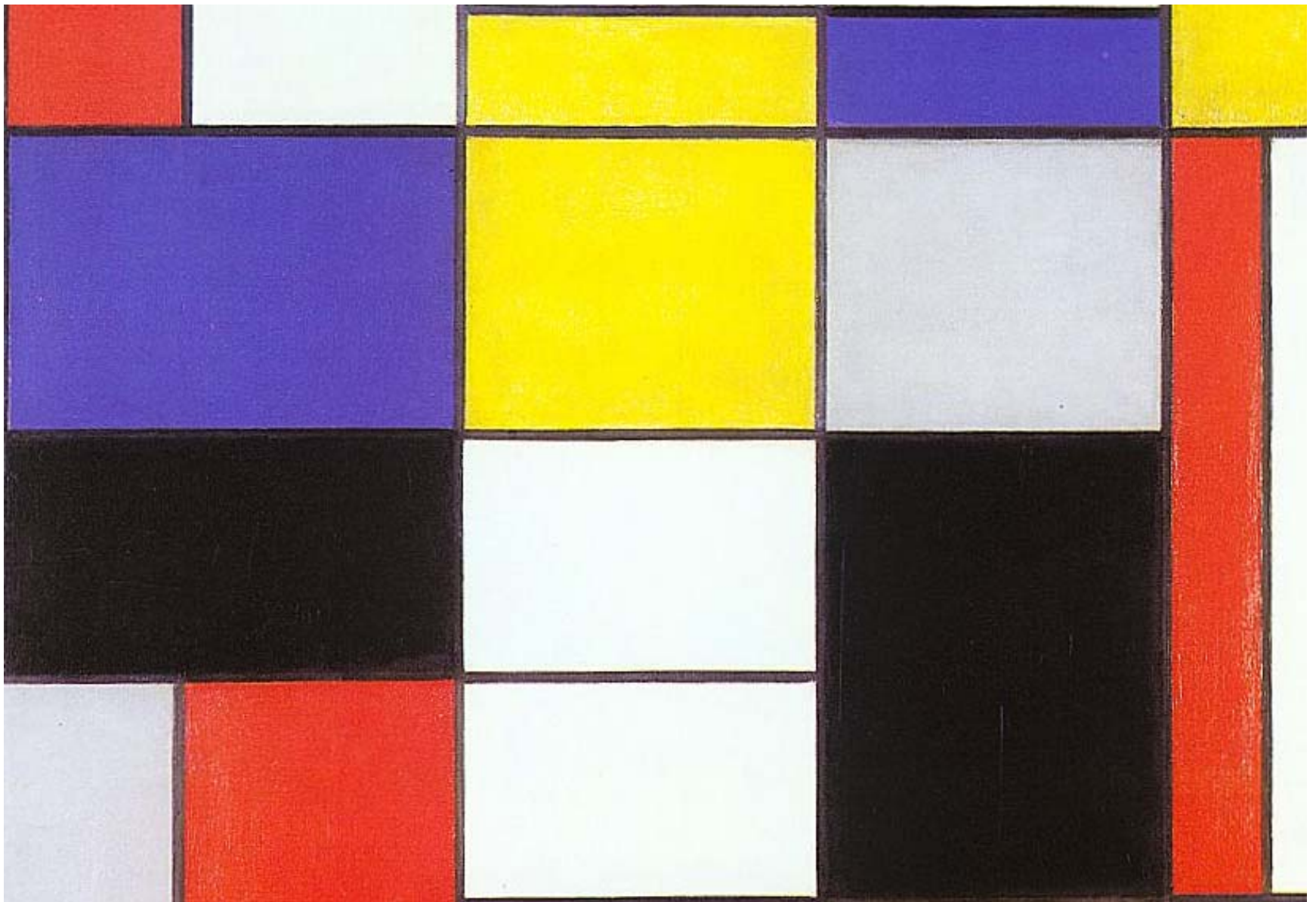
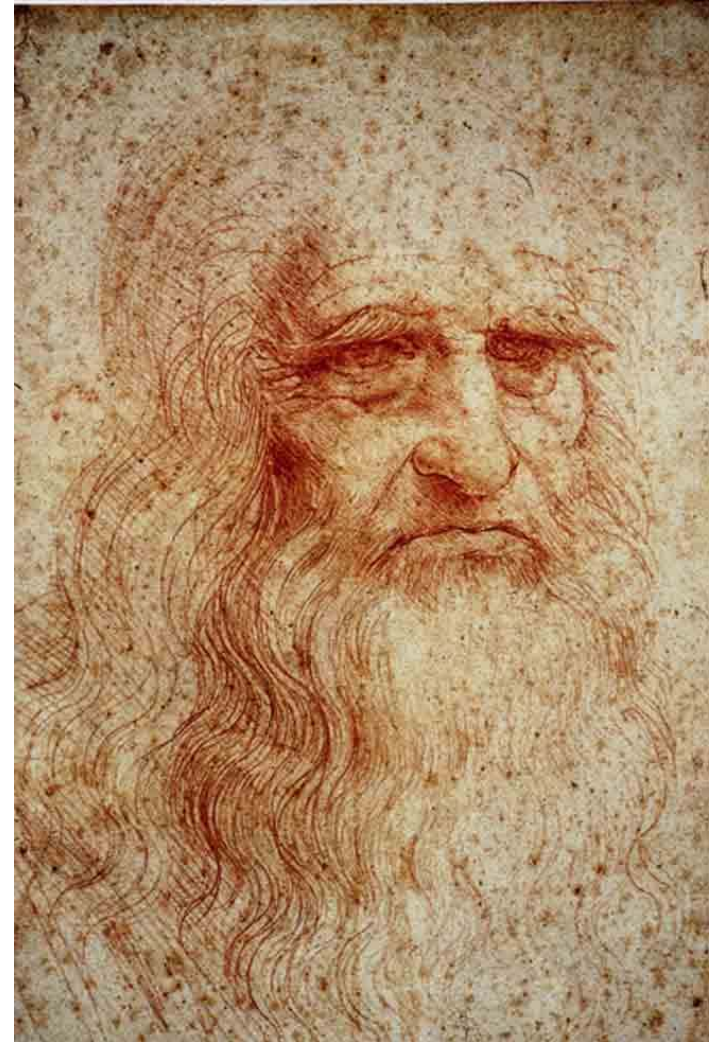




