

Plano de Voo

- Fundamentos da Comunicação Visual
 - o que é percepção visual
 - elementos básicos da comunicação visual
 - cores, psicodinâmica e utilização
 - O disco de Wundt
 - RGB e CMYK
 - Psicodinâmica de cores em comunicações e propaganda
 - As cores e a Idade
 - As combinações preferidas
 - Significado Psicológico das cores
 - Teorias da Percepção Visual
 - Os tipos de percepção
 - Inferencia Inconsciente
 - Psicologia Ecológica
 - Gestalt e as leis de percepção
 - Proximidade
 - Similaridade
 - Fechamento
 - Simetria
 - Simplicidade
 - Continuidade

Fundamentos da Comunicação Visual

O que é Percepção

Percepção visual, no sentido da psicologia e das ciências cognitivas é uma de várias formas de percepção associadas aos sentidos. É o produto final da visão consistindo na habilidade de detectar a luz e interpretar (ver) as conseqüências do estímulo luminoso, do ponto de vista estético e lógico.

Na estética, entende-se por percepção visual um conhecimento teórico, descritivo, relacionado à forma e suas expressões sensoriais. Um tipo de talento, uma característica desenvolvida como uma habilidade de um escultor ou pintor que diferencia os pontos relevantes e não-relevantes de sua obra. Para que depois de pronta - em uma análise mais detalhada - possa explicar os atributos ali contidos.

Fundamentos da Comunicação Visual

Quais os Elementos básicos da Comunicação.

Os elementos visuais constituem a substância básica daquilo que vemos, e seu número é reduzido: **o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento**. Por poucos que sejam, são a matéria-prima de toda informação visual em termos de opções e combinações seletivas. A estrutura da obra visual é a força que determina quais elementos visuais estão presentes, e com qual ênfase essa presença ocorre.

Fundamentos da Comunicação Visual

O Ponto	A Linha
<p>O ponto é a unidade de comunicação visual mais simples e irredutivelmente mínima.</p> <p>Dois pontos são instrumentos úteis para medir o espaço no meio ambiente ou no desenvolvimento de qualquer tipo de projeto visual. Aprendemos cedo a utilizar o ponto como sistema de notação ideal, junto com a régua e outros instrumentos de medição, como o compasso.</p> <p>Quando vistos, os pontos se ligam, sendo, portanto, capazes de dirigir o olhar. Em grande número e justapostos, os pontos criam a ilusão de tom ou de cor, o que é o fato visual em que se baseiam os meios mecânicos para a reprodução de qualquer tom contínuo.</p>	<p>Quando os pontos estão tão próximos entre si que se torna impossível identificá-los individualmente, aumenta a sensação de direção, e a cadeia de pontos se transforma em outro elemento visual distintivo: a linha.</p> <p>Nas artes visuais, a linha tem, por sua própria natureza, uma enorme energia. Nunca é estática; é o elemento visual inquieto e inquiridor do esboço. A linha é muito usada para descrever essa justaposição, tratando-se, nesse caso, de um procedimento artificial.</p>

Fundamentos da Comunicação Visual



Fundamentos da Comunicação Visual

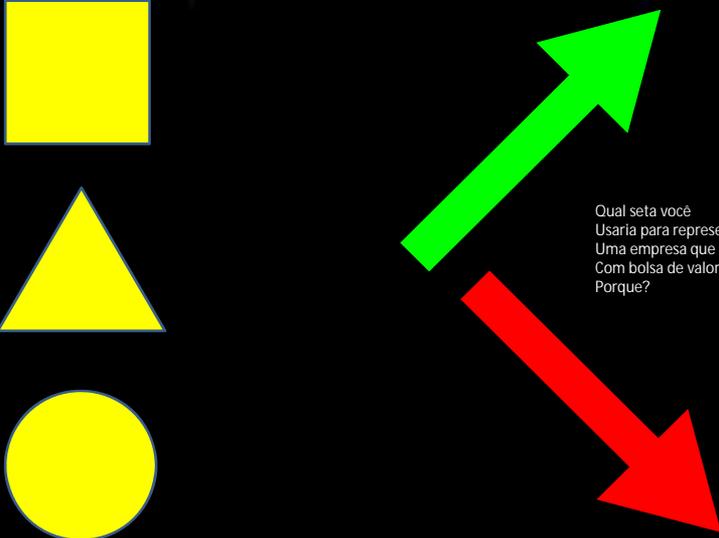
A Forma

A linha descreve uma **forma**. Na linguagem das artes visuais, a linha articula a complexidade da forma. Existem três formas básicas: o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero. Ao quadrado se associam enfado, honestidade, retidão e esmero; ao triângulo, ação, conflito, tensão; ao círculo, infinitude, calidez, proteção.

A Direção

Todas as formas básicas expressam três **direções** visuais básicas e significativas: o quadrado, a horizontal e a vertical; o triângulo, a diagonal; o círculo, a curva. A referência horizontal-vertical constitui a referência primária do homem, em termos de bem-estar e maneabilidade. A direção diagonal tem referência direta com a idéia de estabilidade. É a formulação oposta, a força direcional mais instável, e, conseqüentemente, mais provocadora das formulações visuais. As forças direcionais curvas têm significados associados à abrangência, à repetição e à calidez.

