante
- Complementar
- Cenário
- Suplementar

Redundante

Os mesmos elementos são reproduzidos visual e verbalmente, repetindo e reforçando as idéias principais. Ler o texto e ver a imagem traz exatamente a mesma informação.

Complementar

Texto e imagem apresentam conteúdos diferentes, e é preciso ver os dois para se entender as idéias principais.

Cenário

Um dos elementos define o cenário (ambiente), e o outro conta a situação. O segundo conta a história dentro desse ambiente.

Suplementar

Os conteúdos dos dois são diferentes. Um modo domina, mandando as idéias principais enquanto o outro reforça, elabora ou as explica.

FOCUS
ESCOLA DE FOTOGRAFIA



<http://www.escolafocus.net>

