

AS CORES EM AMBIENTES INTERNOS COM FOCO EM SUAS INFLUÊNCIAS SOBRE O COMPORTAMENTO DOS ESTUDANTES

Daniel Pinheiro¹
Eduardo Cipriani Schwengber²

Resumo

O presente artigo objetivou realizar um levantamento bibliográfico sobre as cores, a fim de identificar como elas são utilizadas e as influências psicológicas que podem causar nos indivíduos que as percebem. Em um primeiro momento, focou-se o trabalho em autores que abordam a influência das cores no comportamento humano e as relações que existem com a área do design, mais especificamente o design de interiores. Essas informações serviram de base para a busca em compreender como as cores aplicadas em ambientes internos podem influenciar o comportamento de estudantes.

Palavras-chave: Design. Interiores. Cor. Comportamento. Ambiente.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento desse artigo é uma pesquisa bibliográfica no âmbito das cores para compreender como influenciam o comportamento dos estudantes, e como podem ser utilizadas em ambientes escolares para gerar determinadas sensações ou estados emocionais em busca de um melhor aprendizado. Conforme Gil (2002, p. 44) “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

No decorrer da pesquisa se buscou, principalmente, conhecimentos acerca do design de interiores e a sua relação com a utilização das cores, a fim de compreender as relações que existem entre esses dois assuntos para construir ideias acerca deles. Gil (2002, p. 41) confirma a importância de pesquisar e conhecer melhor sobre os assuntos que o cercam ao afirmar que “estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses”.

De uma forma geral, as cores sempre foram estudadas e observadas a fim de compreender como elas influenciavam as escolhas e o psicológico das pessoas, tendo sido realizadas por diversos pesquisadores. Após muito tempo de estudo percebeu-se que as cores poderiam influenciar de forma diferente as pessoas, levando em conta os aspectos culturais de cada uma delas, mas que de uma forma geral, influenciariam de uma forma muito parecida.

¹Acadêmico do Curso de Pós-graduação em Design de interiores: novas tendências da Universidade do Oeste de Santa Catarina, Unoesc de São Miguel do Oeste-SC.

²Orientador Mestre em Design, Educação e Inovação pela Uniritter. Professor do Curso de Design da Unoesc de Pinhalzinho-SC e São Miguel do Oeste-SC.

Farina (2006, p. 2) afirmando que “as cores influenciam o ser humano e seus efeitos, tanto de caráter fisiológico como psicológico, intervêm na vida das pessoas criando alegria ou tristeza, exaltação ou depressão, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio, ordem ou desordem, etc.”. Portanto, percebe-se a importância do estudo das cores e a maneira que elas podem influenciar os seres humanos.

O conhecimento dessas influências pode ser útil no desenvolvimento de projetos focados somente nas preferências cromáticas da percepção visual e do cérebro. O processo que a cor tem dentro do corpo gera influências que podem comandar as escolhas e preferências sobre determinados temas. Conforme Guimarães (2000, p. 19) “[...] a percepção visual desempenha um papel de grande relevância, pois é por meio do “comportamento” do aparelho óptico e do cérebro que alguns aspectos da cor são decodificados”.

Para a pesquisa bibliográfica, optou-se por autores das mais diversas áreas para buscar o conteúdo mais completo possível. Os principais autores no âmbito das cores são Farina (2006) com o livro *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*, que traz um amplo conhecimento sobre as cores, sensações e aplicações as quais podem ser utilizadas nos mais variados projetos de design, Pedrosa (2009) no título *Da Cor à Cor Inexistente*, com informações sobre cores as quais completam as afirmações de Farina (2006) seguindo com Guimarães (2000) autor do livro *A Cor Como Informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores* e Tiski-Franckowiak (2000) autora do livro *Homem, Comunicação e Cor*.

Sobre o design de interiores Mancuso (2012) aborda os principais aspectos referentes a um projeto de interiores, no livro *Arquitetura de Interiores e Decoração*, um conhecimento necessário para compreensão do funcionamento dos projetos e da organização de ambientes. Os demais autores foram base de complementação dos conteúdos.

Com o estudo criou-se um acervo de informações no que tange a cores e ao design de interiores aplicáveis em projetos de interiores, visando conforto visual, no âmbito das cores. No capítulo a seguir informações de como são feitas as pesquisas sobre cores na atualidade e o que elas agregam para novos conhecimentos. Segue com as definições de design e design de interiores, abordando suas relações e interferências nos ambientes e, após essa definição, apresenta-se a pesquisa no âmbito das cores, seguido da conclusão e referências do artigo.

2 ESTADO ATUAL DA PESQUISA SOBRE CORES

No decorrer da história presenciou-se a evolução da utilização das cores em busca de transmitir sensações diferentes, sendo utilizadas em ambientes, roupas, produtos e móveis, com o intuito de personalizar e melhorar o aspecto. A crescente utilização das cores gerou um aumento de estudos nessa área, em busca de conhecimento e mais explicações. A cor nada mais é do que uma percepção que o cérebro recebe, e a cada nova cor um novo estímulo acontece e assim sequencialmente.