Fundamentos da Comunicação Visual



Qual seta você
Usaria para representar
Uma empresa que mexe
Com bolsa de valores?
Porque?

Fundamentos da Comunicação Visual

A Cor	A Textura
<p>A cor é um fenômeno óptico provocado pela ação de um feixe de fótons sobre células especializadas da retina, que transmitem através de informação pré-processada no nervo óptico, impressões para o sistema nervoso. A cor tem maiores afinidades com as emoções. A cor tem três dimensões que podem ser definidas e medidas.</p> <p>Matiz ou croma, é a cor em si, e existe em número superior a cem.</p> <p>Saturação, que é a pureza relativa de uma cor, do matiz ao cinza.</p> <p>Luminosidade ou acromática, é o brilho relativo, do claro ao escuro, das gradações tonais ou de valor.</p>	<p>A textura é o elemento visual que com frequência serve de substituto para as qualidades de outro sentido, o tato.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: center;">Suave ou Áspero?</p>

Fundamentos da Comunicação Visual

A Escala

Todos os elementos visuais são capazes de se modificar e se definir uns aos outros. O processo constitui, em si, o elemento daquilo que chamamos de **escala**. No campo visual, seria a relação de dimensões entre duas ou mais formas..

A Dimensão

A representação da **dimensão** em formatos visuais bidimensionais também depende da ilusão. A dimensão existe no mundo real. Porém reforçamos a ilusão no campo visual ao desenharmos, pintarmos etc. O principal artifício para simulá-la é a convenção técnica da perspectiva.

Fundamentos da Comunicação Visual



Fundamentos da Comunicação Visual

O Movimento

Como no caso da dimensão, o elemento visual do movimento se encontra mais freqüentemente implícito do que explícito no modo visual. O olho também se move em resposta ao processo inconsciente de medição e equilíbrio através do "eixo sentido" e das preferências esquerda-direita e alto-baixo.

Um quadro, uma foto ou a estampa de um tecido podem ser estáticos, mas a quantidade de repouso que compositivamente projetam pode implicar **movimento**, em resposta à ênfase e à intenção que o artista teve ao concebê-los.



Cores Psicodinâmica e Utilização

O que é cor?

- A **Cor** é um fenômeno óptico, uma sensação causada pela luz solar, percebida somente pelo olho humano. Os animais não enxergam cores.
- A luz do sol, ou de qualquer outra fonte de luz, incide sobre um objeto, absorvida por ele, modificada pelos elementos químicos que o compõem, e é refletida pelo mesmo objeto. Depois é percebida pelo nosso olho, causando uma reação específica nos cones Verde, Vermelho e Azul e seus receptores. Em seguida, é interpretada pelo nosso cérebro.
- O Sol irradia uma extensa variedade de ondas eletromagnéticas, cada uma delas com um diferente comprimento de onda. O olho humano é sensível apenas a uma pequena parte desses comprimentos de onda, conhecidos como **Luz Branca**.

Cores Psicodinâmica e Utilização

A cor depende de:

* **UMA FONTE DE LUZ,**

e da qualidade dessa fonte, se é luz solar ou de mercúrio, incandescente ou fluorescente, ou qualquer outra, etc.

* **UM OBJETO,**

e de como as substâncias que o compõem atuam como filtros, absorvendo alguns comprimentos de onda e refletindo os restantes.

* **UM OBSERVADOR**

e da sensibilidade visual do observador à luz refletida

A esta SENSACÃO, que existe apenas em nosso cérebro, damos o nome de... COR.

Cores Psicodinâmica e Utilização

O disco de Wundt

Wilhelm Wundt (1832-1920), psicólogo e fisiologista alemão, cujo sistema filosófico pretende explicar todos os fenômenos como reflexos psicológicos, esquematizou as cores primárias de luz e as secundárias, estabelecendo a relação entre elas numa combinação harmônica.

As cores primárias de luz formam um triângulo (linha branca) no círculo das cores. As cores intermediárias ou secundárias (linha preta) formam as cores básicas da impressão, ou primárias do sistema opaco.

A luz branca, como a enxergamos, representa a presença de todas as cores, ou seja, de todo o espectro solar.

Saturação: quando a cor está exatamente dentro do comprimento de onda que lhe corresponde no espectro solar.

Luminosidade: a capacidade de uma cor refletir a luz branca que há nela.

Limitação na reprodução de cores:

Olho humano: bilhões de cores

Monitores de TV/micro: 16 milhões de cores

Filme colorido: 18 milhões de cores

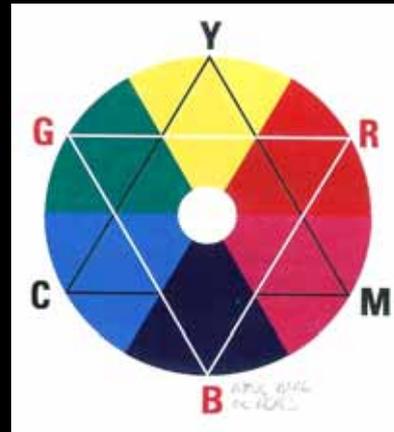
Impressão Off-set: 5 a 6 mil cores



Cores Psicodinâmica e Utilização

Branco não é cor. (é a junção de todas as cores)
 Preto não é cor. (é a ausência de cores)
 Cinza não é cor. (é a penumbra entre o branco e o preto)

