

A NEUROARQUITETURA COMO MECANISMO PARA MELHORIA DO AMBIENTE DE TRABALHO COM USO DA PSICOLOGIA DAS CORES

NEUROARCHITECTURE AS A MECHANISM FOR IMPROVING THE WORK ENVIRONMENT THROUGH THE USE OF COLOR PSYCHOLOGY

CUNHA, Thiago da Silva¹, ADAMCZUK, Clodoaldo²

Recebido em 02 de Nov. de 2023; Aceito em 12 de Nov. de 2023; Disponível *on line* em 05 de dezembro de 2023.

RESUMO: As cores exercem uma influência notável, muitas vezes de forma inconsciente, sobre a percepção e o comportamento das pessoas. Este estudo tem como objetivo investigar a aplicação da neuroarquitetura e seus efeitos no ambiente de trabalho por meio do uso da psicologia das cores. Além disso, destacará como as cores desempenham um papel crucial no sucesso ou fracasso de uma organização, bem como em sua capacidade de motivar ou desmotivar os colaboradores. Conscientes de que as cores têm o poder de moldar percepções e influenciar ações, esta pesquisa busca fornecer orientações valiosas para as organizações ao abordar a utilização estratégica das cores em seus espaços, com o objetivo de promover um equilíbrio ideal e, consequentemente, impulsionar a produtividade de forma positiva. Vale ressaltar que este estudo é fundamentado em pesquisa bibliográfica e análise exploratória com abordagem qualitativa, juntamente com o método hipotético-dedutivo. Em resumo, os resultados evidenciam que as cores desempenham um papel de destaque e frequente no ambiente em que se vive, e, portanto, é imperativo refletir sobre sua importância e considerar sua aplicação nas organizações. Essa influência não se restringe apenas ao público externo, mas também se estende diretamente aos colaboradores, tornando a compreensão e aplicação das cores uma consideração crítica para o sucesso de uma organização.

Palavras-chave: Cores; Organização; Colaboradores; Influência; Comportamento.

ABSTRACT: Colors exert a noticeable influence, often unconsciously, on people's perception and behavior. This study aims to investigate the application of neuroarchitecture and its effects on the work environment through the use of color psychology. In addition, it will highlight how colors play a crucial role in an organization's success or failure, as well as its ability to motivate or demotivate employees. Aware that colors have the power to shape perceptions and influence actions, this research seeks to provide valuable guidance to organizations when addressing the strategic use of colors in their spaces, with the aim of promoting an ideal balance and, consequently, boosting productivity in a positive way. It is worth mentioning that this study is based on bibliographic research and exploratory analysis with a qualitative approach, along with the hypothetical-deductive method. In summary, the results show that colors play a prominent and frequent role in the environment in which one lives, and, therefore, it is imperative to reflect on their importance and consider their application in organizations. This influence is not only restricted to the external public, but also extends directly to employees, making the understanding and application of colors a critical consideration for the success of an organization.

Keywords: Colors; Organization; Employees; Influence; Behaviour

1 INTRODUÇÃO

A neuroarquitetura é um campo de estudo interdisciplinar que combina princípios de arquitetura, neurociência e psicologia para entender como o ambiente físico pode afetar o bem-

¹ Acadêmico do curso Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Direito de Alta Floresta (FADAF); Contato: thiagoscunha14@hotmail.com

² Professor orientador; Doutorando em Educação; Mestre em Educação; Especialista em Didática do Ensino Superior, Psicopedagogia Institucional e Clínica, Neuropsicopedagogia, Linguística Aplicada ao Ensino da Língua Portuguesa e Literatura Brasileira, Psicologia da Educação e Políticas Sociais de Enfrentamento à Violência Sexual Contra Crianças e Adolescentes; Graduado em Letras e Pedagogia. Contato: professorclodoaldo20@gmail.com.

estar humano. No contexto do ambiente de trabalho, a neuroarquitetura busca projetar espaços que promovam a produtividade, o conforto e a saúde mental dos funcionários. Um dos elementos-chave na neuroarquitetura é a psicologia das cores, que examina como diferentes cores podem influenciar nossas emoções, comportamentos e percepções. As cores têm o poder de estimular diferentes áreas do nosso cérebro e desencadear reações fisiológicas e psicológicas específicas.

No ambiente de trabalho, a escolha das cores pode desempenhar um papel crucial na criação de um ambiente propício à produtividade e ao bem-estar dos colaboradores. Por exemplo, tons de azul são conhecidos por transmitir uma sensação de calma e tranquilidade, o que pode ajudar a reduzir o estresse e aumentar o foco. Por outro lado, cores como o amarelo e o laranja podem estimular a criatividade e a energia.

