

SKU – 050.049

Prestígio e excelência com o uso das cores



Utilizando as melhores cores para uma carreira de sucesso

Introdução ao tema de cores

Por meio das cores que cada indivíduo se sente atraído é possível detectar um pouco de seus desejos, emoções e traços de caráter. Isso ocorre por conta da simbologia da natureza que o subconsciente associa aos sentimentos.

As cores são comprimentos de onda que atravessam o olho e no cérebro essa onda é convertida em mensagens, elas influenciam o ser humano tanto em aspectos psicológicos quanto fisiológicos sendo excelentes ferramentas quando usadas estrategicamente.

Os objetos possuem pigmentos capazes de absorver algumas cores e refletir outras, estas cores refletidas são as que chegam nos olhos e são interpretadas.

Quando se estuda liderança, Marca Pessoal e Dress Code as cores são apresentadas de forma superficial sendo que se usadas de forma mais profunda elas se tornam uma poderosa ferramenta de Posicionamento Pessoal, Gestão Emocional e Estratégia de Vendas.

Neste artigo você terá um conhecimento mais aprofundado das cores que se usadas de forma correta serão um grande acelerador do seu sucesso.

Psicologia das cores

Desde crianças somos influenciados, seja positiva ou negativamente pelas cores, sendo assim, ter o conhecimento das formas que elas atuam nos indivíduos faz com que sejamos mais estratégicos em seu uso.

Cor é informação e através dela é possível compreender um pouco mais sobre atitudes, fraquezas, desejos e forças, pois ela está relacionada aos sentimentos (aspectos psicológicos).

O estudo das cores na comunicação e no Marketing é usado para gerar desejo nos consumidores de acordo com os objetivos estratégicos de cada empresa e na Imagem Pessoal o mesmo ocorre, afinal a busca inconsciente de todo ser humano é aceitação e pertencimento.

O significado das cores pode sofrer uma leve alteração de acordo com cada cultura, porém o azul claro sempre vai remeter ao céu, o verde das matas, o marrom da terra, o amarelo do sol, o vermelho do fogo, além de produzirem uma sensação de movimento.

As cores quentes como vermelho, amarelo e laranja remetem a movimento e energia, já as cores frias como azul, verde e violeta acalmam e trazem sensação leveza.

Comecei a estudar cores na faculdade de Comunicação Social, mas foi só na área de Consultoria de Imagem que me aprofundei mais no tema e percebi que o assunto era muito mais profundo do que me foi ensinado. Decidi estudar diversos aspectos psicológicos e físicos das cores até desenvolver um método que pudesse ser uma ferramenta de gestão das emoções, autoimagem e estratégia de posicionamento.

As cores possuem um papel fundamental em toda a vida existente, os animais silvestres por exemplo possuem pelagens que os permitem se camuflar em meio a natureza, algumas borboletas possuem cores tão fortes que quando abrem suas asas geram medo em seus predadores, algumas flores possuem cores que passam uma sensação de toxidade para se protegerem, o pavão por sua vez usa suas cores para atração e conquista. Na saúde vemos a cura pelas cores através da cromoterapia que alguns hospitais já utilizam.

Cada cor atua de forma diferente e pode produzir reações contraditórias dependendo de como forem usadas, da ocasião e da sua pureza de cor, o vermelho que dá força e ação pode atuar como vulgar ou brutal por exemplo dependendo da forma que for usado.

Teóricos das cores classificam e diferenciam as cores em primárias (vermelho, amarelo, azul), secundárias (laranja, verde, violeta), terciárias que são a derivação da mistura das cores primárias e secundárias, branco e preto que não consideradas cores verdadeiras, mas são tão importantes quanto as demais.

Em diversas pesquisas realizadas o azul é o eleito como a cor preferida. Ele está associado ao céu, a confiança, integridade, diplomacia, equilíbrio e conservadorismo. Por ser uma cor fria está associada ao distanciamento, tecnologia, razão, lógica, estimula a comunicação racional e proporciona uma capacidade maior de raciocínio e ideias. Quem usa essa cor está transmitindo conhecimento e é uma forma elevada da alma se expressar, porém, quem tem autoestima baixa o tom mais claro pode potencializar a introspecção e quadros de depressão.

