

Os tons do planeta

POR AILIM CABRAL

Diferentes tons de azul, verde e marrom estão entre as principais tendências de cores nos dias atuais — previstas também para os próximos anos. E não é uma coincidência que sejam esses os tons predominantes que vemos ao observar o planeta Terra do espaço. As cores que nos remetem ao meio ambiente e à natureza estão em alta, e isso revela muito do que a sociedade está pensando, sentindo e, até mesmo, desejando.

Aparecendo em roupas, maquiagens, móveis, objetos de decoração, cabelos e em todo tipo de bem de consumo, a preferência pelas cores chamadas naturais, que são mais próximas dos tons existentes na natureza, demonstra que as pessoas estão buscando uma maior conexão com o mundo real. As preocupações com o meio ambiente e com uma vida mais sustentável também são reflexões que inspiram a adoção dessas tonalidades.

E, ao mesmo tempo em que vemos o que está em alta, aparecendo na televisão, nos desfiles de moda e nos salões de design e mobiliário, por exemplo, e nos inspiramos para trazer essas cores para nossa realidade, o contrário também ocorre. Os segmentos da indústria se inspiram no que as pessoas estão sentindo e buscando e, assim, esse ciclo se retroalimenta.

Existem no mundo diversas plataformas e institutos dedicados a prever o que estará em alta de acordo com os sentimentos mais predominantes na sociedade, seja em um universo mais amplo, como no mundo, seja nos mais micro, como países e cidades.

A partir de análises de comportamento que englobam diversos aspectos — sobretudo os mais subjetivos, indo desde moda e beleza até questões socioeconômicas —, são previstas as cores que atrairão o consumidor, por estarem mais de acordo com o seu estado emocional.

O espírito do tempo

Uma das “cores do ano” mais famosas é a da Pantone, que influencia criações artísticas, de produtos e todo tipo de conteúdo ao redor do mundo. Segundo o Pantone Color Institute, a escolha consi-

Marcia valadaoo/Suvinil



dera uma cor que capture o zeitgeist — termo alemão que significa “espírito do tempo” — global, expressando um mood e uma atitude mundiais, refletindo o desejo coletivo na forma de uma única cor distinta.

Para fazer essa escolha, segundo Blanca Lliahnne, expert em Cores Pantone, são feitos estudos ininterruptos há 27 anos, desde a primeira ação Cor do Ano. Nesse trabalho, são realizados levantamentos de tendências, comportamentos e uma visão macro de mundo embasada em todos os aspectos humanos.

Blanca destaca a moda, o entretenimento, a visão política, os grandes eventos de escala global, as premiações teatrais e de cinema, as Olimpíadas, as Copas do Mundo, as séries mais famosas e todo o tipo de acontecimentos que viram todas — ou pelo menos a maioria — as cabeças do mundo naquela direção.

“Analisamos também os aspectos socioeconômicos e culturais e qualquer elemento da sociedade que seja capaz de influenciar a direção para a qual estamos olhando. E neste momento, os eventos naturais e