TEORIA DAS CORES

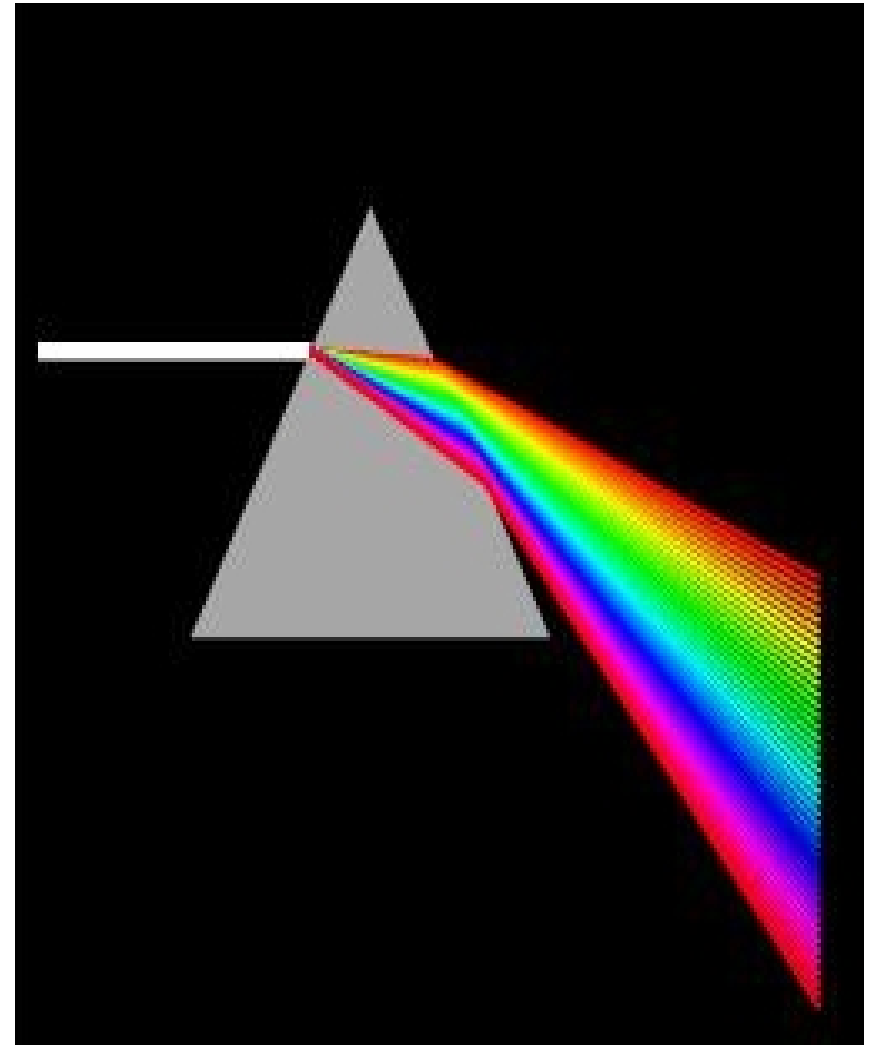
TEORIA DAS CORES

- A Teoria da Cores de Leonardo da Vinci, são as formulações históricas contidas em seus escritos e reunidas no livro **Tratado da Pintura e da Paisagem - Sombra e Luz**, cuja primeira edição só foi publicada 132 anos após sua morte.
- A publicação trata das anotações recolhidas pelo artista ao longo de anos de observação e é a teoria mais corrente, sendo um legado do Renascimento para as artes visuais.



AS CORES

- As cores que percebemos são produzidas pela luz.
- A luz do sol, aparentemente branca, é, na verdade, composta pelas sete cores do arco-irís.
 - Quando a luz do sol ilumina um objeto, algumas dessas cores são absorvidas pelo objeto, enquanto as outras são refletidas na direção dos olhos que as percebem.
- É esse o fenômeno na direção dos olhos que as percebem. Esse fenômeno nos permite dizer qual a cor dos objetos.



AS CORES

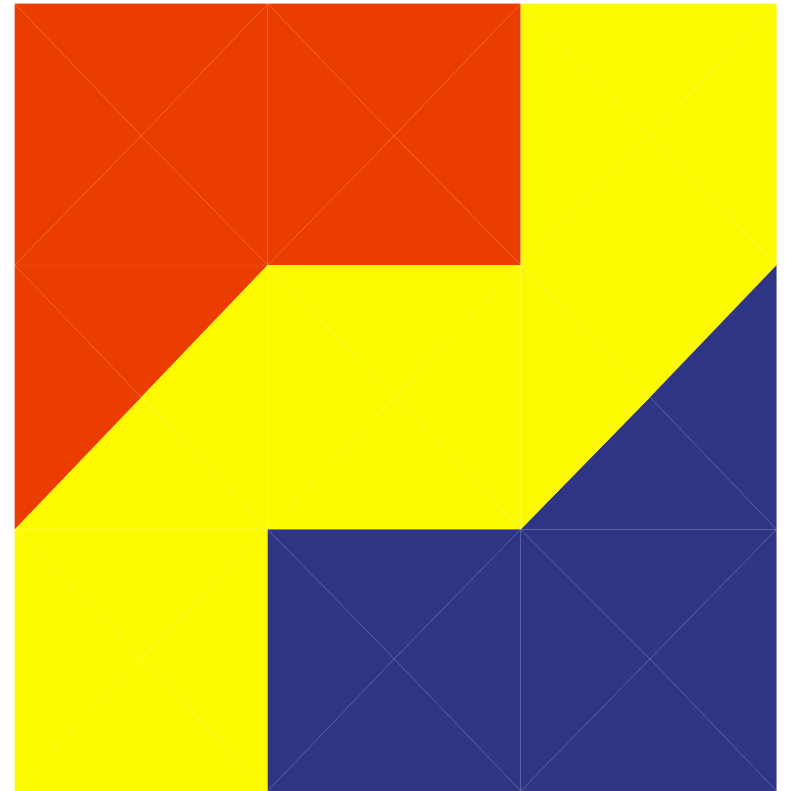
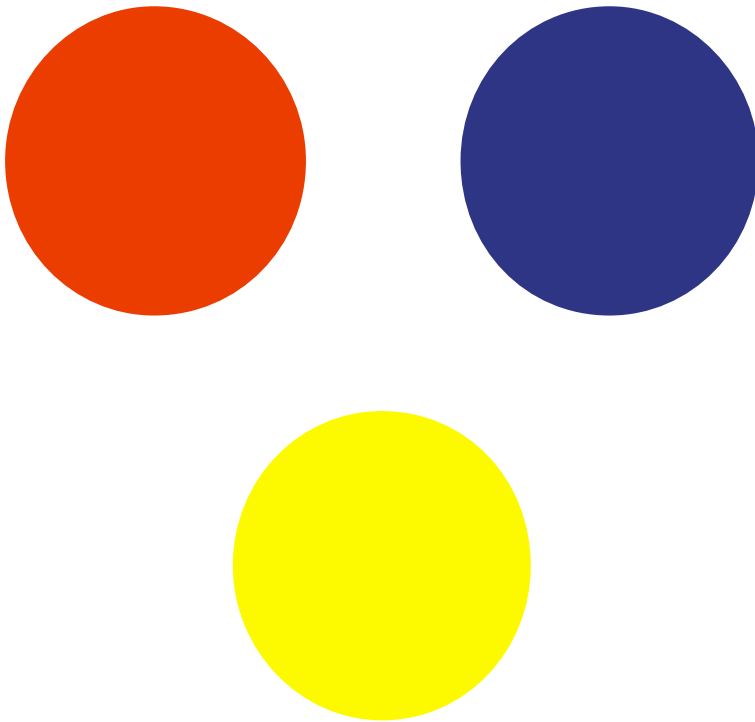
- A cor, elemento fundamental em qualquer processo de comunicação, merece uma atenção especial. É um componente com grande influência no dia a dia de uma pessoa, interferindo nos sentidos, emoções e intelecto.

- A cor exerce ação tríplice:
 - impressionar - A cor é vista: impressiona a retina.
 - expressar - É sentida: provoca emoção.
 - construir - É construtiva, pois tendo um significado próprio, possui valor de símbolo, podendo assim, construir uma linguagem que comunique uma idéia.

As cores podem ser estudadas a partir de sua composição luminosa, que chamamos cor luz, ou compostas a partir de pigmentos. São aspectos destas últimas que serão apresentados a seguir.