O **verde** simboliza a mata, a cor do equilíbrio, flexibilidade, regeneração, segurança, esperança e tranquilidade, mas também o conservadorismo e persistência. Quem usa verde tende a ser um excelente ouvinte, sensível em seus sentimentos, porém com força para ajudar. Cuidado com os tons cítricos que remetem a algo capcioso, opte por tons médios.

Amarelo é símbolo de dinamismo, inteligência, clareza de raciocínio, sabedoria, simpatia, alegria, ambição e liderança. Quem se veste com essa cor possui confiança em si e mostra que a sua inteligência está predominando e não o emocional. Cuidado com tons muito vibrantes e o uso em excesso pois podem ser irritantes.

O **laranja** refere-se ao dinamismo, à saúde e vitalidade, simboliza a cordialidade, mostra confiança em si, amizade, é mobilizadora e enfatiza o relacionamento e troca entre as pessoas. É uma ótima cor para quando desejar interagir com as pessoas e mostrá-las que são queridas. Quem usa muito essa cor ou tem um apego a ela pode simbolizar apego a velhos padrões mentais.

Vermelho é a cor da paixão, do fogo, da ação, coragem, energia. Ele é símbolo do poder, mas o seu uso em excesso ou apego forte a cor pode simbolizar que carrega raiva por algo e poderá sair do seu equilíbrio a qualquer momento. Se estiver com agitação ou nervoso não use essa cor, nesse caso opte por verde para acalmar-se.

A cor **rosa** é a mistura do vermelho com o branco por isso é muito menos intenso do que o vermelho, ele representa o amor desapegado, carinho, paciência, simpatia, romantismo, estimula o feminino e inspira as pessoas. É indicado para lidar com pessoas em momentos difíceis, porém se usado em demasia ou em sua cor mais profunda (pink) pode gerar ingenuidade e infantilidade.

Violeta é a cor mais penetrante e relaxante do espectro de cores, simboliza o final do por do sol que é o término de um ciclo de energia, é a cor da interiorização, iluminação interior, espiritualidade, nobreza, místico, ela representa o senso artístico e filosófico, excelente cor para expressar criatividade. Quem usa essa cor ou se sente atraído por ela está em um nível mais elevado mental e espiritual, sentindo a necessidade de ajudar outras pessoas.

Marrom é da terra e simboliza constância e segurança, por isso mostra desapego e em exagero pode simbolizar conformidade, submissão e passividade. Quem se veste com essa cor pode demonstrar sede por justiça, discricção, senso profundo de colaboração, mas não é a cor dos líderes.

Preto é a noite, o escuro, a ausência de cores e de luz, também é a cor do mistério, sofisticação, seriedade, autoridade e poder. Usada sozinha pode transmitir distanciamento e o apego a essa cor tende a demonstrar que está se defendendo de aborrecimentos e carrega uma rebeldia secreta.

Em contraposição o **branco** é a luz, o dia, é a soma de todas as cores luz. Simboliza transparência, honestidade, credibilidade, pureza, renovação, inocência, ordem, projeto alto status social e ultrapassa barreiras e preconceitos. Quem se sente atraído por essa cor mostra uma mente clara e compreensiva, é a cor da energia mais elevada do universo.

Cinza também é a ausência de luz como o preto, mas com certa claridade por ter uma parte de branco em sua composição. É a cor da modéstia, maturidade, submissão, funcionalidade

e segurança. Quem usa essa cor mostra que precisa se resguardar por que não está vendo cores em sua vida, mas quem rejeita essa cor demonstra um espírito que foge da depressão.

Os **metalizados** também são considerados cores como o **prata** que é mais casual, moderno e associado a tecnologia, ele é menos ostensivo que o **dourado** que por sua vez simboliza outro, riqueza, espiritual, poder e orgulho mas em excesso transmite ambição e cobiça.

Cores da estética a estratégia

Observando as cores das roupas é possível saber um pouco mais sobre as emoções e intenções de cada indivíduo e de si próprio. Nem sempre é fácil enxergar os sentimentos e intenções que se escondem atrás da personalidade, mas quanto mais as pessoas conhecerem sobre si e suas intenções inconscientes e conscientes mais infortúnios serão evitados.

Quem não souber utilizar o efeito da simbologia das cores na sua imagem, será sempre ultrapassado por aqueles que possuem esse conhecimento.

A cor em um traje não possui o mesmo efeito do que uma cor de uma parede, uma obra de arte ou um produto por isso o estudo das cores na imagem e marca pessoal é de grande relevância.