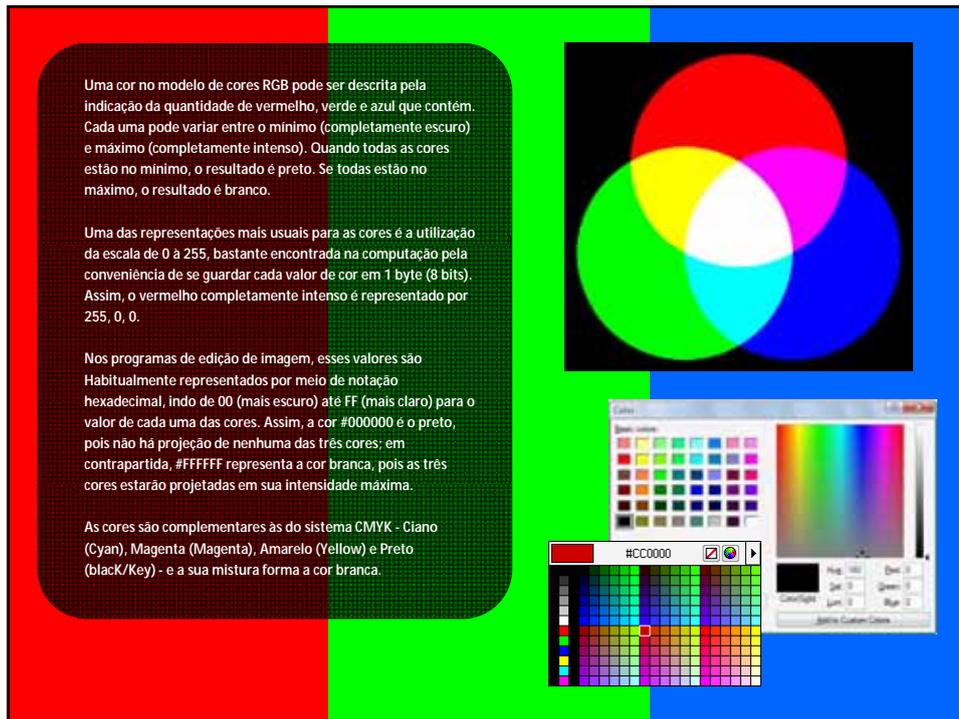
- **MATIZ**
- *fusão do branco com uma cor.*
- **SOMBREADO**
- *fusão do preto com uma cor*
- **TONALIDADE**
- *fusão do cinza com uma cor*



R **G** **B**

RGB é a abreviatura do sistema de cores aditivas formado por Vermelho (Red), Verde (Green) e Azul (Blue). O propósito principal do sistema RGB é a reprodução de cores em dispositivos eletrônicos como monitores de TV e computador, "datashows", scanners e câmeras digitais, assim como na fotografia tradicional. Em contraposição, impressoras utilizam o modelo CMYK de cores subtrativas.

O modelo de cores RGB é baseado na teoria de visão colorida tricromática, de Young-Helmholtz, e no triângulo de cores de Maxwell. O uso do modelo RGB como padrão para apresentação de cores na Internet tem suas raízes nos padrões de cores de televisões RCA de 1953 e no uso do padrão RGB nas câmeras Land/Polaroid, pós Edwin Land.



Uma cor no modelo de cores RGB pode ser descrita pela indicação da quantidade de vermelho, verde e azul que contém. Cada uma pode variar entre o mínimo (completamente escuro) e máximo (completamente intenso). Quando todas as cores estão no mínimo, o resultado é preto. Se todas estão no máximo, o resultado é branco.

Uma das representações mais usuais para as cores é a utilização da escala de 0 a 255, bastante encontrada na computação pela conveniência de se guardar cada valor de cor em 1 byte (8 bits). Assim, o vermelho completamente intenso é representado por 255, 0, 0.

Nos programas de edição de imagem, esses valores são habitualmente representados por meio de notação hexadecimal, indo de 00 (mais escuro) até FF (mais claro) para o valor de cada uma das cores. Assim, a cor #000000 é o preto, pois não há projeção de nenhuma das três cores; em contrapartida, #FFFFFF representa a cor branca, pois as três cores estarão projetadas em sua intensidade máxima.

As cores são complementares às do sistema CMYK - Ciano (Cyan), Magenta (Magenta), Amarelo (Yellow) e Preto (black/Key) - e a sua mistura forma a cor branca.



CMYK é a abreviatura do sistema de cores formado por Ciano (Cyan), Magenta (Magenta), Amarelo (Yellow) e Preto (black). A letra K no final significa Key pois o preto que é obtido com as três primeiras cores, CMY, não reproduz fielmente tons mais escuros, sendo necessário a aplicação de preto "puro".

O CMYK funciona por absorção de luz. As cores são vistas nas partes onde essa luz não é absorvida. As tintas filtram e refletem ondas de cores específicas. Este sistema é empregado por gráficas, impressoras e fotocopiadoras para reproduzir a maioria das cores do espectro visível, e é conhecido como quadricromia. É o sistema subtrativo de cores, em contraposição ao sistema aditivo, o RGB.

Ciano é a cor oposta ao vermelho, o que significa que actua como um filtro que absorve a dita cor (-R +G +B). Da mesma forma, magenta é a oposta ao verde (+R -G +B) e amarelo é a oposta ao azul (+R +G -B). Assim, magenta mais amarelo produzirá vermelho, magenta mais ciano produzirá azul e ciano mais amarelo produzirá verde.