Para entender como acontecem os estudos referentes às cores na atualidade, buscou-se nas plataformas mais conhecidas do Brasil para entender a que nível de conhecimento chegou-se. Como base para a pesquisa utilizou-se as plataformas EBSCO, Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior (CAPES) e Indexação Compartilhada de Artigos e Periódicos (ICAP).

O entendimento sobre cores vai além da sensação que elas causam abordando as questões físicas de cada pessoa, para compreender se a percepção ocorre de forma geral muito parecida ou se essa percepção ocorre de acordo com as limitações físicas e sensoriais de cada pessoa. A maneira como a cor é empregada buscando aumentar a segurança nos momentos em que os trabalhadores estão desempenhando alguma função também é alvo de estudo, desde o âmbito das legislações até a aplicação delas nos ambientes de trabalho.

Entre os estudos sobre as civilizações antigas cita-se a dissertação de mestrado de Domingos Artur dos Santos Freitas (2013) *Cor, Luz e Matéria – A policromia na arquitetura medieval religiosa em Portugal*, no qual ele analisa o fato de Portugal não utilizar as cores na concepção arquitetônica. Tratando-se de saúde, busca-se entender como é possível utilizar as cores pra melhorar a estadia de pacientes dentro dos hospitais e agilizar o prazo de melhora. Pelo estudo ergonômico são feitas recomendações que visam contribuir no trabalho, tanto dos designers quanto dos arquitetos, na projeção dos ambientes hospitalares para tornar os ambientes mais adequados às reais necessidades de seus usuários.

Ainda sobre os ambientes internos, a construção física pode afetar a propagação no ambiente. Sabe-se que o tipo de luz e a quantidade podem afetar as cores do ambiente e mudar a forma com que ela se propaga tanto para mais quanto para menos. De uma forma mais generalista, os estudos realizados sobre as cores buscam entender os motivos que levam à sua escolha e aplicação e as formas que elas vão modificar ou interagir com o meio escolhido para elas serem utilizadas.

3 COMPREENSÃO SOBRE DESIGN E DESIGN DE INTERIORES

Design é a área responsável por projetar e trabalhar com a estética de produtos e projetos. Segundo Flusser (2010, p. 181) em inglês o design “significa entre outras coisas, “propósito”, “plano”, “intenção”, “meta”, “esquema maligno”, “conspiração”, “forma”, “estrutura básica””.

Percebe-se que o design abrange as áreas que giram em torno da estrutura básica do projeto, da forma e do objetivo. O autor completa afirmando que “na situação de verbo – *to design* – significa, entre outras coisas, “tramar algo”, “simular”, “projetar”, “esquematar”, “configurar”, “proceder de modo estratégico””. Löbach (2000, p.16), compreende o termo design como “[...] um conceito geral que responde por um processo mais amplo. Ele começa pelo desenvolvimento de uma ideia, pode concretizar-se em uma fase do projeto e sua finalidade seria a resolução dos problemas que resultam das necessidades humanas”.

Já para Bonsiepe (1997) o design pode se manifestar em qualquer área de conhecimento que seja de domínio humano, sendo orientado ao futuro e relacionado à inovação, abrangendo a capacidade que se tem em dominar e compreender artefatos. Löbach (2000, p.16) realiza uma abordagem mais ampla afirmando que “Design = projeto, plano. Esboço, desenho, croqui. Construção, configuração, modelo”. Conforme as afirmações dos autores entende-se o design como parte da corporificação de uma ideia, utilizando os meios possíveis e disponíveis para isso. Lobão (2001, p. 16) ressalta que o “[...] design compreende a concretização de uma ideia em forma de projetos ou modelos, mediante a construção e configuração resultando em um produto industrial passível de produção em série”.

Atualmente o design é visto como algo essencial na vida mesmo que inconscientemente. “O design nos segue de manhã até a noite: na casa, no trabalho, no lazer, na educação, na saúde, no esporte, no transporte das pessoas e bens, no ambiente público - tudo é configurado de forma consciente ou inconsciente”. (LOBÃO, 2010, p. 11).

Um dos principais pontos de diferenciação do design é a pesquisa que se realiza antes da produção do projeto, pela qual se obtém todas as informações necessárias para dar início à produção.

3.1 DESIGN ENQUANTO APRIMORADOR DE AMBIENTES

O design em sua essência existe para criar soluções aos problemas do cotidiano e agregar valor pelo ato de projetar. Portanto, interferir no ambiente em busca de melhorias,

agregar valor e fazer com que o indivíduo sinta-se melhor no espaço é o ofício do design, orientado em melhorar o ambiente. Conforme Gomes Filho (2006, p. 33) a melhora do ambiente acontece quando “[...] o designer vai trabalhar predominantemente com a escolha e a especificação de produtos - sejam eles funcionais, informacionais, de arte ou decorativos”. Essa escolha tem início após reunir todas as informações existentes e que tenham algum valor para o projeto, compatíveis entre si, e as transformando em uma resposta que pode vir em forma de um novo projeto, melhorias ou adaptações, em busca de uma melhor integração do ambiente e os indivíduos que o utilizam.

