

A ESTÉTICA DA NEUTRALIDADE: COR, MINIMALISMO E A CONSTRUÇÃO DA SOFISTICAÇÃO NO DESIGN CONTEMPORÂNEO

THE AESTHETICS OF NEUTRALITY: COLOR, MINIMALISM, AND THE CONSTRUCTION OF SOPHISTICATION IN CONTEMPORARY DESIGN

Julian Medeiros da Silva¹

RESUMO

Este artigo investiga a construção cultural da neutralidade cromática no design moderno e contemporâneo, tomando a redução da cor não como ausência de comunicação, mas como uma operação capaz de organizar saliência, função, valor simbólico e reconhecimento social. O problema da pesquisa consiste em compreender de que maneira escolhas cromáticas contidas podem adquirir estatuto de simplicidade, racionalidade, profissionalismo, sofisticação ou atemporalidade e, simultaneamente, fazer escolhas alternativas parecerem excessivas, infantis ou inadequadas. A pesquisa é bibliográfica, qualitativa e de caráter histórico-crítico, articulando a noção de cromofobia de David Batchelor à história cultural da cor em John Gage e Michel Pastoureau, às contribuições de Rudolf Arnheim e Donald Norman sobre percepção e design e à teoria de Pierre Bourdieu sobre gosto e distinção. O artigo também dialoga com evidências empíricas recentes sobre cor, hierarquia e status de marca. Como contribuição teórico-conceitual, propõe-se uma Matriz Analítica da Neutralidade Cromática composta por quatro dimensões: saliência perceptiva, organização funcional, legitimação cultural e posicionamento contextual, atravessadas pela temporalidade. A matriz é aplicada demonstrativamente a três situações projetuais construídas para explicitar seu funcionamento. Argumenta-se que neutralidade funcional e neutralidade cultural não são equivalentes: uma paleta reduzida pode facilitar a organização da informação sem que isso explique, por si só, sua associação com prestígio. Conclui-se que a neutralidade pode operar como convenção cultural naturalizada e que sua análise exige distinguir propriedades perceptivas, funções projetuais e valores sociais. A proposta não pretende demonstrar causalidade universal, mas oferecer um instrumento para pesquisas futuras sobre identidade visual, interfaces, embalagem, ambientes, cinema e animação.

Palavras-chave: cor. design; minimalismo. neutralidade. cromofobia. sofisticação.

¹ Graduando em Cinema na UFSC – Contato: julianmedeirosdasilva@gmail.com

ABSTRACT

This article investigates the cultural construction of chromatic neutrality in modern and contemporary design, understanding reduced color not as an absence of communication but as an operation that organizes salience, function, symbolic value and social recognition. The study is a qualitative, bibliographic and historical-critical investigation that brings together David Batchelor's concept of chromophobia, the cultural history of color developed by John Gage and Michel Pastoureau, Rudolf Arnheim's work on visual perception, Donald Norman's design perspective, and Pierre Bourdieu's theory of taste and distinction. Recent empirical research on color, hierarchy and brand status is also considered. As a theoretical contribution, the article proposes an Analytical Matrix of Chromatic Neutrality with four dimensions: perceptual salience, functional organization, cultural legitimation and contextual positioning, crossed by temporality. The matrix is demonstratively applied to three constructed design situations. The central argument is that functional neutrality and cultural neutrality are not equivalent: a reduced palette may facilitate information organization without explaining, by itself, why it becomes associated with prestige. The article therefore treats neutrality as a potentially naturalized cultural convention and offers an analytical framework for future research in visual identity, interfaces, packaging, environments, film and animation.

Keywords: color. design. minimalism. neutrality. chromophobia. sophistication.

1. INTRODUÇÃO

A cor é simultaneamente matéria, sensação, linguagem, tecnologia e convenção. Sua presença no design não se limita à aparência dos objetos: ela participa da organização da informação, da identificação, da diferenciação, da criação de atmosferas e da produção de expectativas sobre aquilo que está sendo visto. Ao mesmo tempo, a história cultural demonstra que as cores não possuem valores fixos. Seus significados dependem de práticas sociais, instituições, técnicas de produção, disponibilidade material, religião, moda, comércio e repertórios coletivos. A partir dessa instabilidade, surge a questão central deste artigo: se a cor é fundamental à experiência visual, por que determinadas formas de contenção cromática parecem, em muitos contextos, mais adequadas, profissionais, sofisticadas ou maduras do que soluções mais intensas ou policromáticas? A pergunta não parte da premissa de que o

minimalismo seja problemático nem de que a cor intensa seja necessariamente mais expressiva.