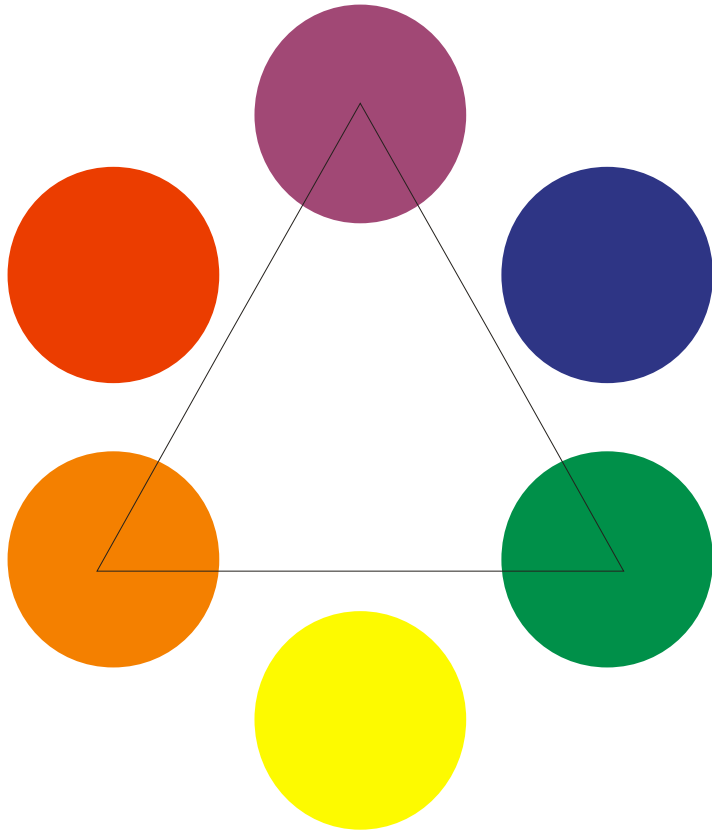
CORES PRIMÁRIAS

- São as cores que não podem ser formadas por nenhuma mistura. São elas azul, amarelo e vermelho.



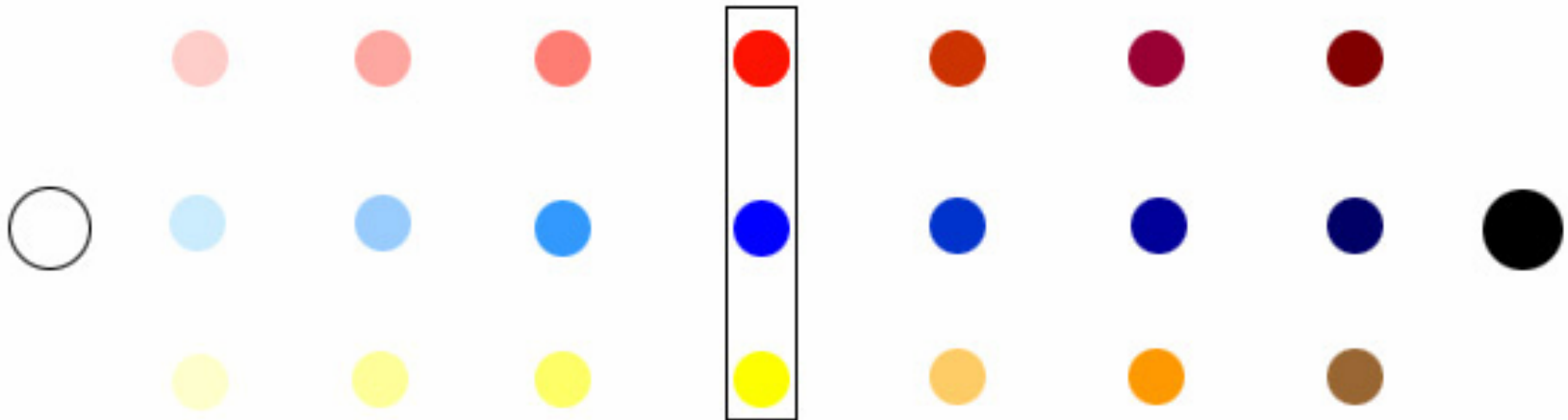
CORES SECUNDÁRIAS

- São as cores que surgem da mistura de duas cores primárias.



TOM DAS CORES

- Refere-se ao maior ou menor quantidade de luz presente na cor. Quando se adiciona preto a determinado matiz, este se torna gradualmente mais escuro, e essas graduações são chamadas escalas tonais. Para se obter escalas tonais mais claras acrescenta-se branco.



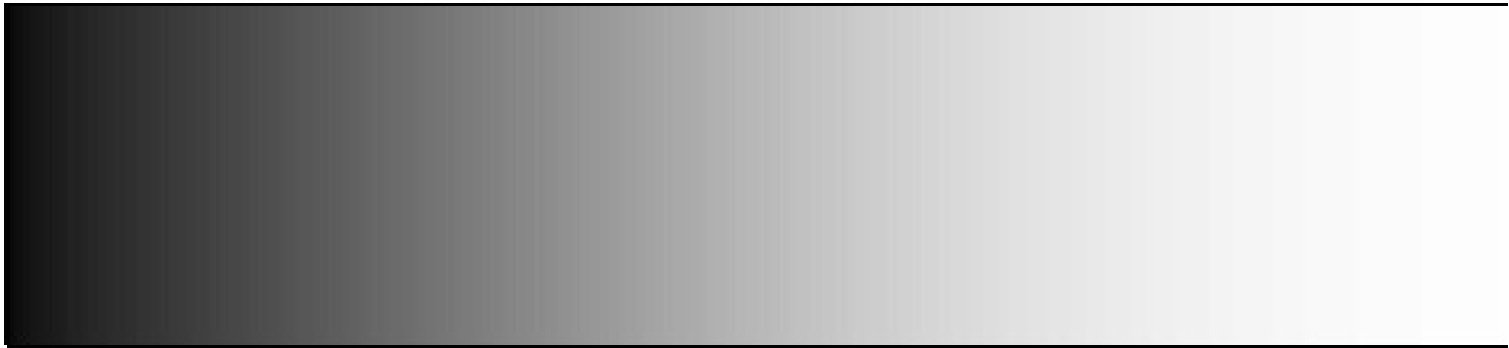
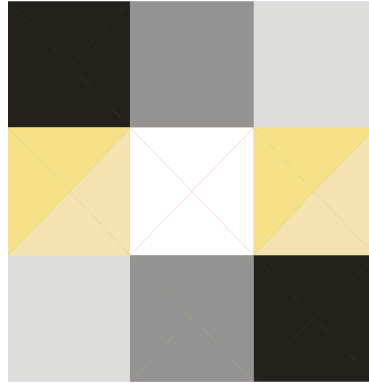
TEMPERATURA DAS CORES

- A temperatura das cores, designa a capacidade que as cores têm de parecer quentes ou frias.
- Quando se divide um disco cromático ao meio com uma linha vertical cortando o amarelo e o violeta, percebe-se que os vermelhos e laranjas do lado esquerdo, são cores quentes, vibrantes. Pôr outro lado, os azuis e verdes do lados direito são cores frias, que transmitem sensações de tranquilidade.



CORES ACROMÁTICAS OU NEUTRAS

- O branco, o preto, as cinzas e os marfins.