Além disso, a psicologia das cores também considera a combinação e o contraste entre as cores. Por exemplo, o uso de cores complementares pode criar um equilíbrio visual e promover uma sensação de harmonia no ambiente de trabalho. É importante ressaltar que a escolha das cores deve levar em conta a natureza específica do trabalho realizado no ambiente, bem como as preferências individuais. O objetivo é criar um ambiente que seja funcional, estimulante e agradável para os colaboradores.

A neuroarquitetura se concentra em criar espaços que sejam mais saudáveis e propícios ao desempenho humano, o que pode melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores e, por extensão, a sociedade como um todo. A aplicação da psicologia das cores pode tornar os espaços de trabalho mais agradáveis e estimulantes, contribuindo para um ambiente socialmente mais saudável e produtivo.

Compreender como as cores afetam o estado emocional e cognitivo das pessoas pode permitir que os trabalhadores personalizem seus espaços de trabalho para melhor atender às suas necessidades pessoais e preferências, além de poder ter um impacto direto em sua saúde mental, níveis de estresse e satisfação no trabalho. Além disso, as descobertas da neuroarquitetura podem ser aplicadas em outros espaços pessoais, como casas, para criar ambientes mais saudáveis e agradáveis.

A pesquisa nesse campo contribui para o avanço do conhecimento sobre como os ambientes físicos afetam o comportamento e o bem-estar humano. Visto que, publicar um artigo acadêmico sobre esse tema pode contribuir para a literatura existente, fornecendo novas perspectivas, dados empíricos e recomendações práticas. Portanto, um artigo sobre neuroarquitetura e psicologia das cores no ambiente de trabalho pode ser relevante em várias

dimensões, influenciando a sociedade, melhorando a experiência pessoal dos trabalhadores e contribuindo para o avanço do conhecimento acadêmico.

Esse tema foi escolhido para mostrar que todos ambientes de trabalho, onde se passa grande parte do tempo da vida humana devem ser estudados de tal forma que ajude e proporcionem melhores experiências. Embora pouco explorada, a psicologia das cores faz parte da nova ciência da ergonomia, essa ciência é de grande importância para todos, pois está presente não só em ambientes mais também em equipamentos, ou seja, participa do cotidiano humano.

Ao estudar a aplicação das cores na comunicação e no marketing é possível conhecer sua potência psíquica e aplica-la como poderoso fator de atração e sedução para identificar as mensagens subliminares emitidas para os colaboradores e clientes das organizações sobre todas as formas. Sejam utilizadas com objetivo de criar uma atmosfera adequada, estimular a concentração e a criatividade, estimular os rendimentos no trabalho, ou estimular as vendas, fazendo com que as tarefas fluam mais rapidamente e sejam mais gratificantes.

Em suma, a neuroarquitetura, em conjunto com a psicologia das cores, oferece uma abordagem holística para a criação de um ambiente de trabalho que promova o bem-estar mental, a produtividade e a satisfação dos funcionários. Ao considerar cuidadosamente o uso das cores no design de espaços de trabalho, é possível criar um ambiente mais propício ao desempenho e ao conforto dos colaboradores.

Diante do apresentado, considerando a importância da neuroarquitetura e da psicologia das cores, decidiu-se realizar o presente estudo com a seguinte pergunta de pesquisa: Como a psicologia das cores pode melhorar o ambiente laboral? Sendo assim, esse estudo teve como objetivo principal investigar a aplicação da neuroarquitetura e seus efeitos no ambiente de trabalho por meio do uso da psicologia das cores, juntamente com os objetivos específicos, sendo eles: perceber o impacto da psicologia das cores no cotidiano dos obreiros; identificar os conceitos fundamentais da neuroarquitetura e psicologia das cores, relacionando-os com o ambiente de trabalho; evidenciar a importância da psicologia das cores no bem-estar do ambiente de trabalho.

2 METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa exploratória e bibliográfica de natureza qualitativa, utilizou-se do método hipotético-dedutivo, a qual permitiu a investigação dos diferentes tipos de pesquisa científica e suas técnicas, por meio do levantamento de informações em fontes

literárias confiáveis. O objetivo é exploratório e o procedimento é bibliográfico. Foram adotados critérios rigorosos para a seleção das fontes de informação. O principal critério que foi considerado é a relevância do conteúdo para o tema em questão, que trata da neuroarquitetura das cores. Nesse sentido, foram incluídas apenas bibliografias que abrangeram de forma ampla e consistente os assuntos relacionados ao tema. Dessa forma, foram buscados artigos científicos, livros, dissertações e teses que abordaram o tema em questão de forma aprofundada e com embasamento teórico consistente.