Inclusão do preto
 O preto pode ser produzido misturando os três pigmentos primários, mas por várias razões, é preciso adicionar tinta preta ao sistema:

- * O preto que se cria misturando os três pigmentos primários não é puro;
- * Empregar o 100% das tintas ciano, magenta e amarelo produz uma camada que, dependendo do tipo de papel, pode não secar ou ainda romper a folha se muito leve;
- * Os textos imprimem-se geralmente no preto pois incluem detalhes muito finos que seriam complicados de conseguir mediante a superposição de três tintas;
- * O pigmento preto é o mais barato de todos, razão pela que criar negro com três tintas seria muito mais caro.

CMYK versus RGB
 O padrão CMYK é o mais e melhor usado para impressão, enquanto que monitores e televisões usam o padrão RGB (Vermelho (Red), Verde (Green) e Azul (Blue)), onde são usadas apenas três cores. Como o CMYK que se usa na indústria gráfica é baseado na mistura de tintas sobre o papel e o CMYK usado nos sistemas de computador não passa de uma variação do RGB, nem todas as cores vistas no monitor podem ser conseguidas na impressão, uma vez que o espectro de cores CMYK (gráfico) é significativamente menor que o RGB. Alguns programas gráficos incorporam filtros que tentam mostrar no monitor a imagem como será impressa.

Além do CMYK e do RGB, existem outros padrões de cores, como o Pantone, onde em lugar de um certo número de cores primárias que são combinadas para gerar as demais, tem-se um conjunto maior de tintas especiais, que misturadas entre si, produzem na impressão uma gama de cores consistente com o que é visto em um mostruário.



Cores na Web e Catálogos?

- Adobe Kuler
kuler.adobe.com
- Escala de Cores Pancrom
<http://www.pancrom.com.br/site/escala.html>
- Pantone
<http://www.pantonebr.com.br/>

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores na Propaganda e Publicidade

- Nunca é demais repetir que a cor é uma realidade sensorial, e como tal, capaz de atuar sobre a emotividade humana. Além disso, produzem uma sensação de movimento, dinâmica envolvente e compulsiva. O amarelo parece transbordar os seus limites, invadindo os espaços circundantes. O agressivo vermelho equilibra-se sobre si mesmo, enquanto o azul cria a sensação de vazio, de distância e de profundidade.
- Os estudos mais recentes revelaram que cada ser humano pode reagir de forma diferente ao estímulo de uma cor: enquanto alguns "adoram" o amarelo, outros o "detestam". Por esse motivo a Cromoterapia ainda não pode ser aceita completamente em sua qualidade terapêutica.
- Além disso, os diversos fatores culturais fixam atitudes psicológicas que orientam inconscientemente as inclinações individuais. Vejamos o seguinte quadro de conotativos:

Branco: limpeza, pureza

Cinza: tristeza, neutralidade

Rosa: graça, ternura

Preto: sujo, negativo

Vermelho: calor, excitação

Azul: honradez, fé, pureza

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores na Propaganda e Publicidade

- Nunca é demais repetir que a cor é uma realidade sensorial, e como tal, capaz de atuar sobre a emotividade humana. Além disso, produzem uma sensação de movimento, dinâmica envolvente e compulsiva. O amarelo parece transbordar os seus limites, invadindo os espaços circundantes. O agressivo vermelho equilibra-se sobre si mesmo, enquanto o azul cria a sensação de vazio, de distância e de profundidade.
- Os estudos mais recentes revelaram que cada ser humano pode reagir de forma diferente ao estímulo de uma cor: enquanto alguns "adoram" o amarelo, outros o "detestam". Por esse motivo a Cromoterapia ainda não pode ser aceita completamente em sua qualidade terapêutica.
- Além disso, os diversos fatores culturais fixam atitudes psicológicas que orientam inconscientemente as inclinações individuais. Vejamos o seguinte quadro de conotativos:

Branco: limpeza, pureza

Cinza: tristeza, neutralidade

Rosa: graça, ternura

Preto: sujo, negativo

Vermelho: calor, excitação

Azul: honradez, fé, pureza

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores na Propaganda e Publicidade

Esses significados ficam de tal forma enraizados na cultura de um povo que passam a integrar, na linguagem corrente, sensações visuais para definir estados emocionais ou situações vividas pelo indivíduo. É comum ouvirmos frases como esta:

Branco como um vestido de noiva. Significado de Pureza

Ficou branco de susto. Significado de vazio, espaço sem nada..

Vermelho de vergonha. Significado de excitação

A situação ficou preta. Significado negativo.

Um sorriso amarelo. Significado constrangedor.

Mais especificamente em relação à criação publicitária, os psicólogos procuraram dar um sentido mais prático quanto ao uso das cores.

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores na Propaganda e Publicidade

As reações e as influências físió-sócio-psíquicas do indivíduo perante a cor vão responder por sua aplicação em campos diversificados, de forma a provocar reação instantânea e automática à sua exposição.

A ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) emitiu normas sobre o uso da cor na segurança do trabalho e no campo industrial. São normas adotadas por quase todos os países, pois se apoiam na linguagem psicológica das cores, resultando num longo processo educacional.