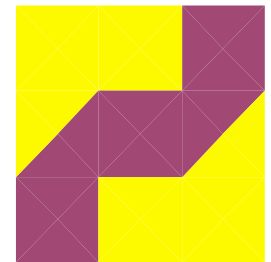
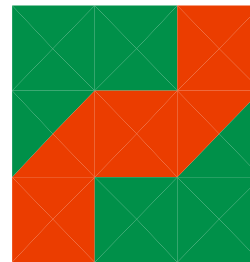
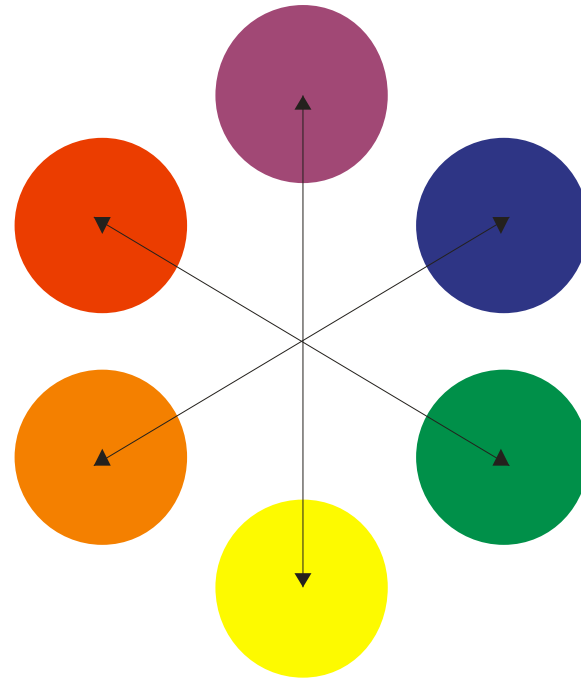
CORES COMPLEMENTARES OU CONTRASTANTES

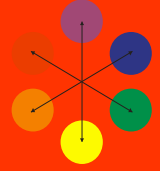
- Estas cores, quando usadas próximas umas das outras, produzem uma sensação de choque.
- As cores contrastantes são diretamente opostas no disco das cores.
- Se a cor é primária, contrasta sempre o a secundária e vice-versa. O resultado estético dessas combinações nem sempre é satisfatório, a não ser que haja interesse em explorar o choque visual produzido por elas. Quando mais forte forem elas, maior será esse impacto.



CORES COMPLEMENTARES OU CONTRASTANTES

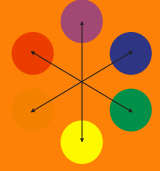
- As cores complementares são usadas para dar força e equilíbrio a um trabalho criando contrastes.
- Raramente se usa cores apenas cores complementares em um trabalho, o efeito pode ser desastroso.
- As cores complementares são as que mais contrastes entre si oferecem, sendo assim, se queremos destacar um amarelo, devemos colocar junto dele um violeta.





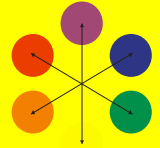
CORES CONTRASTANTES

CORES CONTRASTANTES



CORES CONTRASTANTES

CORES CONTRASTANTES

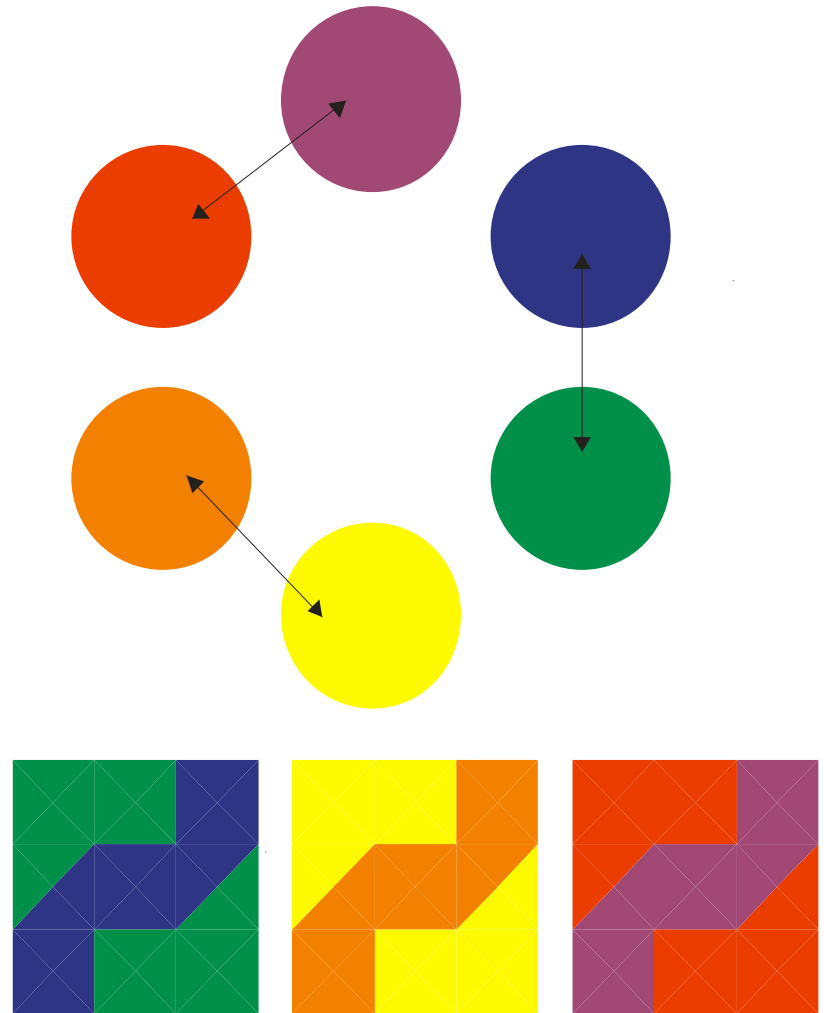


CORES CONTRASTANTES

CORES CONTRASTANTES

CORES ANÁLOGAS

- **Cores análogas** são as que aparecem lado-a-lado no disco de cores.
- São análogas porque há nelas uma mesma cor básica.
- Elas são usadas para dar a sensação de uniformidade.
- A composição em cores análogas são consideradas elegantes, e podem ser equilibradas com uma cor complementar.

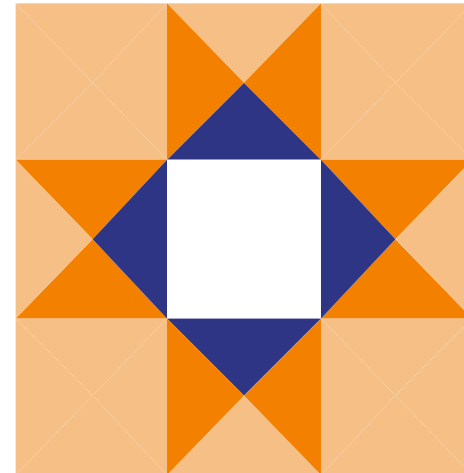
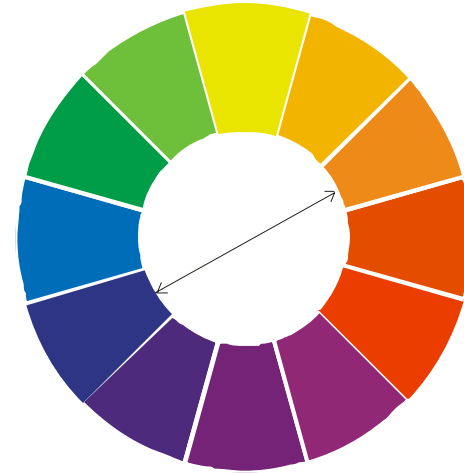


ESQUEMA DE CORES

■ Cores Diretamente Complementares

Ao combinar duas cores diretamente opostas na roda, uma intensifica a outra.

- É uma forma de dar início a um esquema.
- Por exemplo: Laranja é diretamente complementar ao azul, então, comece com azul e laranja e complemente com as tonalidades (claro, médio e escuro), podendo balancear com cores neutras.