Em relação ao método hipotético-dedutivo que foi o meio utilizado na pesquisa, ele consiste em uma abordagem lógica usada na ciência para formular e testar teorias científicas. Ele é baseado na proposição de hipóteses, dedução de consequências a partir dessas hipóteses e teste empírico dessas consequências. De acordo com Fernandes (2016):

O método hipotético-dedutivo é amplamente utilizado na metodologia dos artigos científicos. Esse método envolve a formulação de hipóteses, que são suposições ou conjecturas que podem ser testadas através da coleta de dados empíricos. A partir desses dados, são feitas deduções lógicas que permitem confirmar ou refutar a hipótese inicial. Esse processo de dedução e teste empírico é fundamental para a construção do conhecimento científico e para a produção de resultados confiáveis e replicáveis. (FERNANDES, 2016, p. 20)

Neste texto, nos concentramos em dois métodos específicos: o exploratório e a pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa. O método exploratório é uma abordagem que busca proporcionar uma visão mais ampla e aprofundada do objeto de estudo, possibilitando a identificação de variáveis importantes que serão utilizadas em pesquisas posteriores. Segundo Gil (2002, p. 43), "a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses". Assim, foram realizadas buscas em bases de dados científicos, tais como a Scielo e a Pubmed, bem como em bibliotecas universitárias e acervos especializados como o Google Scholar, Scopus, Web of Science, e outras. Além do mais, a pesquisa seguiu uma abordagem qualitativa que é um método no qual se baseia na análise crítica da literatura existente sobre o tema de interesse. Segundo Triviños (2008, p. 132), "a pesquisa bibliográfica é uma atividade de pesquisa que consiste na busca, seleção e interpretação crítica de documentos que contenham informações acerca de determinado tema". É um método que utiliza fontes de informação como livros, artigos científicos, teses e dissertações para fundamentar a análise e discussão dos resultados obtidos.

3 A NEUROARQUITETURA E A PSICOLOGIA DAS CORES

3.1 Neuroarquitetura – Origem concepção e definições

As origens e a concepção da Neuroarquitetura remontam a pesquisas pioneiras feitas na década de 1980 por arquitetos e neurocientistas, que começaram a investigar os efeitos dos ambientes físicos no cérebro humano. Segundo Paixão (2015) a neuroarquitetura nasceu da necessidade de entender o impacto da arquitetura e do design no bem estar humanitário, é um campo interdisciplinar que reúne os conhecimentos da neurociência e da arquitetura. Essa abordagem examina a relação entre a arquitetura e o funcionamento do cérebro humano, com o objetivo de construir ambientes que promovam o bem-estar físico, emocional e cognitivo. Para chegar a esse objetivo, a Neuroarquitetura considera componentes arquitetônicos como distribuição de espaços, iluminação, acústica e, principalmente o uso da psicologia das cores.

Segundo Bencker (2016), a Neuroarquitetura condiz da seguinte forma:

A neuroarquitetura traz métodos capazes de interpretar a influência dos ambientes construídos, e as intervenções que podem afetar o organismo humano, tal como o humor, disposição agitação, capacidade, interação e motivação, além de buscar elementos para suprir as necessidades físicas, psicológicas e emocionais dos indivíduos. A Neuroarquitetura leva em consideração o ser humano, e avalia se o espaço construído é apropriado para que o indivíduo consiga realizar suas atividades com bom desempenho e sem prejudicar sua saúde, elevando sua motivação e interação. (BENCKER, 2016, p.04).

Já Paiva (2018) discorre, que a neuroarquitetura é sobre a união de duas ciências exatas; a neurociência e a arquitetura, que através de ferramentas comprovadas, nos dão justificativas biológicas para mudanças comportamentais provocadas pela influência de espaços bem ou mal projetados, que nos ocasionam ou não, sentimentos como estresse, ansiedade, felicidade, bem-estar, mal-estar, aconchego, alegria, tristeza, animação, entre vários outros.

Além disso, sendo uma junção da neurociência e da arquitetura, a Neuroarquitetura tende a incentivar os sentidos a trazer diferentes sensações e percepções de acordo com o ambiente e o espaço. E busca entender os efeitos causados no cérebro humano e como isso afeta no comportamento do indivíduo em questão, a partir de ambientes humanizados, levando a uma melhoria na qualidade de vida dos usuários (Stechechen, 2019). Por meio do emprego específico de iluminação, ventilação, acústica, texturas, cheiros, formas e cores, o cérebro cria sinapses e o corpo libera hormônios que provocam inúmeros sentimentos de bem-estar e liberdade (Paiva, 2018).

