

Home / Nosso café com marketing / **Very Peri, a cor do ano 2022**

Very Peri, a cor do ano 2022

Clotilde Perez

10:32 / 23 dezembro 2021



As cores são signos extremamente potentes tanto para expressar emoções, impactar nossas percepções e gerar sensações, quanto para inspirar ideias. Atuam fisiologicamente afetando nossos sentidos e encontram na cultura novas camadas de significado à que são adicionadas as experiências individuais que temos com cada uma das cores. São signos complexos que atuam na sobreposição das dimensões fisiológicas, culturais e psicológicas.

Há mais de duas décadas o Pantone Color Institute, criado pela empresa americana Pantone, uma referência mundial na pesquisa, produção e divulgação de cores, anuncia no final do ano, a chamada “cor do ano” para o próximo período e, neste momento, divulgou Very Peri (Pantone 17-3938) como a cor do ano 2022. Baseada em pesquisas globais que integram observação e análise nos mais diversos campos do conhecimento e de expressão, passando pela moda, design, literatura, cinema, arquitetura e diversas indústrias que pautam e influenciam nossos sentidos no cotidiano das grandes capitais, a cor do ano é uma referência inspiradora para os mais diversos processos criativos.

Very Peri é nome atribuído pela Pantone a um lilás mais escurecido, uma cor nova no catálogo, com por isso, guarda as características das cores que lhe dão origem, o vermelho e o azul, em proporções distintas e constrói novas possibilidades de significação. A cor vermelha misturada com a azul gera a cor roxa; assim, Very Peri expressa uma mistura que contém proporcionalmente mais azul e um pouco de vermelho, para chegar a tonalidade lilás escuro. A cor azul é signo de austeridade, profundidade, sobriedade e segurança, por isso é a cor preferida do ocidente há décadas. À este contexto expressivo da cor azul, adiciona-se a intensidade

energética e eufórica da cor vermelha. O resultado é uma cor que acolhe, acalma e favorece a imaginação, principalmente em suas variações claras. Na moda deve seguir forte, tanto em usos uniformes próprios da monocromia quanto em combinações com diferentes tonalidades das cores laranja, verde e rosa. No design de interiores, Very Peri tanto cabe na cobertura das paredes, quanto em objetos integrados a ambientes naturais, especialmente jardins naturais ou não, por fazer ótimo diálogo com as distintas possibilidades expressivas da cor verde. No design gráfico é uma ótima cor para se espalhar e se amalgamar com distintas cores e tonalidades, favorecendo a abertura à imaginação inovativa.

Veri Pery chega ainda em um mundo pandêmico, mas que já dá sinais de aberturas e algum convívio social, com isso, é uma ótima cor para abrigar a euforia, ainda que contida, da retoma de caminhos antes suspensos e o anúncio de uma nesga de possibilidade de fantasiar e sonhar com algum futuro.



Clotilde Perez

Professora universitária, pesquisadora, consultora e colunista brasileira, é titular de semiótica e publicidade da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo, concentrando seus estudos nas áreas da semiótica, comunicação, consumo e sociedade contemporânea. Ela é fundadora da Casa Semio, primeiro e único instituto de pesquisa de mercado voltado à semiótica no Brasil, já tendo prestado consultoria nessa área para grandes empresas nacionais e internacionais, conjugando o pensamento científico às práticas de mercado. Ela apresenta palestras e seminários no Brasil e no mundo sobre semiótica, suas aplicações no mercado e diversos recortes temáticos em uma perspectiva latino-americana e brasileira em diálogo com os grandes movimentos globais.