3.2 O QUE É DESIGN DE INTERIORES

O design de ambiente, também conhecido como design de interiores, é o termo utilizado para tratar aspectos relacionados à organização e disposição dos espaços, seja ele em uma casa, em uma loja ou até mesmo em estande de loja em feira. A área do design de interiores é frequentemente confundida com arquitetura de interiores devido à proximidade que as áreas possuem e a semelhança nas características de trabalho.

Segundo Gomes Filho (2006, p. 21):

Interior design: Design de ambientes. Numa acepção mais ampla, significa o planejamento, a organização, a decoração e a composição do layout espacial de mobiliário, equipamentos, acessórios, objetos de arte, etc., dispostos em espaços internos habitacionais, de trabalho, cultura, lazer e outros semelhantes, como veículos aéreos, marítimos e terrestres - aviões, navios, trens, ônibus e automóveis, por exemplo.

O designer de interiores planeja desde a concepção do projeto até a decoração e a escolha de objetos. Gomes Filho (2006, p. 30) afirma que o design de ambientes é “especialidade ou área de atuação que envolve a concepção de configurações ambientais em geral: planejamento, organização, decoração e especificação de produtos (mobiliário, equipamentos, obras de arte e objetos em geral)”. Essas configurações gerais abrangem, dentre outros pontos importantes, as cores que serão utilizadas no ambiente. Para cada cor escolhida há um objetivo ou sensação que se deseja transmitir. Ainda pelo mesmo autor, essas configurações abrangem “[...] espaços internos privados e públicos, tais como: Residenciais, comerciais, industriais, espaços culturais, de lazer e esportivos; e veículos, como automóveis, aviões navios e outros”.

4 COR

Desde os primórdios, as cores sempre foram utilizadas pelo homem para inúmeros fins e objetivos. Conforme Farina (2006, p. 1):

Color, dizia o latino na antiga Roma, para comunicar o que hoje nós chamamos de “cor”, os franceses couleur, os espanhóis color, os italianos colore; tudo para expressar uma sensação visual que nos oferece a natureza através dos raios de luz irradiados em nosso planeta”.

Percebe-se na afirmação de Farina (2006) a necessidade da existência de luz para se observar as cores. Além da luminosidade, vários são os fatores necessários para que se possa perceber as cores e assimilá-las desde capacidades físicas a influências culturais as quais os indivíduos são submetidos. Pedrosa (2009, p. 20) afirma que a cor “[...] é apenas sensação produzida por certas organizações nervosas sob a ação da luz - mais precisamente, é a sensação provocada pela ação da luz sobre o órgão da visão”.

Para Farina (2006, p. 1) “tecnicamente a palavra ‘cor’ é empregada para referir-se à sensação consciente de uma pessoa, cuja retina se acha estimulada por energia radiante”. De acordo com a capacidade física de cada indivíduo, é possível que a captação da cor seja diferente. Essa captação ocorre por meio da visão, a qual “[...] representa uma das preciosidades que o homem recebeu da natureza. É talvez o sentido que mais faz vibrar o ser humano e o faz pensar, gozar e desfrutar as coisas do mundo que o rodeia.” (FARINA, 2006, p. 27).

As cores captadas pela visão são transformadas em sensações pelo e são essas sensações que farão assimilá-las. De nada adianta o objeto possuir cor se não existir luminosidade para que possa refletir e transmitir as sensações que sua cor carrega.

4.1 UTILIZAÇÃO DAS CORES

As cores são amplamente utilizadas em qualquer tipo de projeto ou produto para personaliza-los de acordo com as preferências dos consumidores. Para Fraser (2012, p. 10) “Uma cor, ou uma composição colorida, pode significar algo diferente para cada pessoa que olha para ela. Poderíamos dizer que a cor não se forma apenas no olho, mas também no “eu””. Entende-se que os fatores culturais e experiências tidas pelos indivíduos afetam a forma com que percebem as cores, podendo causar sensações boas ou ruins.

Farina (2006, p. 14) Complementa o que diz Fraser (2012) ao afirmar que “na realidade, a cor é uma linguagem individual. O homem reage a ela subordinado às suas condições físicas e às suas influências culturais”.

As cores geram significados conforme as finalidades e os objetivos. Existem várias áreas nas quais as cores são utilizadas de acordo com os sentidos e sensações que querem produzir. No assunto segurança do trabalho, criou-se uma padronização que visa aumentar a segurança dos trabalhadores de forma que, em qualquer local ou maquinário que utilizem, as cores desempenhem as mesmas funções. Essas cores visam facilitar o processo educacional e estimular as mesmas reações sempre que o indivíduo as visualiza. Para Farina (2006) a Associação Brasileira de Normas de Trabalho (ABNT) utiliza as cores para relacioná-las com aspectos de segurança do trabalho.