Para Nogosek (2020) a neuroarquitetura é uma abordagem que busca entender a relação entre a arquitetura e o cérebro humano, explorando como o design do ambiente físico pode afetar nossas emoções, comportamentos e bem-estar. Essa abordagem baseia-se na ideia de que nosso cérebro está constantemente processando informações sensoriais do ambiente ao nosso

redor, e que essas informações têm um impacto significativo em nosso estado mental e emocional.

A pesquisa em neuroarquitetura tem demonstrado que diferentes elementos arquitetônicos, como a forma, a luz, o espaço, a textura e a cor, podem influenciar nossa cognição e experiência emocional. Por exemplo, estudos mostram que espaços abertos e iluminados podem promover a sensação de liberdade e relaxamento, enquanto ambientes estreitos e escuros podem causar desconforto e ansiedade (Nogosek, 2020).

Além destes fatores, há também a influência do design biofílico e das cores. A biofilia, procura ampliar o contato humano com a natureza como forma de promover uma melhor qualidade de vida às pessoas e quando aplicada em edificações e ambientes, pode possibilitar tranquilidade e produtividade, além de, estimular o aprendizado e a criatividade. Há a possibilidade de ser inserida com o auxílio de jardins verticais, telhados verdes e materiais naturais como a madeira e a pedra, por exemplo (Pires, 2021). As cores, por outro lado, são instrumentos poderosos em projetos que procuram combinar-se com os sentimentos dos usuários, causando neles emoções e sentimentos e até influenciando seu estado de espírito e humor. (Crizel, 2020).

Em concordância com isso, Stechechen (2019) acrescenta:

A neuroarquitetura é um conceito que utiliza pesquisas científicas da neurociência para comprovar como o cérebro reage a estímulos ambientais e às características do espaço físico, com o intuito de projetar locais que causem impactos positivos e que gerem qualidade de vida nas pessoas. Com base neste conhecimento científico é possível criar espaços que promovam melhor convivência entre as pessoas, deixando-as mais felizes, criativas, sociáveis e produtivas. Enfim, este conhecimento tem o objetivo de comprovar e mensurar, por meio de dados e pesquisas, os impactos dos ambientes sobre os homens, para compreender de que forma é possível projetar espaços melhores e mais assertivos. (STECHECHEN, 2019, p. 57).

Além do mais, é indispensável reavaliar ambientes que não estejam em harmonia com o bem estar do indivíduo, visto que, a intenção é garantir a criação de ambientes que sirvam de condutores por onde as emoções busquem o conforto (Nogosek, 2020).

3.2 A Psicologia das Cores

Em conjunto com a iluminação, é importante ter conhecimento sobre a psicologia das cores, um componente muito importante, mas que muitas vezes termina sendo excluído. Este fator é responsável por estimular efeitos ao ambiente de trabalho fazendo com que provoque a produção de melatonina, mais conhecida como o hormônio do sono, que resulta em diversas sensações diferentes e afeta positivamente ou impacta de forma negativa o conforto do usuário (Abrahão, 2019).

As cores estimulam o cérebro e possuem uma linguagem única, estão associadas de alguma forma com as memórias e experiências do indivíduo, sua cultura e a educação que recebeu e é por isso que essas combinações produzem linguagem que conseguem prejudicar direta ou indiretamente o comportamento humano. Assim como Heller (2015) diz:

[...] Nós conhecemos muito mais sentimentos do que cores. Por isso cada cor pode produzir muitos efeitos diferentes, e às vezes contraditórios. Um mesmo tom de vermelho pode ser erótico ou chocante, inoportuno ou nobre. Um mesmo verde pode parecer saudável, venenoso ou tranquilizante. Um amarelo, radiante ou pungente... Toda cor tem seu significado. Seu efeito é determinado pelo contexto, e as pessoas que trabalham com as cores deveriam conhecer a fundo estes contextos e efeitos. A relação entre as cores e nossos sentimentos demonstra que não se combinam por acaso, já que as associações entre ambas não são apenas questões de gosto, mas sim experiências universais que estão profundamente enraizadas em nossa linguagem e em nosso pensamento. (HELLER, 2015, p. 27).