Azul	Controle de equipamentos elétricos
Laranja	Partes móveis e mais perigosas de máquinas como polias e engrenagens
Vermelho	Equipamentos de proteção e combate a incêndio, Alarme, Perigo
Verde	Caixa de socorros de urgência, avisos e boletins de Segurança
Branco	Faixas indicativas de sentido de direção
Preto	Coletores de resíduos e lixo
Amarelo	Atenção

Esses signos visuais realmente só possuem valor efetivo quando podem ser identificados e decodificados por aqueles a quem se dirigem. Por isso são estudados em todos os seus aspectos psíquicos, sociais e fisiológicos visando atingir o indivíduo, compelindo-o a uma ação imediata.

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores e idade

- De acordo com os estudos de J. Bamz, psicólogo catalão, em seu livro A Arte e a Ciência da Cor, existe uma estreita correlação entre a idade e a preferência que o indivíduo manifesta por determinada cor. este estudo pode resultar de grande interesse e eficácia no campo mercadológico.
- Os adultos idosos preferem cores mais escuras, como o azul e o verde, enquanto as crianças preferem cores vibrantes como o vermelho e o amarelo. Isso se deve em função da modificação que o cristalino do olho humano vai sofrendo com o decorrer do tempo. Ele vai se tornando amarelo com o aumento da idade: enquanto uma criança absorve 10 % da luz azul, o adulto idoso absorve até 57%.

Vermelho Período de 1 a 10 anos - efervescência e espontaneidade

Laranja Período de 10 a 20 anos - Imaginação, excitação, aventura

Amarelo Período de 20 a 30 anos - Força, potência, arrogância

Verde Período de 30 a 40 anos - Diminuição do fogo juvenil

Azul Período de 40 a 50 anos - Pensamento, inteligência

Lilás Período de 50 a 60 anos - Juízo, misticismo, lei

Roxo Período após 60 anos - Saber, Benevolência, Experiência

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores e idade

- A cor sempre fez parte da vida do Homem. O azul do céu, o verde das árvores e o vermelho-alaranjado do por-do-sol. porém, hoje existem também as cores feitas por ele próprio: tintas, papéis e cartões, tecidos, embalagens, cinema, TV e fotografia. A reação de cada indivíduo a uma cor é pessoal e subjetiva e relacionada a vários fatores. Entretanto, todos os psicólogos estão de comum acordo quando atribuem significados a cores que são básicas a qualquer indivíduo que viva dentro de nossa sociedade e cultura. **O Homem reage a cores para gostar ou não gostar de determinada coisa, para reagir ou não reagir, para negar ou afirmar.**
- **As cores provocam associações materiais e afetivas ao Homem, porque são vibrações do espectro cósmico que penetram em seu cérebro, para continuar vibrando e impressionando a sua psique, dando cor e som ao seu pensamento, para dar mais sabor à sua vida e ao seu ambiente.**
- Num quadro bastante resumido, mostramos a seguir o resultado da interessante pesquisa realizada pelos psicólogos M. Déribéré, na França, Adrian B. Klein, na Inglaterra, Saburo Ohba, no Japão e no Brasil pelo Prof. Dr. Teodoro van Kolck, do Instituto de Psicologia da USP, e publicada em seu livro "Vivência e Cores", em 1971.

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores e idade

Cor	Associação Material	Associação Afetiva
Branco	Batismo, Casamento, Cisne, Lírio, Neve, Nuvens, Areia	Ordem, Simplicidade, Bem, Juventude, Otimismo, PAZ
Preto	Sujeira, Sombra, Enterro, Noite, Carvão, Morte, Fim, Fumaça	Mal, Miséria, Pessimismo, Sordidez, Nobreza, CHIC.
Cinza	Pó, Chuva, Ratos, Neblina, Tempestade, Máquinas	Tédio, Tristeza, Velhice, Desânimo, Seriedade, Pena
Vermelho	Rubi, Cereja, Guerra, Perigo, Vida, Fogo, Sangue, Combate	Dinamismo, Força, Energia, Coragem, Paixão, Glória, Agressividade, Excitação
Laranja	Outono, Laranja, Fogo, Luz, Calor, Festa, Aurora, Robustez	Euforia, Prazer, Senso de Humor, Alegria, Força, Calor
Amarelo	Flores grandes, palha, Argila, Verão, Oriental, Topázio	Alerta, Ciúme, Orgulho, Ódio, Criatividade
Verde	• Umidade, Frescor, Primavera, Bosque, Mar, Natureza	Bem-estar, Adolescência, Paz, Saúde, Esperança, Equilíbrio
Verde-Azulado		Persistência, Arrogância

Cores Psicodinâmica e Utilização

Cores e idade

Cor	Associação Material	Associação Afetiva
Azul	Frio, Gelo, Montanha distante, Mar, Águas Tranquilas	Espaço, Viagem, Afeto, Amor, Serenidade, Infinito, Amizade
Roxo	Noite, Janela, Igreja, Sonho, Mar Profundo, Aurora	Fantasia, Mistério, Grandeza, Espiritualidade, Calma
Marrom	Terra, Lama, Outono, Doença, Desconforto, Sensualidade	Pesar, Melancolia, Depressão, Resistência, Vigor, Justiça
Púrpura	Vidência, Agressão, Furto, Miséria	Dignidade Real, Cardinalia, Estima, Valor, Engano
Violeta		Engano, Miséria, Calma, Dignidade, Auto-controle
Vermelho-Alaranjado	Competição, Locomoção, Ofensa, Agressão,	Desejo, Excitabilidade, Sexualidade, Dominação

Para os Ocidentais, o Branco representa o Bem e a Vida, enquanto para os Orientais significa o Fim, a Morte, o Nada. O vocábulo Preto, do latim Nigra, é controverso, pois é expressivo e angustiante ao mesmo tempo. Alegre quando combinado com certas cores, clássico e elegante quando combinado com outras, pode também ter conotação de seriedade e rigor.