Figura 01: Cores relacionadas aos aspectos de trabalho

Sensação Visual	Utilização
Azul	Controle de equipamentos elétricos
Laranja	Partes móveis e mais perigosas de máquinas e equipamentos, faces externas de polias e engrenagens
Vermelho	Equipamentos de proteção contra incêndio ou de combate a incêndios
Verde	Caixa de socorros de urgência, avisos, boletins.
Branco	Faixas indicativas de sentido de circulação
Preto	Coletores de resíduos

Fonte: Adaptado de Farina (2006)

No âmbito da segurança no trânsito, pela sinalização, há muito tempo se utiliza as mesmas cores para representar os mesmos atos. Essas cores foram escolhidas de acordo com os significados que tiveram no decorrer da história.

Conforme Farina (2006, p. 89) “os sinais de trânsito, por exemplo, usam cores com conotações facilmente verificáveis: vermelho - alarme, perigo; amarelo - atenção; verde - segurança, livre”.

No Campo mercadológico, as cores são amplamente utilizadas de acordo com as faixas etárias dos consumidores. Segundo Farina (2006, p. 89) “há uma pesquisa muito consistente, feita pelo psicólogo Bamz (1980) que alia o fator idade à preferência que o

indivíduo manifesta por determinada cor. Esse estudo pode conduzir a resultados eficazes no campo mercadológico”.

Exemplificando, os estudos de Bamz na figura 2:

Figura 2: Estudos de Bamz

Vermelho	de 1 a 10 anos - Idade da efervescência e da espontaneidade;
Laranja	de 10 a 20 anos - Idade da imaginação, excitação e aventura;
Amarelo	de 20 a 30 anos - Idade da força, potência e arrogância;
Verde	de 30 a 40 anos - Idade da diminuição do fogo juvenil;
Azul	de 40 a 50 anos - Idade do pensamento e da inteligência;
Lilás	de 50 a 60 anos - Idade do juízo do misticismo e da lei;
Roxo	de 50 a 60 anos - Idade do saber, da experiência e da benevolência.

Fonte: Adaptado de Farina (2006)

Dessa forma se aplica os estudos de Bamz na concepção de produtos e embalagens de forma a facilitar o entrosamento dos consumidores com os produtos. Ainda, segundo Farina (2006, p. 89) “[...] o olho humano vai se tornando amarelo com o decorrer dos anos. Uma criança absorve 10% da luz azul, enquanto um ancião absorve cerca de 57%”.

Com essa mudança na forma de captação da luz, entende-se o motivo que ao passar dos anos a preferência de cores vai sendo drasticamente contagiada pelas tonalidades frias, ou azuladas.

No decorrer da história, as cores foram tendo significados de acordo com momentos importantes ou de acordo com o estado de espírito das pessoas. Farina (2006, p. 87) traduz algumas cores e os significados que elas carregam de acordo com a figura 3:

Figura 3: Cores e seus significados

Sensação Visual	Objeto	Significado
Cinza	Manchas imprecisas	Tristeza, coisas amorfas
Preto	Noite	Negativo
Branco	Vestido de noiva	Pureza
Vermelho	Sangue	Calor, dinamismo, ação, excitação
Rosa	Enxoval de bebê (menina)	Graça, ternura
Azul	Enxoval de bebê (menino)	Pureza, fé, honradez

Fonte: Adaptado de Farina (2006)

Compreende-se a utilização das cores e a produção de significados para elas, ao destacar as reações psicológicas e influências que as mesmas podem causar nos indivíduos. Para Farina (2006, p. 2) “as cores influenciam o ser humano e seus efeitos, tanto de caráter fisiológico como psicológico, intervêm em nossa vida, criando alegria ou tristeza, exaltação ou depressão, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio, ordem ou desordem etc.”. O ato de chamar a atenção e fazer com que os indivíduos memorizem funções e regras, seria mais difícil se não fosse pela utilização das cores.

4.2 RELAÇÃO DO AMBIENTE COM AS CORES E DESIGN DE INTERIORES

Dentre todos os aspectos abordados para a construção ou composição de um ambiente, a cor é um dos mais importantes. Porém antes da escolha das cores é necessário saber que existem outras etapas que devem ser seguidas. Segundo Mancuso (2012, p. 61), o significado da expressão design de interiores "seria como "modelar" o espaço interior, dar-lhe uma nova leitura, compreender as necessidades daquele espaço, naquele momento, e transformá-lo segundo estas detecções". Essa composição do espaço deve observar as características das pessoas que utilizarão esse ambiente. Ainda Mancuso (2012, p. 21) afirma que "se a ambientação nada tem a ver com relação a quem nele habita, prejudica o bem-estar dessa pessoa". Os fatores culturais das pessoas que irão ocupar o ambiente devem ser considerados desde sua concepção até a escolha das cores, buscando o bem-estar dos ocupantes.