Assim, as informações visuais captadas têm o poder de evocar uma variedade de sentimentos, como prazer, bem-estar, inquietação, harmonia e fidelidade, entre outras emoções. Essas informações não apenas afetam nossa razão e sentimentos, mas também estão intrinsecamente ligadas a contextos e efeitos, desempenhando um papel significativo na decoração de ambientes. Para Heller (2015):

[...] toda cor tem seu significado e seu efeito é determinado pelo contexto, associado com os sentimentos, mediante experiências universais, que estão profundamente enraizadas na linguagem e no pensamento. Ressalta ainda que as influências ambientais estimulam dons especiais e que uma cor aplicada com conhecimento gera benefícios. (HELLER 2015, p. 110).

É de suma importância analisar as cores e sensações que as mesmas ocasionam, pois cada coloração tem o poder de caracterizar o ambiente de diversas maneiras. Ao considerar o estudo de cores que o professor Max Luscher (2007) abrange em relação as sensações que as cores transmitem, nota-se que para remeter neutralidade psicológica, ou o desânimo bem como falta de confiança ou de energia utiliza-se a cor cinza. Em relação a sofisticação, glamour e a eficiência é alcançada através do preto. O marrom por sua vez expressa serenidade, calor, natureza, naturalidade e confiabilidade, mas também pode impactar na falta de humor e angústia. A cor amarela representa otimismo, confiança, autoestima, criatividade, por outro lado o medo, ansiedade e fragilidade. No que diz respeito ao vermelho, sua influência é ampla remetendo a força, coragem física, calor, energia, sobrevivência básica, agitação e estimulação. Os efeitos negativos surgem como impacto visual, tensão, agressão e desafio. O azul transmite a confiança, eficiência, serenidade, dever, inteligência, reflexão, frescor, calma e lógica, como sentimento negativo a frieza, altivez, antipatia e a falta de emoção. A cor verde está associada a reconforto, paz, equilíbrio, restauração, consciência mental, harmonia, amor universal e frescor como contrapartida o tédio, estagnação, desinteresse e abatimento.

A cor tem a capacidade de humanizar, despertar, criar, transformar e gerar sensações por meio da percepção visual. Em sua essência, a cor vai além de ser apenas um fenômeno ótico. Cada cor possui um significado único e todas têm o poder de causar um impacto específico em nosso cérebro, conforme pode ser observado no quadro abaixo:

Quadro 1: Psicologia das cores e sensações.

Cor	Descrição
Cinza	Neutralidade psicológica, ou o desânimo bem como falta de confiança ou de energia.
Preto	Sofisticação, glamour e a eficiência
Marrom	Expressa serenidade, calor, natureza, naturalidade e confiabilidade, mas também pode impactar na falta de humor e angústia.
Amarelo	Representa otimismo, confiança, autoestima, criatividade, por outro lado o medo, ansiedade e fragilidade.
Vermelho	Sua influência é ampla remetendo a força, coragem física, calor, energia, sobrevivência básica, agitação e estimulação. Os efeitos negativos surgem como impacto visual, tensão, agressão e desafio.
Azul	Transmite a confiança, eficiência, serenidade, dever, inteligência, reflexão, frescor, calma e lógica. Como sentimento negativo a frieza, altivez, antipatia e a falta de emoção.
Verde	Está associada a reconforto, paz, equilíbrio, restauração, consciência mental, harmonia, amor universal e frescor. Como contrapartida o tédio, estagnação, desinteresse e abatimento.

Fonte: Max Luscher (2007).

Embora esses sejam pressupostos universais em relação às cores, é crucial analisar e compreender os estímulos cromáticos, levando em consideração as percepções visuais daqueles que irão utilizar os espaços. Isso se deve ao fato de que existem memórias, aspectos visuais e culturais que devem ser avaliados em conjunto antes de tomar decisões sobre as escolhas cromáticas (Heller, 2015).

A aplicação da psicologia das cores na arquitetura envolve o uso estratégico de cores para criar ambientes que atendam a objetivos específicos. Por exemplo, em espaços de trabalho, pode ser benéfico usar cores que promovam a concentração e o foco, como tons de azul ou

verde. Em espaços destinados à criatividade e interação, cores mais vibrantes e estimulantes, como o amarelo ou o laranja, podem ser mais apropriadas (Abrahão, 2019).

Em resumo, a neuroarquitetura e a psicologia das cores são áreas interdisciplinares que buscam compreender como o ambiente físico e as cores podem afetar nosso bem-estar psicológico. A compreensão desses princípios pode auxiliar arquitetos, designers de interiores e profissionais relacionados a criar espaços que promovam emoções positivas, estimulem a produtividade e melhorem a qualidade de vida das pessoas que os habitam.