Cores Psicodinâmica e Utilização

As Combinações Preferidas

A maioria das pessoas tem preferência pelas cores na seguinte ordem: Azul, Vermelho, Verde, Marron, Violeta, Laranja, Amarelo, Preto e Branco.

O Prof. Dr. Modesto Farina, da USP, reconhecidamente uma das maiores autoridades no assunto neste país, realizou interessante trabalho de pesquisa sobre a preferência das pessoas pela combinação das cores, segundo sexo e estado civil.

A constatação principal é a de que o Azul é a cor que predomina.

Veja os quadros Por Sexo e Situação Conjugal.

Cores Psicodinâmica e Utilização

As Combinações Preferidas

Em duas cores (DUOS)	Em três cores (TRIADES)
Homens solteiros	Homens solteiros
Laranja + Verde	Azul + Amarelo + Verde
Laranja + Roxo	Azul + Vermelho + Amarelo
Amarelo + Azul	Verde + Roxo + Laranja
Vermelho + Azul	Azul + Amarelo + Preto
Verde + Azul	Preto + Vermelho + Amarelo Violeta +
Branco + Preto	Verde + Preto
Amarelo + Preto	Amarelo + Roxo + Preto
Amarelo + Verde	Verde + Azul + Laranja
Amarelo + Violeta	
Homens casados	Homens casados
Vermelho + Azul	Vermelho + Amarelo + Azul
Azul + Amarelo	Azul + Amarelo + Verde
Verde + Laranja	Verde + Laranja + Azul
Amarelo + Preto	Vermelho + Verde + Laranja
Vermelho + Amarelo	Vermelho + Amarelo + Preto
Azul + Cinza	
Laranja + Azul	

Cores Psicodinâmica e Utilização

As Combinações Preferidas

Em duas cores (DUOS)	Em três cores (TRIADES)
Mulheres solteiras	Mulheres solteiras
Vermelho + Azul Branco + Azul Marinho Azul + Amarelo Laranja + Azul Verde + Azul Vermelho + Laranja Amarelo + Cinza Marron + Bege	Azul + Vermelho + Amarelo Laranja + Amarelo + Preto Azul + Amarelo + Preto Azul + Vermelho + Branco Marron + Bege + Amarelo Preto + Vermelho + Amarelo Púrpura + Violeta + Azul Marinho Vermelho + Verde + Preto
Mulheres casadas	Mulheres casadas
Laranja + Azul Vermelho + Azul Verde + Azul Azul Marinho + Azul Claro Amarelo + Roxo Laranja + Verde Verde + Cinza	Azul + Amarelo + Preto Azul + Vermelho + Branco Azul + Verde + laranja Azul + Verde + Preto Azul Turquesa + Verde + Rosa

Cores Psicodinâmica e Utilização

Significado Psicológico das Cores.

Branco: Sugere pureza, simplicidade, otimismo. Com a ausência de caracteres, cria a impressão de vazio e infinito. Evoca ação refrescante e desinfetante, principalmente quando usado junto com o azul claro.

Preto Símbolo do infortúnio e da morte, exibe uma característica impenetrável. É a cor mais desprovida de sentimento, porém se for brilhante, confere nobreza, distinção e elegância.

Cinza Exprime um estado de alma duvidoso e neutro e evoca medo, desânimo e monotonia, à medida em que for mais escuro. O tom mais escuro é a cor do sujo e desprezível, como no tom Grafite. Brilhante como o Prata, é clássico e nobre.

Vermelho Significa força, alegria de viver, virilidade, dinamismo. Às vezes pode ser irritante ou exaltante. Impõem-se como dignidade e severidade, benevolência e charme. Cor quente por definição, sem as características do Amarelo, que se espalha e invade todas as cores ao seu redor. É uma cor conclusiva, porque se basta. Quanto mais escuro, mais pro-fundo, grave e circunspecto, como o Vermelho Cardinalício. Se mais claro, exprime temperamento jovial e fantasioso.

Cores Psicodinâmica e Utilização

Significado Psicológico das Cores.

Verde É a cor mais fria, calma e tranqüila, não exprimindo qualquer sentimento de alegria, tristeza ou paixão. Imóvel, satisfeita, é também a cor da esperança. Se tiver uma pitadinha de Amarelo, torna-se ensolarada, ativa, indiferente, já se houver predominância do Azul, torna-se carregada, severa, re-pleta de pensamentos.

