

## A psicologia das cores

### Como as cores afetam a emoção e a razão

A socióloga, psicóloga e professora de Teoria da Comunicação e Psicologia da Cor **Eva Heller** fez estudos com 2 mil pessoas contemplando diferenças sociais, culturais, profissionais e econômicas para formular esta obra. Os resultados das pesquisas mostram que cores e sentimentos não se combinam ao acaso nem são uma questão de gosto individual – são vivências comuns que, desde a infância, são enraizadas na linguagem e o registro fica marcado na memória.

**Exemplos e impressões relacionados com a cor violeta**

69 ▽ De que cor é o púrpura? Sem titubear os alemães irão escolher o vermelho, mas os ingleses e os americanos vão escolher o violeta. Por quê? A cor original do púrpura era o violeta, na Alemanha o nome da cor foi mudado.

70 ▽ Coroa inglesa são forradas na cor violeta, a cor do púrpura inglês.

71 ▽ A imperatriz Teodora em sua túnica púrpura – a cor também é violeta.

72 ▽ O violeta do púrpura antigo transformou-se na cor das igrejas. Por isso, nas placas indicativas, a igreja é representada na cor violeta.

73 ▽ O púrpura violeta, cor feita de moluscos. A partir de 1500, o púrpura à base de piolhos se tornou a cor mais cara. Assim, a igreja adaptou as cores de sua hierarquia: os cardinais passaram a usar vermelho; os bispos, um violeta que já não é o antigo púrpura.

74 ▽ A marca Milka se tornou famosa pelo colorido original dado à sua vaquinha.

75 ▽ O movimento feminista teve início com as sufragistas e sua luta pelo direito ao voto. Emblema das sufragistas de 1908. A cor púrpura inglesa simboliza liberdade e dignidade.

76 ▽ Emblema do feminismo por volta de 1970. Aqui o violeta simboliza a ligação entre o masculino e o feminino.

77 ▽ O pintor surrealista Brauner fez a representação do signo de Gêmeos como um ser duplo, masculino-feminino. O laranja simboliza transformação; o violeta, a magia.

78 ▽ Consultores de moda aconselham que se escolham as cores das roupas com base na cor da pele; com tons de rosa, por exemplo: o quente rosa pastoso para o tipo primavera, o quente rosa salmão para o tipo outono, o frio rosa violáceo pastel para o tipo verão, e o frio rosa choque para o tipo inverno. Os tons quentes são amarelados; os tons frios, azulados.

79 ▽ Atribuição ideal de cor: um rosa forte, atraente, e o erótico violeta para bombons com álcool.

80 ▽ Exemplo de cores: símbolo do veneno: em cores de bebê – advertência para os bombons?

81 ▽ Originalmente o rosa era uma cor masculina, razão pela qual o Menino Jesus frequentemente aparece trajando rosa – nuncia azul-claro.

82 ▽ A filha da rainha Vitória. O bebê é a princesa Helena. Até 1900 o azul-claro era, como a cor da Virgem Maria, a cor para meninas.

83 ▽ Acompanhado de violeta e preto, o rosa tem um efeito erótico.

84 ▽ Jornais típicos masculinos, como o Financial Times e a Gazzetta dello Sport, ainda são impressos na antiga tradição do papel cor-de-rosa.

**Exemplos e impressões relacionados com a cor rosa**



Destinado a quem utiliza cores profissionalmente como os artistas, designers de moda, publicitários, os cromoterapeutas, os designers gráficos ou de produtos industriais, os design de interiores ou os arquitetos que necessitam saber como as cores interferem psicologicamente nos consumidores ou em pacientes.

“Conhecemos muito mais sentimentos do que cores. Dessa forma, cada cor pode produzir muitos efeitos, frequentemente contraditórios. Cada cor atua de modo diferente, dependendo da ocasião. O mesmo vermelho pode ter efeito erótico ou brutal, nobre ou vulgar. O mesmo verde pode atuar de modo salutar ou venenoso, ou ainda calmante. O amarelo pode ter um efeito caloroso ou irritante. Em que consiste o efeito especial? Nenhuma cor está ali sozinha, está sempre cercada de outras cores. A cada efeito intervêm várias cores – um acorde cromático” afirma a autora.



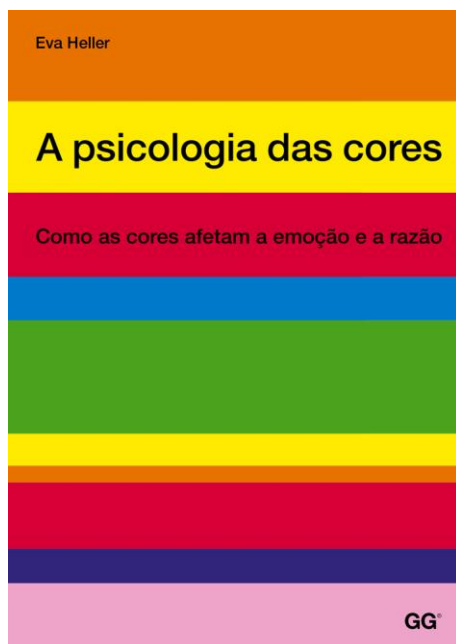
Distribuído em treze capítulos cada um com treze cores diferentes, a obra oferece um rico painel de informações sobre as cores. A diversidade desta abordagem faz do trabalho de **Eva Heller** uma ferramenta para o conhecimento cromático. As pessoas consultadas em toda a Alemanha foram questionadas sobre suas cores prediletas, sobre as cores de que menos gostavam, sobre todos os efeitos que cada cor pode ter e sobre a cor típica de cada sentimento. Cento e sessenta diferentes sentimentos e características – do amor ao ódio, do otimismo à tristeza, da elegância ao feio, do moderno ao antiquado – foram associados a cores específicas como explica **Eva Heller**:

“O contexto é o critério que irá revelar se uma cor será percebida como agradável e correta ou errada e destituída de bom gosto. Aqui cada cor será mostrada em toda contextualização possível: como cor artística, na vestimenta, no design de produtos e de ambientes, como cor que desperta sentimentos positivos ou negativos”.

## **SOBRE A AUTORA**

**Eva Heller** (Esslingen, 1948 – Frankfurt, 2008) era socióloga, psicóloga e professora de Teoria da Comunicação e Psicologia da Cor. Autora também de livros de ficção, Heller escreveu vários romances traduzidos para diversos idiomas, que alcançaram grande sucesso de crítica e público.

## **DADOS TÉCNICOS**



### **A psicologia das cores**

**Como as cores afetam a emoção e a razão**

**Eva Heller**

17 x 24 cm

311 páginas

ISBN: 9788565985079

Brochura

2012

**R\$ 89**

**Mais informação:** Nicolau Kietzmann Goldemberg

[imprensa@ggili.com.br](mailto:imprensa@ggili.com.br) (11) 3070-3336