3.3 A Psicologia das Cores no ambiente de trabalho

As cores desempenham um papel fundamental no dia a dia da sociedade, sendo cuidadosamente planejadas quando o objetivo é atrair a atenção das pessoas (Holtzschue, 2011). A linguagem da cor é abrangente e tem a capacidade de atuar no subconsciente, estabelecendo conexões com outros momentos ou objetos que já estão armazenados na memória cerebral (Guimarães, 2000).

A partir desse ponto, mesmo que de maneira inconsciente, a mente humana reage de forma positiva ou negativa ao se deparar com uma combinação específica de cores. Nesse sentido, a cor pode ser descrita como uma sensação sensorial percebida, resultado da interação da luz com os olhos (Silveira, 2015).

As cores desempenham um papel fundamental na vida dos seres humanos, pois têm o poder de provocar uma variedade de estímulos. Farina et al. (2006) diz que com suas vibrações específicas nos sentidos das pessoas, as cores têm a capacidade de gerar sensações e reflexos sensoriais de grande relevância, além de atuarem como estimulantes nas emoções humanas.

As preferências pelas cores frequentemente são influenciadas por experiências vividas, pois certos momentos podem levar a preferir uma cor em vez de outra devido às recordações que ela evoca de algum momento passado. Farina et al. (2006) afirma que as cores representam estímulos que têm o poder de influenciar os indivíduos a desenvolverem preferências positivas ou negativas em relação a algo.

A psicologia das cores é um campo de estudo que explora como as cores podem influenciar nossas emoções, comportamentos e percepções. No ambiente de trabalho, a escolha

adequada das cores pode desempenhar um papel importante na produtividade, no bem-estar dos funcionários e na criação de uma atmosfera positiva (Heller, 2015).

De acordo com Abrahao (2019), aqui estão algumas maneiras pelas quais a psicologia das cores pode ser importante no ambiente de trabalho:

Influência emocional: As cores têm o poder de evocar diferentes emoções e sentimentos nas pessoas. Por exemplo, tons de azul e verde tendem a transmitir calma, tranquilidade e produtividade, enquanto cores mais quentes, como vermelho ou laranja, podem estimular a energia e a criatividade.

Estímulo cognitivo: Certas cores podem ter um impacto no desempenho cognitivo e na capacidade de concentração. Por exemplo, tons de verde podem melhorar a capacidade de atenção e foco, enquanto o amarelo pode estimular a criatividade e o pensamento inovador.

Identidade da marca: As cores são elementos cruciais na construção da identidade visual de uma empresa. Cores específicas podem ser associadas a certos valores e mensagens, transmitindo a personalidade e o propósito da empresa. Por exemplo, tons de azul podem evocar confiança e profissionalismo, enquanto cores vibrantes podem representar inovação e energia.

Influência na produtividade: A produtividade dos trabalhadores pode ser impactada diretamente pelas cores. Estudos demonstram que cores como azul e verde têm o potencial de aprimorar a capacidade cognitiva, concentração e eficiência. Essas cores são frequentemente empregadas em escritórios e espaços de trabalho para estimular a produtividade. Por outro lado, cores vibrantes e saturadas podem causar distração e fadiga visual. A aplicação dos princípios da psicologia das cores possibilita a criação de um ambiente que promova a produtividade e minimize distrações.

Bem-estar dos funcionários: Cores apropriadas podem contribuir para um ambiente de trabalho mais acolhedor e positivo, ajudando a reduzir o estresse e a fadiga. Por exemplo, tons de verde ou azul claro podem promover a sensação de relaxamento, enquanto cores neutras e suaves podem transmitir serenidade. Isso pode afetar diretamente a saúde mental e emocional dos funcionários, aumentando a produtividade e a satisfação no trabalho. (ABRAHÃO, 2019, p. 15).

Em suma, Silveira (2015) destaca que é essencial ressaltar que as preferências e associações com as cores podem variar de pessoa para pessoa, e a psicologia das cores é um campo complexo que abrange diversos fatores culturais, individuais e contextuais. No entanto, compreender as influências psicológicas das cores pode ser extremamente valioso para estabelecer um ambiente de trabalho harmonioso, estimulando a criatividade, o desempenho e o bem-estar dos colaboradores.

Além do mais, Silveira (2015) acrescenta que a psicologia das cores oferece uma série de benefícios significativos em diversas áreas, como marketing, design de interiores, publicidade e até mesmo na vida cotidiana das pessoas. Aqui estão alguns benefícios da aplicação da psicologia das cores:

Comunicação eficaz: As cores têm o poder de transmitir mensagens e despertar emoções de forma rápida e eficaz. Ao compreender as associações emocionais e culturais das cores, é possível usar essa linguagem visual para comunicar informações e sentimentos de maneira mais impactante. As cores podem ser usadas para criar identidade de marca, transmitir os valores de uma empresa e atrair a atenção do público-alvo.