Azul Cor que transmite uma calma profunda, interior, infinita e diferente do verde. É solene, grave e espiritual, as análises racionais são ignoradas. Nos tons mais claros e brilhantes, provoca sensação de frescor e higiene, sendo a preferida pelas mulheres. O tom turquesa exprime grande força, fogo interior e frio, como os lagos iluminados pelo sol de verão. As tonalidades mais escuras agradam mais aos homens

Amarelo Luminosa, luminescente, vibrante, vistosa e gostosa, principalmente nos tons claros e limpos. É cor superficial, não transmitindo profundidade. É cor muito ativa, que estimula a criatividade, mas se sujar com marrom ou verde, apresenta aspecto doentio, repugnante. Aquecida com ligeiros tons de Vermelho, evoca um misto de alegria e satisfação

Laranja É a cor mais acolhedora, quente, íntima como fogo ardente, mais irradiante e expansiva que o vermelho. Ao mesmo tempo, transmite refrescância. se associada com o fruto.

Cores Psicodinâmica e Utilização

Significado Psicológico das Cores.

Violeta Misteriosa, triste, melancólica e meditativa, demonstra um pensamento profundo e religioso. Em tons mais claros e luminosos, como o lilás, torna-se mágica e mística.

Rosa Tímido, romântico, intimista, o Rosa é a cor feminina por excelência, com pouca vitalidade e exprimindo afeição e afetuosidade. Sugere intimidade.

Marrom É a cor mais realista, segundo alguns estudiosos é a cor que representa a justiça. Não sendo brutal ou vulgar, evoca a vida sã e cotidiana. Neutra por excelência, a medida que vai escurecendo adquire as características do Preto.

Pastel A característica de abrandamento e a afabilidade das cores das quais se origina. Os tons Pastel são a representação das coisas que se encontram dentro da solidão e do foro íntimo.

Cores Psicodinâmica e Utilização

Significado Psicológico das Cores.

As cores também representam sabor e podem causar a sensação de perfume:

Ácido: Amarelo, Verde ou Amarelo Esverdeado.

Doce: Amarelo Ocre, Laranja até o Vermelho

Amargo: Azul Marinho, Marron, Verde Oliva

Salgado: Azul Cian, Verde Claro

Picante: Vermelho, Laranja,

Perfumado: Violeta, Lilás, Azul Cerúleo ou de acordo com a qualidade do perfume

Silvestre: Azul, Verde

Os maiores contrastes ou as cores que se mostram mais:

- Preto sobre Amarelo
- Branco sobre Verde
- Verde sobre Branco
- Branco sobre Preto
- Vermelho sobre Branco
- Vermelho sobre Amarelo
- Azul sobre Branco
- Preto sobre Azul
- Branco sobre Azul
- Vermelho sobre Azul
- Amarelo sobre Preto
- Azul sobre Vermelho
- Branco sobre Vermelho
- Verde sobre Vermelho
- Vermelho sobre Verde

Plano de Voo

Fundamentos da Comunicação Visual

- o que é comunicação visual
- elementos básicos da comunicação visual
- cores, psicodinâmica e utilização
 - O disco de Wundt
 - RGB e CMYK
 - Psicodinâmica de cores em comunicações e propaganda
 - As cores e a Idade
 - As combinações preferidas
 - Significado Psicológico das cores

Teorias da Percepção Visual

- Os tipos de percepção
- Inferencia Inconsciente
- Psicologia Ecológica
- Gestalt e as leis de percepção
 - Proximidade
 - Similaridade
 - Fechamento
 - Simetria
 - Simplicidade
 - Continuidade

Teorias da Percepção Visual

Os Tipos de percepção

- * Percepção de formas;
- * Percepção de faces e emoções associadas. Um tipo especializado de percepção de formas;
- * Percepção de relações espaciais, que envolve profundidade, orientação e movimento;
- * Percepção de cores; (ou visão em preto e branco)
- * Percepção de intensidade luminosa.

Teorias da Percepção Visual

Inferência inconsciente

Hermann von Helmholtz é frequentemente citado como o fundador do estudo científico da percepção visual. Helmholtz sustentava que a visão é uma forma de inferência inconsciente: visão é uma questão de derivar uma interpretação provável a partir de dados incompletos.

Inferência requer suposições prévias sobre o mundo: dois fatos que sabidamente são assumidos no processamento de informações visuais é que a luz vem de cima e que objetos são vistos de cima e não de baixo. O estudo de ilusões de óptica (casos em que o processo de inferência falha) lançaram muita luz sobre que tipo de informações são presumidas pelo sistema visual.

Psicologia ecológica

O psicólogo James J. Gibson desenvolveu um modelo teórico da visão que difere radicalmente do de Helmholtz. Gibson considera que há percepção visual suficiente em ambientes normais para proporcionar uma percepção verdadeira (percepção acurada do mundo). Gibson troca, em sua teoria, a inferência pela coleta de informações. Apesar da maior parte dos pesquisadores atualmente se sentirem mais próximos da teoria da inferência inconsciente de Helmholtz, as teorias de Gibson têm um papel importante na identificação do tipo de informação que está disponível ao sistema visual.

Teorias da Percepção Visual

GESTALT E A FORMA

A psicologia da Gestalt é um movimento que atua na área da teoria da forma. O design utiliza as leis da Gestalt o tempo todo, muitas vezes até de forma inconsciente. Ele ajuda as pessoas a assimilarem informações e entenderem as mensagens que são passadas. Este artigo visa explicar de forma detalhada o que é a Gestalt e como ela é aplicada no mundo do design gráfico e web design.

O que significa a palavra Gestalt?