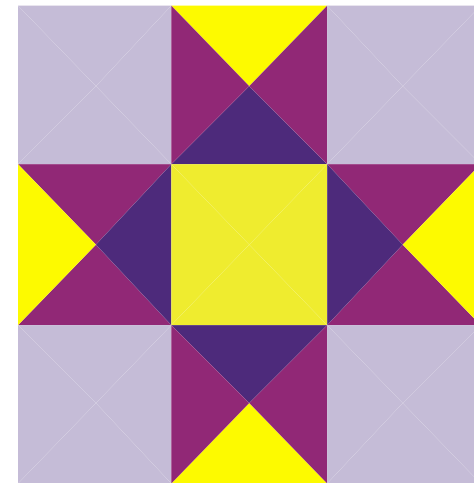


ESQUEMA DE CORES

- **Complementar Dividido**

É um esquema com 3 cores, sendo que duas são análogas ou adjacentes e a terceira é uma diretamente complementar.

- Por exemplo: amarelo (complementar) com azul violeta e vermelho violeta (adjacentes).

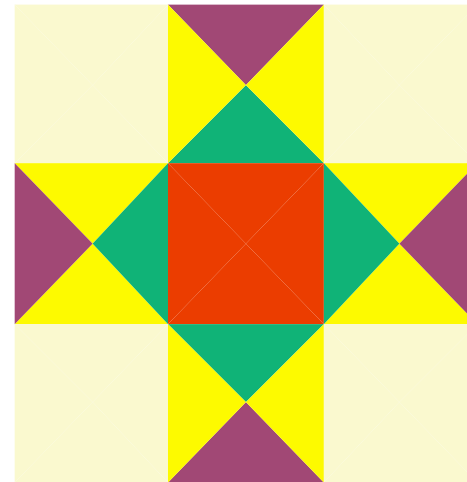
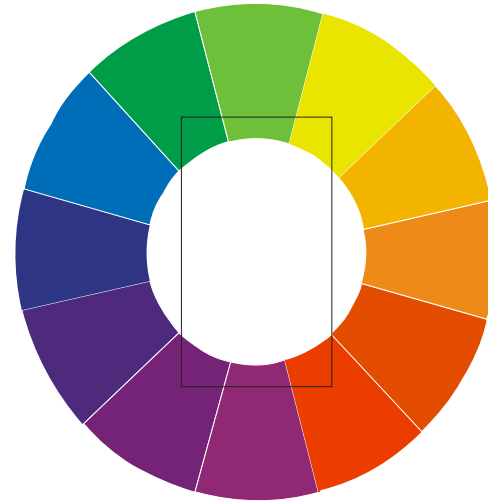


ESQUEMA DE CORES

- **Duplo Complementar Dividido**

É um esquema onde duas cores diretamente complementares se juntam a duas outras cores separadas mutuamente por uma adjacente.

- Neste esquema forma-se um retângulo na roda de cores.
- Por exemplo: verde, vermelho, amarelo e violeta.



ESQUEMA DE CORES

■ Tríade

É um esquema que usa três cores eqüidistantes.

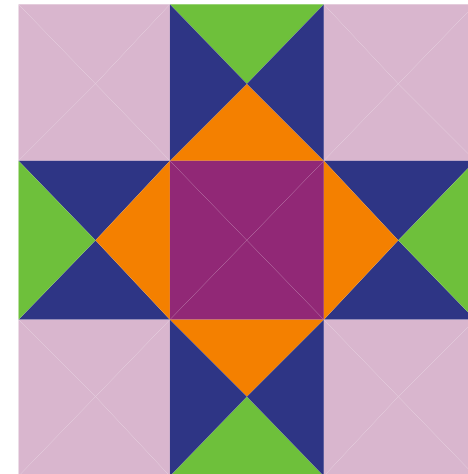
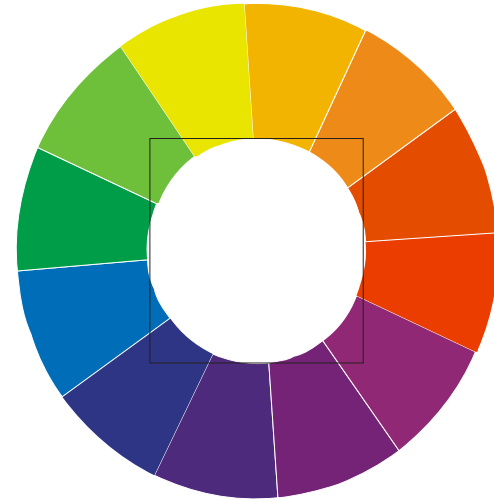
- A tríade é considerada como um dos esquemas mais harmoniosos na roda de cores.
- Forma um triângulo isósceles na Roda de Cores.



ESQUEMA DE CORES

■ Quadricolor

- É um esquema que usa duas cores complementares separadas por duas cores adjacentes a elas.
- É um esquema considerado harmônico, porque contém duas cores diretamente complementares.
- Por exemplo: Azul, violeta, laranja, verde amarelado.
- Formam um quadrado na Roda de Cores.