Influência no comportamento do consumidor: A psicologia das cores desempenha um papel fundamental no marketing e na publicidade. As cores podem influenciar o

comportamento do consumidor, como suas decisões de compra e percepção de uma marca. Por exemplo, o vermelho é frequentemente associado à excitação e à urgência, o que pode levar os consumidores a tomar uma ação rápida. Entender como as cores afetam o comportamento do consumidor pode ajudar as empresas a criar estratégias de marketing mais eficazes.

Criação de ambientes desejados: A escolha das cores certas no design de interiores e na decoração de espaços pode criar ambientes desejados e influenciar o humor e a experiência das pessoas. Cores quentes e vibrantes podem criar uma atmosfera energizante em espaços de trabalho, enquanto cores frias e suaves podem proporcionar uma sensação de calma e relaxamento em áreas de descanso. A psicologia das cores pode ajudar a definir a atmosfera e o propósito de um ambiente, tornando-o mais agradável e funcional.

Estímulo da criatividade e produtividade: Determinadas cores têm a capacidade de estimular a criatividade e melhorar a produtividade. Cores como azul e verde são conhecidas por promover um estado de calma e foco, o que pode aumentar a criatividade e a eficiência no trabalho. Compreender como as cores podem afetar o desempenho cognitivo e emocional pode ajudar as pessoas a criar ambientes e espaços de trabalho que promovam a produtividade e a inovação.

Impacto psicológico e emocional: As cores têm um impacto psicológico e emocional nas pessoas. Elas podem influenciar o humor, estimular a motivação e até mesmo afetar a saúde mental. Cores quentes e vibrantes podem evocar emoções positivas, enquanto cores frias e suaves podem proporcionar uma sensação de tranquilidade. A psicologia das cores pode ser usada para criar ambientes terapêuticos, melhorar o bem-estar emocional e criar espaços que promovam a felicidade e o equilíbrio. (SILVEIRA, 2015, p. 48).

Ainda assim, Silveira (2015) mostra que alguns escritórios de grande empresa que usam essas estratégias, como o facebook, google, twitter entre outras da área de comunicação social e marketing, seus escritórios são coloridos para trazer o máximo de criatividade ao seus colaboradores, também mantendo um ambiente tranquilo e aconchegante, e claro, ambientes como sala de reuniões, ou sala de conferencias são usadas cores mais neutras para manter a concentração e ajudar em decisões importante.

Além do mais, Abrahão (2019) acrescenta dizendo que empresas de restaurantes usam a psicologia das cores não só para melhoria do ambiente, mais também para estimular a alimentação, com base em estudos feitos por pesquisadores, essa estratégia vem sendo usada a anos pelas empresas, Coca Cola, Mcdonald's, Subway, Boobs, entre outras, seus restaurantes são de cores quentes, e chamativas, como o vermelho que é muito usado tanto na logo como no ambiente, que tem a ideia de abrir o apetite de seus clientes, e cria o senso de urgência, conseguindo fazer o cliente se alimentar rapidamente e sair do local, pois nessas empresas o foco e refeição rápida.

Em suma, a psicologia das cores oferece uma compreensão valiosa sobre como as cores podem afetar as pessoas e o ambiente ao seu redor. Ao aplicar esses conhecimentos de forma estratégica, é possível melhorar a comunicação, influenciar o comportamento do consumidor,

criar ambientes desejados, estimular a criatividade e melhorar sua identidade e cultura organizacional.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado, objetivou investigar a aplicação da neuroarquitetura e seus efeitos no ambiente de trabalho por meio do uso da psicologia das cores. Tal proposta foi atingida, uma vez que a partir do referencial teórico pôde-se entender sobre as ações da neuroarquitetura e a psicologia das cores, além de identificar a influência que as cores tem no ambiente de trabalho. Vale ressaltar que ao aplicar os princípios dessas ferramentas, pode-se melhorar a experiência dos clientes, aumentar a satisfação e fortalecer a imagem e o sucesso de empresas e organizações que operam nesses ambientes.

A comunicação, quando utiliza corretamente as cores, atinge seus objetivos de forma eficaz e ágil. Além disso, as cores podem ser empregadas tanto para diferenciar quanto para impulsionar vendas, aumentar a produtividade e promover a satisfação. Isso ocorre porque, em um mundo globalizado com crescente volume de informações e maior vulnerabilidade, dominar novas estratégias de comunicação e estímulo torna-se crucial para o sucesso comercial. As cores se transformam, assim, em uma ferramenta essencial para estreitar os laços entre as empresas, seus colaboradores e consumidores, ao mesmo tempo em que contribuem para maior eficiência operacional.