O estudo das cores como você pode ver vai muito além da harmonia estética, embora essa não possa ser descartada. Quando comecei a realizar e ampliar meus atendimentos de teste de Coloração Pessoal (teste realizado de forma presencial ou on-line que encaixa as pessoas em cartelas de cores de acordo com as suas características) percebi que este método estava colocando as pessoas em caixas padronizadas, então intensifiquei ainda mais meus estudos sobre as cores.

Ter uma cartela de cores personalizada com suas cores extraídas do seu DNA é único, através delas é possível saber suas cores de equilíbrio e de harmonia estética. Porém no ambiente de trabalho é preciso estratégia e foi pensando no uso estratégico da cor que surgiu o método Color Life.

O primeiro passo é saber qual é o seu contraste, ele se caracteriza pela comparação de claridade entre pele, olhos e cabelo. Se a maioria dos elementos forem claros ou escuros a pessoa é caracterizada com baixo contraste, se forem muito distintos (pele clara, olhos e cabelos escuros) é alto contraste, já se os tons forem próximo é considerado contraste médio.

O contraste baixo mostra mais acessibilidade na imagem, porém se essa harmonia for repetida na roupa em tons claros a pessoa pode transmitir ingenuidade e fraqueza.

O contraste alto por sua vez mostra uma pessoa reservada e firme em seus ideais, competente, se essa harmonia também estiver presente na roupa a pessoa irá comunicar formalidade, credibilidade e muita autoridade.

Para quem deseja transmitir acessibilidade e credibilidade o ideal é optar pelo contraste médio com cores que não são nem muito claras e nem muito escuras, evitar estampas extravagantes e chamativas pois elas são extremamente informais, dependendo do cargo poderá passar uma mensagem de desleixo.

As cores influenciam tanto quem as usa como quem as vê, por isso o uso inteligente das cores coloca uma pessoa muitos passos à frente.

Ao utilizar mais de uma cor é importante observar qual cor estará em maior evidência, pois a mensagem principal será a partir dela, as demais serão um complemento da mensagem.

Considerações Finais

Ao utilizar as cores é importante saber que elas possuem efeitos psicológicos que auxiliam na autoimagem e também na comunicação subliminar emitida para as outras pessoas. Antes de vestir qualquer roupa a reflexão sobre como a pessoa deseja se sentir, qual mensagem deseja projetar e qual resultado busca é de extrema relevância para uma carreira de prestígio.

Informações do Autor

Carol Nogueira

É especialista em Imagem e Marca Pessoal Comportamental, graduada em Marketing pela ESAMC, Técnico em Estilismo e Coordenação de Moda pelo SENAC, Psicanálise com Linguagem do Corpo pelo Instituto Cristina Cairo, Morfopsicologia por Julian Gabarre e Microexpressão facial por Dr. Freitas Magalhães entre outras especializações como Visagismo e Fisiognomonia.

Para Carol, a identidade de uma pessoa é uma Marca Pessoal que vai além da aparência, ela precisa estar conectada a essência e valores, isso inclui a sua fisiologia, personalidade e comportamento.

Com essa determinação, Carol desenvolveu seu próprio método ao conectar consultoria de imagem e análise comportamental psicanalítica que possibilita a pessoa usar a sua Marca Pessoal de forma estética e estratégica para atingir resultados lucrativos.

Carol tem entre seus clientes empresários e instituições como Hyperapharma, Shopping Cidade Jardim, Resound GN, Camicado, SBTB, Mustela, Reckitt Benckiser e Boehringer Ingelheim

carolnogueira@carolnogueira.site

Direitos Autorais

O conteúdo deste artigo é de inteira propriedade do “Autor”, e seus respectivos direitos autorais são protegidos pela Lei 9.610 de 19.02.1998. Qualquer uso, divulgação, cópia ou disseminação de todo ou parte deste material sem a citação da fonte, são expressamente proibidos.

Responsabilidades Autorais

Adicionalmente além dos direitos da posse do conteúdo, também incide sobre o “Autor” os deveres e responsabilidades sobre sua criação de conteúdo. Este artigo é de inteira responsabilidade do “Autor” e pode não refletir necessariamente a linha educacional, conceitual, ideológica ou programática da SBTB – Sociedade Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento.

Key Words deste Artigo (em ordem alfabética)

- Dress Code
- Imagem Pessoal
- Linguagem Visual
- Marketing Pessoal
- Psicologia das Cores