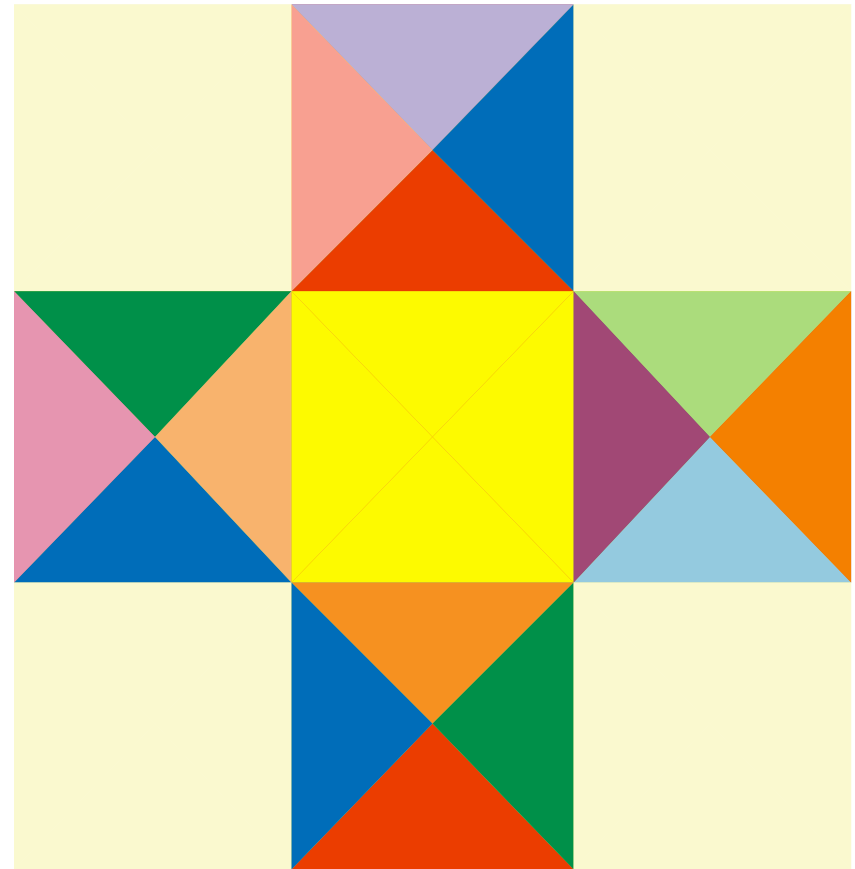


ESQUEMA DE CORES

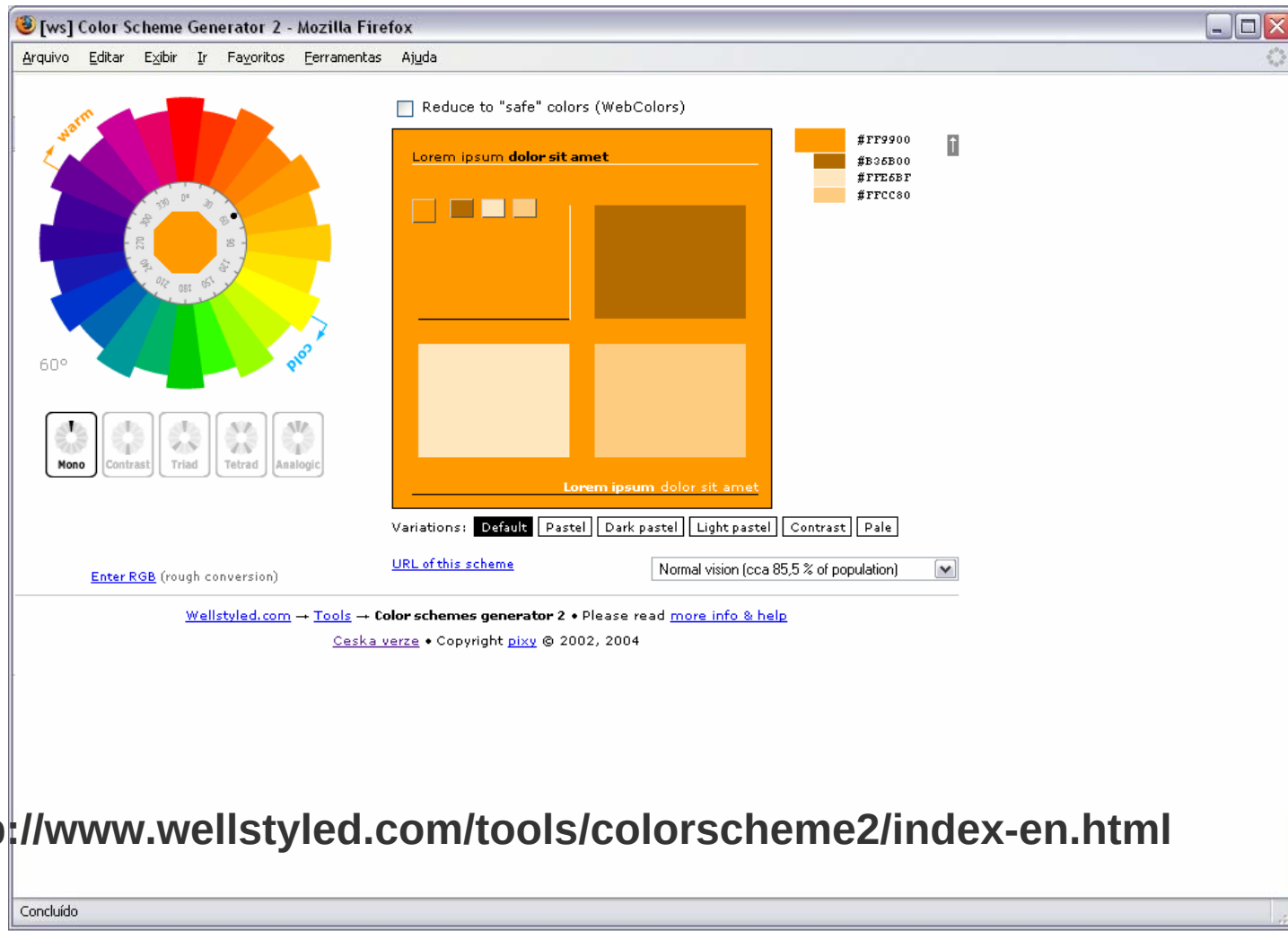
- **Policromático**

Usam-se muitas cores da roda de cores.

- É uma combinação charmosa e alegre.



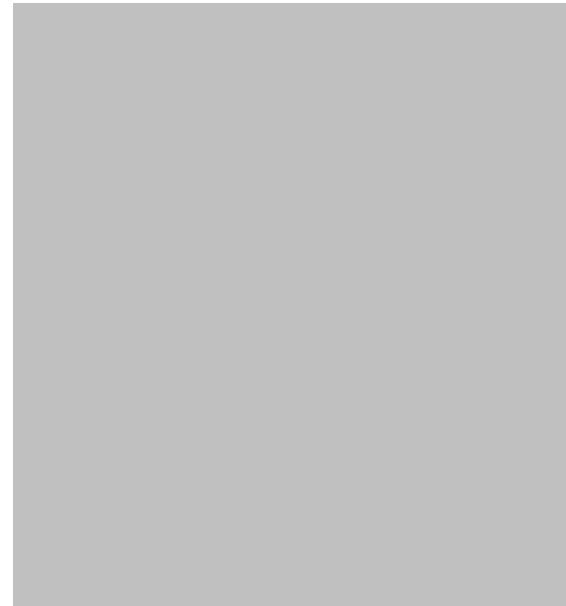
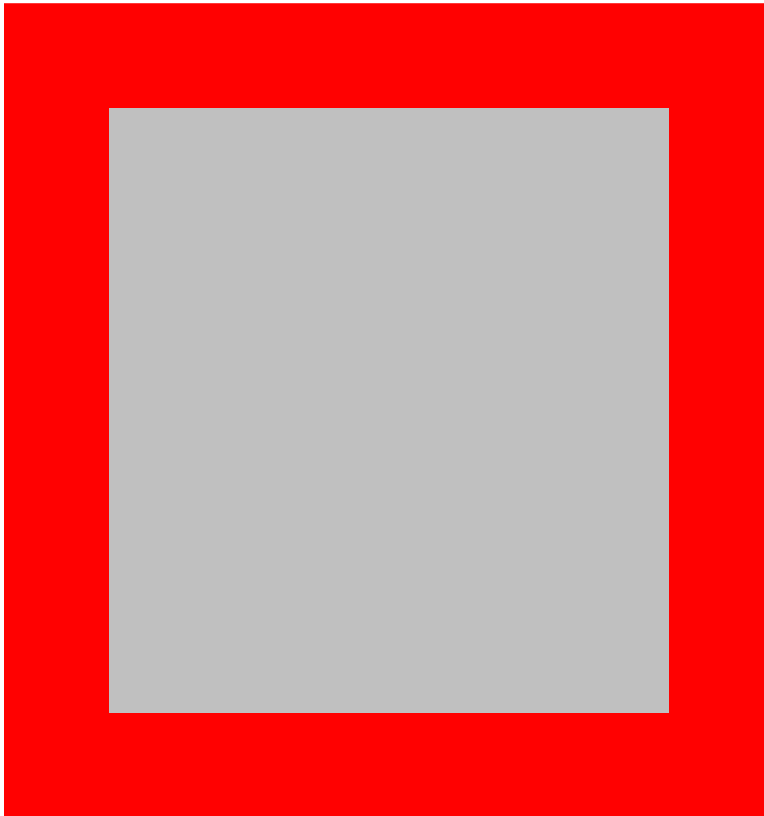
ESQUEMA DE CORES