Conclui-se que as cores exercem uma influência significativa no ambiente em que se vive, muito mais do que se pode imaginar. Elas desempenham um papel crucial na formação de opiniões e no desenvolvimento de uma ampla gama de sentimentos e emoções. Portanto, é essencial atribuir uma maior importância a certos “detalhes” nas empresas, pois o sucesso ou o fracasso de uma organização pode depender deles.

Como contribuição, o estudo possibilitou ampliar o conhecimento sobre ações da neuroarquitetura e da psicologia das cores no ambiente de trabalho. Incentivará o uso das mesmas ao mostrar que ambas podem ser ferramentas imprescindíveis para compreender como elementos arquitetônicos e cores afetam o comportamento humano, as emoções, o bem-estar e o desempenho das pessoas no ambiente de trabalho, o que, por sua vez, terá repercussões em seu sucesso organizacional.

O estudo também apresenta contribuições para as empresas, pois pode ajudá-los a entender alguns fatores organizacionais que realizam um papel crítico no desempenho dos

colaboradores. Além do mais, pode auxiliar os gestores a perceber como os seus colaboradores respondem ao uso dessas ferramentas. Essa compreensão revela-se fundamental, uma vez que influencia a satisfação, o comprometimento organizacional e o desempenho dos colaboradores.

REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Sabrina. **Neuroarquitetura**: Como o cérebro é impactado, o desenvolvimento cognitivo e as interações dos profissionais através do ambiente de trabalho. Centro Universitário Campo Real, 2019. Disponível em: <<http://repositorio.camporeal.edu.br/index.php/tccarq/article/view/315/85>>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

BENCKER, Priscila. **Neuroarquitetura**: O impacto do ambiente de trabalho no cérebro. Asbea Associação Brasileira de Arquitetura, 2016. Disponível em: <<https://www.asbea-pr.org.br/noticias/neuroarquitetura-o-impacto-doambiente-de-trabalho-no-cerebro/>>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

CRIZEL, Lorí. **Quais sensações as cores transmitem ao cérebro?** Lori Crizel, 2020. Disponível em: <<https://www.loricrizel.arq.br/quais-sensacoes-as-cores-transmitem-ao-cerebro/>>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

FARINA, Maria.; PEREZ, Carlos.; BASTOS, Daniel. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5a ed. São Paulo: Edgar Blucher Ltda, 2006. P. 6-30.

FERNANDES, D.; PEREIRA, L. **Metodologia científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2016. P. 15-36.

GIL, Antonio. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4a ed. São Paulo: Atlas, 2002. P. 60-94.

GUIMARÃES, L. **A cor como informação**: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.

HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores – Como As Cores Afetam a Emoção e a Razão**. São Paulo: Gustavo Gili GG Brasil, 2015.

HOLTZSCHUE, L. **Understanding color**: an introduction for designers. 4a ed. New Jersey, 2011.

LUSCHER, Max. **Color Test**. Basileia, 2007.

NOGOSEK, Luiz. **Reestruturação e Unificação dos ambientes de trabalho**: Nova sede do Fórum da Comarca de Irati -PR. TCC arquitetura e urbanismo, Repositório campo real, 2020. Disponível em: <<http://repositorio.camporeal.edu.br/index.php/tccarq/article/view/322/91>>. Acesso em: 15 maio de 2023.

PAIVA, A. **Neurociência para Arquitetura:** Como o Design de Edifícios Pode Influenciar Comportamentos e Desempenho. 2018. 101 páginas. Dissertação (Mestrado - Curso de Arquitetura, Fundação Getulio Vargas), Instituto de Desenvolvimento Educacional, São Paulo, 2018.

PAIXÃO, Luciana. **O Guia das cores e sensações na arquitetura de interiores e a neurociência.** Senac: São Paulo, p. 18-51, jun. 2015.

PIRES, Marina. **Biofilia:** o que é e como incorporá-la na arquitetura. Casa cor, 2021. Disponível em: <<https://casacor.abril.com.br/paisagismo/o-que-e-biofilia/>>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

SILVEIRA, L. M. **Introdução à teoria da cor.** 2a ed. Curitiba: Editora UTFPR, 2015.

STECHECHEN, A. M. **A Neuroarquitetura aplicada em um lar para idosos em União da Vitória-PR.** Revista Innovatio de Tecnologia e Ciências da Terra, Parana, v. 2, P. 55-69, jan. 2019.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. Paraná: Atlas, 2008.