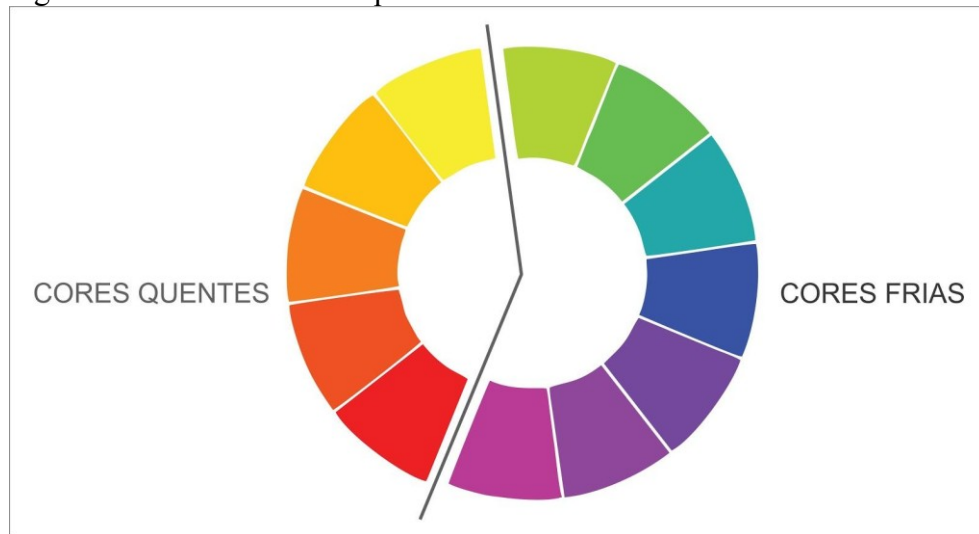
Sabe-se que as cores podem ser modificadas de acordo com a quantidade de luzes que recebem, devendo-se então levar em conta uma determinada margem de mudança para as cores utilizadas. Conforme Farina (2006, p. 78) “Qualquer ambiente, incluindo todos seus elementos materiais (móveis, cortinas, tapetes, quadros, luminárias, objetos de decoração

etc.), muda efetivamente de cor conforme suas fontes de luz”. Farina (2006, p. 78) ainda complementa sua afirmação dizendo que. “A cor, por não ser uma característica dos objetos, muda conforme o tipo de luz que recebe. E a beleza de uma cor, seja qual for, depende dessa fonte de luz”. Sendo assim, para a concepção do ambiente deve-se levar em conta fatores internos, como escolha de móveis, padrões e cores, como também fatores externos, como a posição da casa ou do ambiente a ser feito, em relação ao sol. Conforme Mancuso (2012, p. 135) “Um espaço com muito sol pode ser decorado com cores frias (azul e verde); um outro, com pouco sol, pede cores quentes (amarelo e vermelho), uma espécie de substitutas do sol”. Dessa forma conseguimos equilibrar as sensações físicas e psicológicas que a colorificação do ambiente pode causar nos indivíduos. Utilizam-se as cores para ampliar, mesmo que psicologicamente, o tamanho de um ambiente de forma que, conforme Farina (2006, p. 8) “uma parede vermelha pode “avançar”, uma parede azul-clara “afastar-se”, uma parede amarela “desaparecer”, alterando a forma com que o ambiente é percebido por seus ocupantes”. Finalizando a ideia de produzir sensações pelas cores, Tiski-Franckowiak (2000, p. 206) afirma que “para bibliotecas, salas de leitura, lugares que exigem tranquilidade para trabalhos que necessitam de atenção, assim como quartos de dormir, as tonalidades de azul relaxam, acalmam, induzem à meditação e, dependendo da saturação mínima, levam ao sono”.

4.3 CORES QUENTES E CORES FRIAS

Dentre as definições que as cores podem ter, uma delas é de separar as mesmas entre cores quentes e cores frias, pela temperatura que as mesmas sugerem. Conforme Farina (2006, p. 86) “[...] chamamos de quentes as cores que integram o vermelho, o laranja e pequena parte do amarelo e do roxo; e de frias as que integram grande parte do amarelo e do roxo, o verde e o azul”. A divisão cores quentes e frias ocorre conforme a figura 4:

Figura 4: Divisão das cores quentes e cores frias



Fonte: Adaptado de Farina (2006)

As cores são consideradas quentes pela sensação que carregam e transmitem. Segundo Farina (2006, p. 86) “As cores quentes parecem nos dar uma sensação de proximidade, calor, densidade, opacidade, secura, além de serem estimulantes. Em contraposição, as cores frias parecem distantes, leves, transparentes, úmidas, aéreas, e são calmantes”. Tiski-Franckowiak (2000, p. 169) complementa Farina ao afirmar que:

As cores quentes são profundamente excitantes, sensuais, despertam calor humano e são favoráveis a aglomerações de confraternização ou cooperação mútua. Em mensagens transmitem carinho e aproximação fraternal. As cores frias são impessoais e denotam certo afastamento emocional.

Referente às aplicações nos ambientes, pode-se utilizar as cores de acordo com as necessidades e diminuir ou aumentar a temperatura, são duas possibilidades que se atinge com a cor. Segundo Guimarães (2000, p. 81) a “cor por si só não tem força para produzir diretamente a sensação de temperatura, embora um ambiente verde-azulado possa tornar uma sala quente mais suportável ou uma sala laranja aquecer nosso ânimo num dia muito frio.” Da mesma forma utiliza-se as cores para deixar um ambiente mais animado ou que possibilite mais facilidade de se concentrar. Por si só, a cor não terá o poder de fazer a pessoa modificar seu estado de espírito, mas sim e facilitar essa mudança.