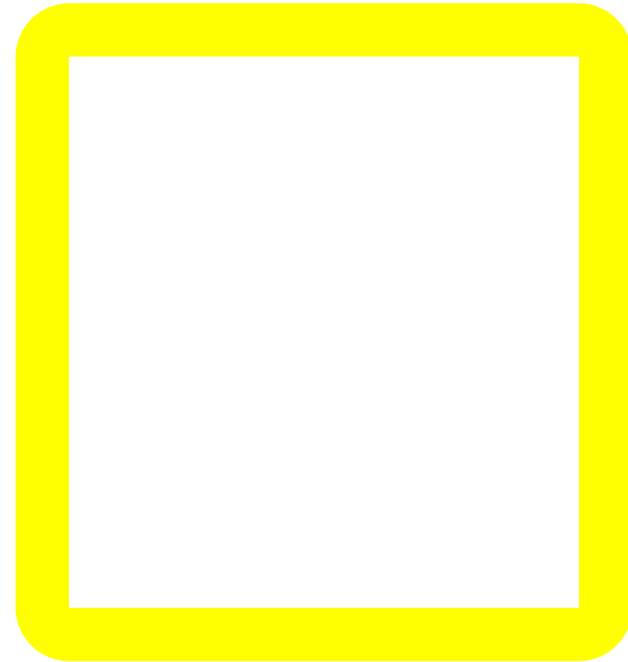
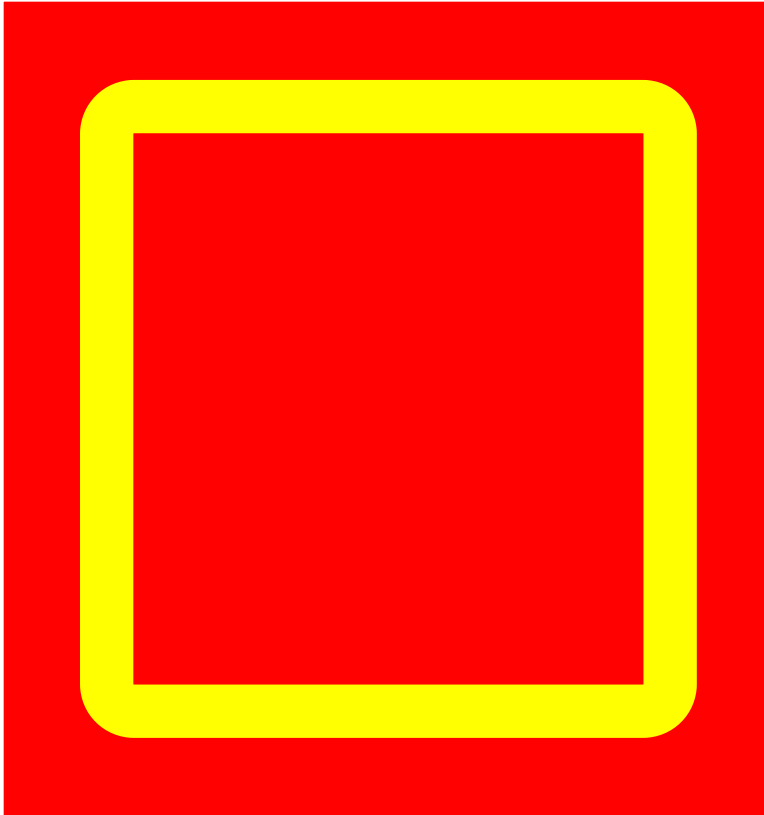
<http://www.wellstyled.com/tools/colorscheme2/index-en.html>

ASPECTOS DAS CORES

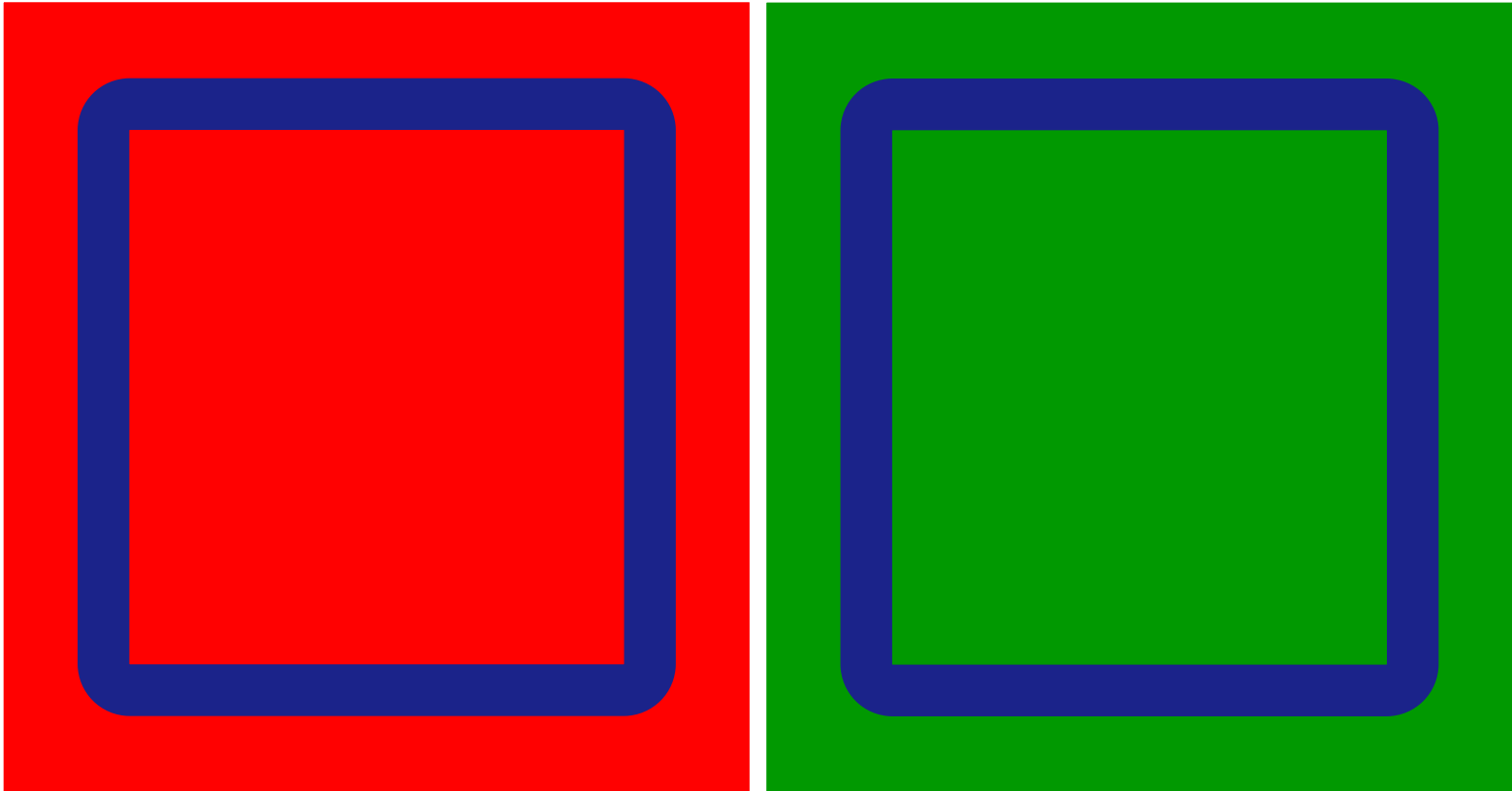
- As cores podem parecer diferentes em função da cor do fundo.