Muita gente acha que é o sobrenome de algum psicólogo que teria fundado o movimento. Na verdade, é uma palavra de origem germânica que significa "forma" ou "figura". Outros nomes pra psicologia da Gestalt são Gestaltismo, psicologia da forma ou simplesmente Gestalt.

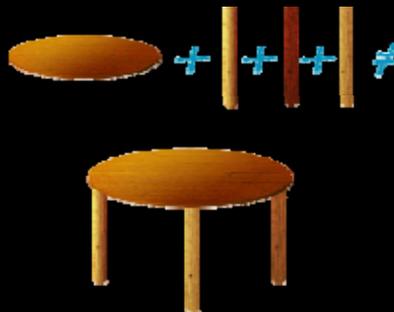
Embora esse movimento tenha sido fundado por Max Wertheimer, o conceito de Gestalt foi primeiro introduzido na filosofia e psicologia contemporânea por Christian von Ehrenfels. Outros nomes importantes da Gestalt são Kurt Koffka e Wolfgang Kohler.

Teorias da Percepção Visual

GESTALT E A FORMA

Qual é o princípio básico da Gestalt?

Em termos mais gerais, é o conjunto de entidades físicas, biológicas, fisiológicas ou simbólicas que juntas formam um conceito, padrão ou configuração unificado que é maior que a soma de suas partes. Ou seja, o princípio básico da teoria gestaltista é que o inteiro é interpretado de maneira diferente que a soma de suas partes.



Teorias da Percepção Visual

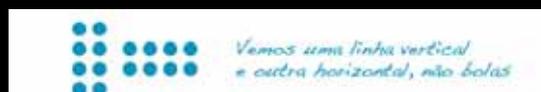
GESTALT E A LEIS DA PERCEPÇÃO

- Proximidade
- Similaridade
- Fechamento
- Simetria
- Simplicidade
- Continuidade

Teorias da Percepção Visual

A PROXIMIDADE

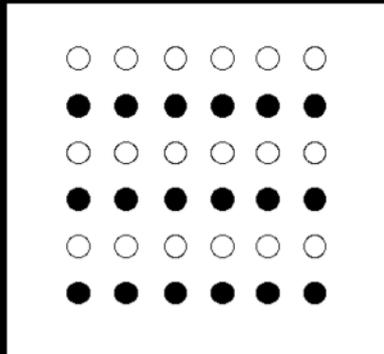
Os objetos mais próximos entre si são percebidos como grupos independentes dos mais distantes. Na figura abaixo há quatro grupos, sendo que os três grupos da direita ainda podem ser agrupados entre si, distinguindo-se do grupo da esquerda.



Teorias da Percepção Visual

A SIMILARIDADE

Objetos similares em forma ou tamanho ou cor são mais facilmente interpretados como um grupo. No desenho abaixo, os círculos brancos e pretos parecem se agrupar, mesmo que a distância entre as fileiras sejam iguais.



Teorias da Percepção Visual

O FECHAMENTO

Elementos são agrupados se eles parecem se completar. Ou seja, nossa mente vê um objeto completo mesmo quando não há um. Nossos cérebros adicionam componentes que faltam para interpretar uma figura parcial como um todo.



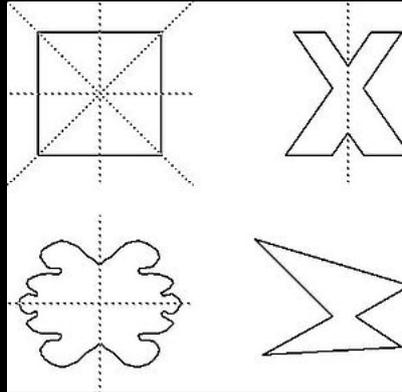
O que foi desenhado: []

O que vemos: [■]

Teorias da Percepção Visual

A SIMETRIA

Elementos simétricos são mais facilmente agrupados em conjuntos que os não simétricos. Na figura abaixo as duas figuras da esquerda, simétricas são mais facilmente percebidas como um grupo, que o par da direita, em que uma das figuras não é simétrica.



Teorias da Percepção Visual

A SIMPLICIDADE OU SIMPLIFICAÇÃO

Ela dita que objetos em um ambiente são vistos da forma mais simples possíveis. Quanto mais simples, mais facilmente é assimilada.

O que vemos:

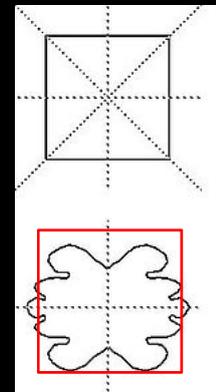


(várias circulas)

O que não vemos:



(forma complexa)



Teorias da Percepção Visual

A CONTINUIDADE

Uma vez que um padrão é formado, é mais provável que ele se mantenha, mesmo que seus componentes sejam redistribuídos. Essa lei dita que pontos que estão conectados por uma linha reta ou curva, são vistos de maneira a seguirem um caminho mais suave. Em vez de ver linhas e ângulos separados, linhas são vistas como uma só.



A continuidade também pode ser aplicada a textos (padrões de formatação, links, títulos) a boa continuidade em um texto torna mais simples a leitura e identificação de caminhos.

Visite: www.emvbase.com

Email: eric@emvbase.com

Twitter: @emvbase

Google: emvbase