5 SIGNIFICADO DAS CORES

Todas as cores possuem significados e maneiras diferentes de influenciar a personalidade das pessoas e transmitir sensações adversas. Mancuso (2012, p 118) confirma

quando diz que "a cor influi muito na personalidade das pessoas. Uma pessoa trabalha, estuda, produz, enfim, vive melhor, quando rodeada por cores apropriadas as suas tarefas e para sua vida". Por essa afirmação percebe-se a importância em entender quais são as sensações que as cores podem transmitir e o efeito que podem causar. Nesse item aborda-se o significado das cores e a sensação que elas causam nas pessoas.

5.1 VIOLETA

A cor violeta é o roxa. Conforme Modesto Farina (2006, p. 103) “a cor violeta é a resultante da mistura do vermelho com o azul”. A cor violeta sempre foi muito difícil de se produzir devido a mistura necessária para obtenção. Conforme Pedrosa (2009, p. 128) “Desde os tempos mais remotos, o violeta impressionou os homens. Não sendo fácil produzir essa coloração por nenhum dos meios que lhes estavam ao alcance, a ametista passou a simbolizar a própria cor”. A cor violeta não transmite sentimentos positivos em suas tonalidades mais escuras. Conforme Pedrosa (2009, p. 128) “Em tons escuros, o violeta está ligado à ideia de saudade, ciúme, angústia e melancolia, tornando-se deprimente. Em tons claros, é alegre e aproxima-se das propriedades do rosa.” Farina (2006, p. 103) complementa afirmando que o “Violeta é o diminutivo provençal antigo *viula* (viola). Essa cor possui bom poder sonífero”.

5.2 MARROM

Em comparação com todas as cores do espectro, o marrom é uma das menos utilizadas, até por não fazer parte das cores primárias ou secundárias. Tiski-Franckowiak (2000, p. 200) define as pessoas que preferem a cor marrom quando afirma que “[...] são pessoas pouco sensíveis ao sofrimento alheio, falta-lhes empatia pelo embotamento oriundo de regressão à fase anal. Este tipo não gosta de ouvir as razões ou problemas dos outros, nem de se preocupar com eles”. Farina (2006, p. 104) complementa Pedrosa afirmando que “ao marrom se associa a cor da pele morena, as cabrochas. Na antiguidade a cor morena era feminina, por ser a cor da terra e, portanto, da fecundidade”.

5.3 BRANCA

A cor branca, na cultura brasileira e em muitas culturas do mundo é considerada como a cor da pureza, da paz, da renovação. Farina (2006, p. 97) afirma que “a palavra branco vem

do germânico *blank* (brilhante). Simboliza a luz, e não deve ser considerada cor, pois de fato não é. Se para os ocidentais simboliza a vida e o bem, para os orientais é a morte, o fim, o nada”. Farina (2006, p. 97) ainda afirma que:

Por um lado, a cor do leite ou da neve, indicia neutralidade, pureza, vida quando associada à alimentação (leite), limpeza castidade, liberdade, criatividade; por outro lado, distante de significar simplesmente paz, o branco representa a adição de todos os comprimentos de onda, tornando-se a mais intensa e irritante cor do espectro.

Sobre a pureza do branco, Pedrosa (2009, p. 131) confirma Farina (2006) quando comenta que “O branco é a cor da pureza, campo que não originou ainda uma cor definida, que é como uma promessa, a expectativa de um fato a se desenvolver”. Utiliza-se muito o branco em salas de aula com a intenção de refletir melhor a luminosidade. Porém o sentimento que se está transmitindo é de irritação e euforia. Farina (2006, p. 97) afirma ainda que “O branco é a cor do vazio interior, da carência afetiva e da solidão, haja vista que a exposição prolongada de sujeitos em ambientes totalmente brancos tende a acentuar neles caracteres esquizóides”. Por esse motivo, a cor da decoração interna dos quartos de hospitais não deveria ser totalmente branca. Tiski-Franckowiak (2000) confirma Farina ao explicar que a cor branca, a famosa cor da paz, é a adição de todos os comprimentos de onda sendo a mais intensa e irritante cor do espectro todo.

5.4 PRETA

A cor preta, por ser considerada uma “não cor” combina com quase todas as cores do espectro. Conforme Farina, (2006, p. 98) a cor “deriva do latim *Níger* (escuro, preto, negro). [...] É expressivo e angustiante ao mesmo tempo. É alegre quando combinado com certas cores. Às vezes, tem conotação de nobreza, seriedade e elegância”. Tiski-Franckowiak (2000, p. 200 - 201) afirma que preto “é a ausência de luz e corresponde a buscar as sombras e a escuridão. É a cor da vida interior sombria e depressiva. Significa fechar a porta às cores, ao mundo e às pessoas. Associa-se à esfera dos conflitos psicológicos e à introversão doentia. O indivíduo não vê atrativos emocionais no mundo exterior e se refugia como protesto”.