ASPECTOS DAS CORES



ASPECTOS DAS CORES

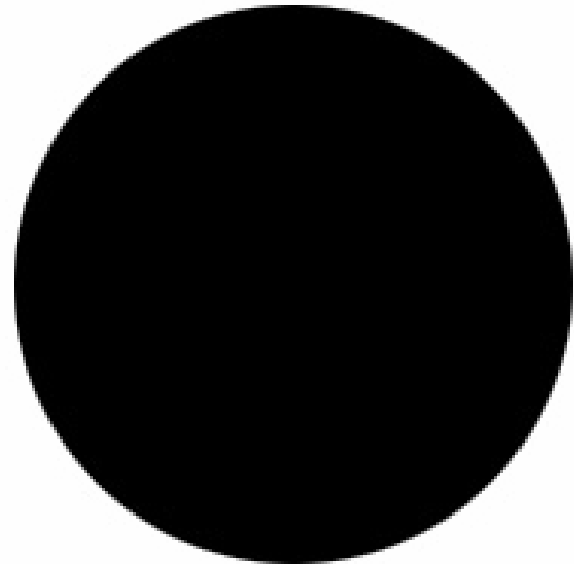
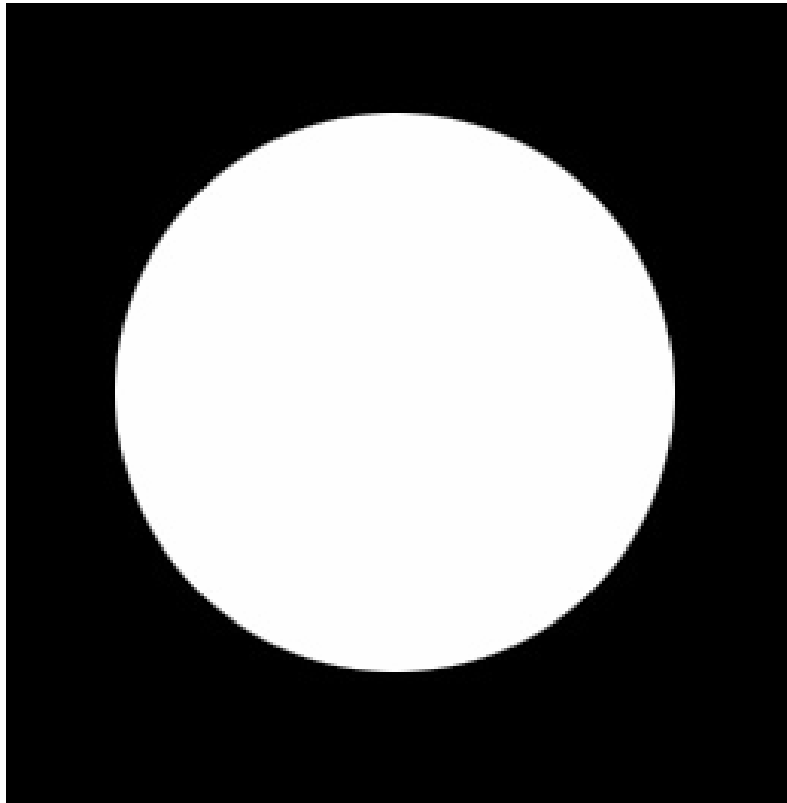


ASPECTOS DAS CORES



ASPECTOS DAS CORES

- Qual dos círculos é maior?



SIGNIFICADO DAS CORES NA PUBLICIDADE



VERMELHO: Aumenta a atenção, é estimulante, motivador. Indicado para uso em anúncios de artigos que indicam calor e energia, artigos técnicos e de ginástica.



LARANJA: Indicado para as mesmas aplicações do vermelho, com resultados um pouco mais moderados.



AMARELO: Visível a distância, estimulante. Cor imprecisa, pode produzir vacilação no indivíduo e dispersar parte de sua atenção. Não é uma cor motivadora por excelência. Combinada com o preto pode resultar eficaz e interessante. Geralmente indicada para aplicação em anúncios que indiquem luz, é desaconselhável seu uso em superfícies muito extensas.

Significados de acordo com os estudos do Prof. Modesto Farina.

SIGNIFICADO DAS CORES NA PUBLICIDADE



VERDE: Estimulante, mas com pouca força sugestiva; oferece uma sensação de repouso. Indicado para anúncios que caracterizam o frio, azeites, verduras e semelhantes.



AZUL: Possui grande poder de atração; é neutro nas inquietações do ser humano; acalma o indivíduo e seu sistema circulatório. Indicado em anúncios que caracterizem o frio.



ROXO: Acalma o sistema nervoso. a ser utilizado em anúncios de artigos religiosos, em viaturas, acessórios funerários etc. Para dar a essa cor maior sensação de calor, deve-se acrescentar vermelho; de luminosidade, o amarelo; de calor, o laranja; de frio o azul; de arejado o verde.

Significados de acordo com os estudos do Prof. Modesto Farina.

SIGNIFICADO DAS CORES NA PUBLICIDADE



PÚRPURA E OURO: Cores representativas do valor e dignidade. Devem ser aplicadas em anúncios de artigos de alta categoria e luxo.



MARROM: Esconde muito a qualidade e o valor e, portanto, pouco recomendável em publicidade.



VIOLETA: Entristece o ser humano, não sendo, portanto, muito bem visto na criação publicitária.



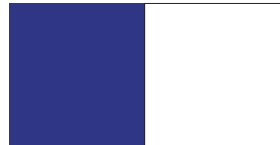
CINZA: Indica discrição. Para atitudes neutras e diplomáticas é muito utilizado em publicidade.

Significados de acordo com os estudos do Prof. Modesto Farina.

SIGNIFICADO DAS CORES NA PUBLICIDADE



PRETO: Deve ser evitado o excesso em publicações a cores, pois tende a gerar frustração.



AZUL E BRANCO: Estimulante, predispõe à simpatia; oferece uma sensação de paz para produtos e serviços que precisam demonstrar sua segurança e estabilidade.



AZUL E VERMELHO: Estimulante da espiritualidade; combinação delicada e de maior eficácia na publicidade.



AZUL E PRETO: Sensação de antipatia; deixa o indivíduo preocupado; desvaloriza completamente a mensagem publicitária e é contraproducente.

Significados de acordo com os estudos do Prof. Modesto Farina.

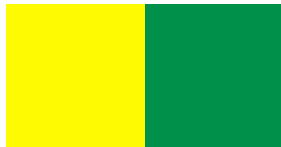
SIGNIFICADO DAS CORES NA PUBLICIDADE



VERMELHO E VERDE: Estimulante, mas de pouca eficácia publicitária. Geralmente se usa essa combinação para publicidade rural.



VERMELHO E AMARELO: Estimulante e eficaz em publicidade. Por outro lado as pesquisas indicam que pode causar opressão em certas pessoas e insatisfação em outras.



AMARELO E VERDE: Produz atitude passiva em muitas pessoas, sendo ineficaz em publicidade. Poderá resultar eficaz se houver mais detalhes coloridos na peça.

Significados de acordo com os estudos do Prof. Modesto Farina.

SIGNIFICADO DAS CORES NA NOSSA VIDA

	Período de 1 a 10 anos	Idade da efervescência e da espontaneidade
	Período de 10 a 20 anos	Idade da imaginação, excitação, aventura.
	Período de 20 a 30 anos	Idade da força, potência, arrogância.
	Período de 30 a 40 anos	Idade da diminuição do fogo juvenil.
	Período de 40 a 50 anos	Idade do pensamento e da inteligência.
	Período de 50 a 60 anos	Idade do juízo, do misticismo, da lei.
	Acima de 60 anos	Idade do saber, da experiência, e da benevolência.