Conforme Pedrosa (2009, p. 132) “O preto encontra sua maior força e presença em oposição ao branco. Sendo um ponto extremo como o branco, tanto poderá marcar o início como o fim da gama cromática, no que tange ao rebaixamento ou iluminação dos matizes na escala de valores”.

5.5 CINZA

A cor cinza é um meio termo entre o preto e o branco. Segundo Farina (2006, p. 98) o cinza vem “Do latim *cinicia* (cinza) ou do germânico gris (gris, cinza); nós utilizamos o termo de origem latina. Simboliza a posição intermediária entre a luz e a sombra. Não interfere junto às cores em geral”. Conforme estudos realizados, a cor cinza pode ser tão neutra quanto o branco e o preto. Para Tiski-Franckowiak (2000, p. 201) “mais do que qualquer outra cor, o cinza corresponde ao mecanismo de defesa “negação da realidade”. O exagero na sua escolha pode ser indício do mal da “mitomania”: o sujeito não consegue distinguir os limites entre a realidade e a fantasia”. Farina (2006, p 98) complementa a ideia afirmando que a cor cinza “é uma cor neutra e também o conjunto de todos os cumprimentos de onda; representa fundir os estímulos, simplificá-los. Resignação e neutralidade. Eventualmente pode determinar maturidade”.

5.6 LARANJA

O laranja é uma cor quente e que demanda bastante energia aos receptores. Conforme Tiski-Franckowiak (2000, p. 198), as tonalidades em laranja “representam aqueles indivíduos que mais agem do que planejam”. Farina (2006) comenta que o alaranjado está em um meio termo nas sensações transmitidas pelo amarelo e pelo vermelho e a sensação que mais se assimila com a cor laranja é a de transformação. O autor conclui sua ideia afirmando que “A cor laranja é a que tem mais aroma. o vermelho é doce, o amarelo é ácido e os molhos agridoces da cozinha asiática são em sua maioria na cor laranja”. (FARINA, 2006, p. 100).

5.7 AMARELA

A cor amarela é uma das mais brilhosas de todo o espectro. Conforme Farina (2006, p. 101) o “Amarelo deriva do latim *amaryllis*. Simboliza a cor da luz irradiante em todas as direções”. E acrescenta que a cor amarela “[...] remete à alegria, espontaneidade, ação, poder, dinamismo, impulsividade”, e “pode sugerir ainda, potencialização, estimulação, contraste, irritação e covardia”. Já Pedrosa (2009, p. 123) afirmando que “Entre os cristãos, o amarelo é a cor da eternidade e da fé”. Percebe-se que o amarelo é um grande transmissor de energias. Mancuso (2012, p. 122) confirma essa ideia quando comenta que o amarelo "Sob certos aspectos, é a cor da raiva, do atrevimento dos impulsos. Tem relação com luz, claridade, bom

humor. Colabora na capacidade de realização e da criatividade”. Tiski-Franckowiak (2000, p. 197) acrescenta que o amarelo “representa a força vital controlada e direcionada para os objetivos, sem desvios e perda de tempo”.

5.8 VERDE

O verde é a cor que melhor representa a tranquilidade e o repouso. Segundo Farina, (2006, p. 102) o “verde vem do latim *viridis*. é uma cor formada através da mistura do amarelo e do azul e está impregnada com o ativo dessas cores que o compõe. Conforme Tiski-Franckowiak (2000, p. 199) o verde “Simbolicamente está ligado ao verde amigo dos campos e árvores que fornecem proteção e abrigo”. Afirma Farina (2006, p. 101) que a cor verde “É um sedativo que dilata os vasos capilares e tem efeito de reduzir a pressão sanguínea, suas radiações acalmam as dores nevrálgicas e resolvem alguns casos, de fadiga nervosa, insônia, etc.”. Mancuso (2012, p. 125) completa a afirmação dizendo que “O verde absoluto é a cor mais calma que existe. Cor encontrada como tônico na natureza. Tranquila e confortante, equilibra as emoções”. Já na visão de Pedrosa (2009, p. 125) “pela infinita gama de seus componentes (azul e amarelo) e pela ampla escala de saturação e claridade que possui, o verde reúne as melhores condições para a decoração de interiores” podendo ser empregado em ambientes de repouso, estudos e até mesmo de trabalho.

5.9 AZUL

A cor azul é uma das escolhas preferidas pelo sentimento de calma que transmite. Segundo Tiski-Franckowiak (2000, p. 198) essa cor “Encabeça o rol das cores frias. Acalma e tranquiliza o ambiente. É a escolhida pelas pessoas normais e equilibradas, pois é a cor da paz, meditação e intelectualidade, dos pensadores e construtores de ideias”. Farina (2006, p. 91) encara a cor como tranquilizante “[...] o azul puro é psicologicamente calmante e atua principalmente através do ramo parassimpático do sistema neurovegetativo.”

Para Mancuso (2012, p. 124) a utilização do azul nos ambientes é de extrema importância. “É uma cor fria, que quando usada em grandes superfícies torna o ambiente frio. Todas as cores que se misturam com o azul tendem a esfriar”. Entende-se por esfriar um ambiente, deixá-lo com um aspecto calmante. Farina (2006, p. 102) completa as características do azul afirmando que é a cor do eterno, do infinito e do céu, e representa inteligência, recolhimento, paz e segurança.

5.10 VERMELHA

Segundo Farina (2006, p. 99), o “vermelho nos vem do latim *vermiculus* [verme, inseto (a cochonilha)]”. Acredita-se que seja a cor que melhor representa a paixão e o amor. Para Pedrosa (2009, p. 118) “O vermelho é uma das sete cores do espectro solar, sendo por isso denominado cor fundamental ou primitiva”. Tiski-Franckowiak (2000, p. 197) comenta que “nesta cor em especial, o excesso preferencial fornece indícios de forte agressividade, educabilidade difícil e atos impulsivos de violência incontrolada”. A utilização da cor vermelha em excesso pode fazer com que a pessoa sinta-se impaciente e com palpitações. Segundo Farina (2006, p. 99) a cor vermelha “Possui grande potencia calórica, aumenta a tensão muscular e a pressão sanguínea. [...] É uma cor quente e bastante excitante para o olhar, impulsionando a atenção e a adesão aos elementos em destaque.” Existe uma predisposição para escolha da cor vermelha que, segundo Tiski-Franckowiak (2000, p. 196), “a predominância na escolha da cor vermelha corresponde ao tipo colérico extrovertido, ativo, e autônomo. A impulsividade leva a julgamentos rápidos e nem sempre acertados”.

5.11 ROSA

A cor rosa é uma cor considerada feminina na maior parte das culturas. Conforme Farina (2006, p. 105) a cor é “resultante da mistura entre vermelho e branco. É o nome de uma flor e também um nome feminino muito utilizado”. O ato de presentear uma mulher com rosas criou significados importantes para a cor. Segundo Farina (2006, p. 105) “As qualidades atribuídas à cor rosa são consideradas tipicamente femininas. Simboliza o encanto, a amabilidade”. Farina (2006, p. 105) explica que “é uma cor terna e suave muito utilizada em associações com o público infantil, principalmente as meninas altamente positiva”.

6 CONCLUSÃO

Entende-se que as pesquisas sobre as cores surgiram há muito tempo e ainda continuam sendo produzidas, principalmente no que envolve as interferências que elas causam no ser humano e suas aplicações. As cores podem ser utilizadas em ambientes internos transmitindo alegria, satisfação, tranquilidade, entre outros sentimentos descobertos. Sua utilização pode favorecer o acontecimento de determinadas situações e emoções positivas, como também causar sensações negativas, como melancolia, ira e loucura, se

usados em demasia e de maneira errada. Por estarem presentes no cotidiano, as cores necessitam de atenção especial tanto na sua compreensão, quanto em sua utilização, sendo que o designer é o responsável por deter e aplicar esse conhecimento, quando na criação e elaboração da maioria dos produtos e informações.

Conclui-se que o trabalho atingiu as expectativas propostas inicialmente, no que tange a busca de informações sobre o design, design de interiores, aplicação das cores nos ambientes e sensações que elas causam. O estudo possibilitou entender que as cores possuem poder e influenciam as pessoas que as percebem, podendo despertar sentimentos positivos ou sentimentos negativos, e mesmo não tendo força suficiente para transformar o sentimento de quem as percebe, as cores conseguem contribuir para que essa mudança aconteça de forma bem significativa.

THE INDOOR COLORS WITH FOCUS ON THEIR INFLUENCES ON THE BEHAVIOR OF STUDENTS

Abstract

This article intend to make a literature review about the colors in order to identify how they are used and the psychological influences that they can cause in individuals who perceive them. At first, the work was focused on authors who deal with the influence of colors on human behavior and how these colors are related to design area, specifically interior design. This information formed the basis for the search in understanding how the colors applied indoors can influence students behavior.

Keywords: Design. Interiores. Cor. Comportamento. Ambiente.

REFERÊNCIAS

BONSIEPE, Gui. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC, 1997.

BÜDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Blucher. 2010.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blucher. 2006.

FREITAS, Domingos Artur dos Santos. **Cor, Luz e Matéria – A policromia na arquitetura medieval religiosa em Portugal**. 2013. Dissertação (História da Arte) - Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal.

GOMES FILHO, João. **Design do objeto: bases conceituais**. São Paulo: Escrituras.. 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas. 2002.
GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: A construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume. 2000.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**. São Paulo: Blucher. 2001.

MANCUSO, Clarice. **Arquitetura de interiores e decoração**. Brasil: Sulina. 2012.

MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Edgard Blucher. 2010.

PEDROSO, Israel. **Da cor à cor inexistente**. São Paulo: Editora Senac. 2009.

TISKI-FRANCKOWIAK, Irene T. **Homem comunicação e cor**. São Paulo: Ícone. 2000.