O objetivo é investigar o processo pelo qual uma escolha formal particular pode adquirir aparência de neutralidade e, conseqüentemente, deixar de ser percebida como escolha. David Batchelor (2000) oferece uma chave importante para essa investigação ao discutir a cromofobia como estrutura cultural de contenção e deslocamento da cor. Em sua formulação, a cor é frequentemente associada a atributos considerados secundários, superficiais ou pertencentes a um outro - por exemplo, o feminino, o infantil, o estrangeiro ou o vulgar - enquanto a forma sem cor ou com cor controlada pode ocupar posições associadas à racionalidade, ao centro e à ordem. O interesse desta pesquisa está em aproximar essa crítica da linguagem contemporânea do design, sem converter a noção de cromofobia em diagnóstico automático de qualquer paleta reduzida.

No design moderno e contemporâneo, preto, branco, cinza, bege e outras tonalidades pouco saturadas aparecem em inúmeras soluções que pretendem comunicar ordem, permanência, clareza ou sofisticação. Entretanto, essas interpretações não podem ser reduzidas a propriedades físicas das cores. Pastoureau (2001; 2008; 2017), Gage (1993) e outros historiadores da cor mostram que valores cromáticos são historicamente construídos. Bourdieu (1984), por sua vez, permite compreender como julgamentos aparentemente espontâneos podem participar de sistemas de gosto e distinção. Este artigo parte, portanto, de uma distinção fundamental entre neutralidade funcional e neutralidade cultural. A primeira diz respeito à redução ou distribuição da cor em razão de necessidades de legibilidade, organização, hierarquia ou uso. A segunda diz respeito ao processo pelo qual determinada contenção cromática é valorizada como apropriada, sofisticada, profissional ou atemporal. As duas dimensões podem coincidir, mas não são equivalentes. Essa distinção constitui o eixo do argumento.

O objetivo geral é analisar a construção cultural da neutralidade cromática no design moderno e contemporâneo e propor um instrumento teórico para sua análise. São objetivos específicos: compreender a historicidade dos significados cromáticos; discutir a relação entre cor, forma e funcionalidade; analisar a associação entre redução cromática e sofisticação;

relacionar esses processos ao conceito de cromofobia; incorporar evidências empíricas existentes sem universalizá-las; e propor uma matriz analítica aplicável a situações projetuais.

A contribuição pretendida não é demonstrar experimentalmente que paletas neutras produzem sofisticação. Estudos experimentais recentes já investigam relações específicas entre cor, hierarquia e *status*. O que se propõe é organizar essas evidências em conjunto com dimensões históricas, perceptivas, funcionais e contextuais, oferecendo uma estrutura que permita perguntar não apenas se uma paleta é percebida como neutra, mas em que dimensão, por quem, em qual contexto e sob quais convenções.

2. METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, bibliográfica, de natureza exploratória e caráter histórico-crítico, orientada à análise conceitual da neutralidade cromática no design moderno e contemporâneo. A investigação não busca mensurar quantitativamente a percepção de neutralidade, sofisticação ou status, tampouco estabelecer relações causais entre determinadas características cromáticas e respostas de indivíduos. Seu propósito é identificar, organizar e articular conceitos e evidências provenientes de diferentes campos de estudo para construir um modelo analítico capaz de examinar as condições perceptivas, funcionais, culturais e contextuais envolvidas na atribuição de neutralidade à cor.

A pesquisa foi estruturada em três etapas articuladas: (1) levantamento e organização do referencial teórico; (2) análise conceitual e sistematização das dimensões recorrentes na literatura; e (3) elaboração e aplicação demonstrativa da Matriz Analítica da Neutralidade Cromática. A sequência metodológica foi adotada de modo a evitar que a matriz fosse apresentada como uma categoria previamente definida ou como um instrumento de mensuração validado empiricamente. Trata-se, neste estudo, de uma proposição teórico-analítica derivada da articulação entre os referenciais examinados.

2.1. CONSTITUIÇÃO DO CORPUS TEÓRICO

O corpus bibliográfico foi constituído por obras seleccionadas em função de sua pertinência direta aos conceitos centrais da pesquisa: cor e cultura, cromofobia, percepção visual, design, minimalismo, gosto, distinção, hierarquia e status. A seleção privilegiou obras de referência teórica e histórica diretamente relacionadas ao problema de pesquisa, complementadas por estudos empíricos contemporâneos capazes de fornecer evidências específicas sobre relações entre características cromáticas e julgamentos de hierarquia ou status.

O corpus teórico principal foi organizado em quatro eixos analíticos. O primeiro corresponde à história e cultura da cor, representado principalmente por John Gage (1993) e Michel Pastoureau (2001; 2008; 2017), utilizados para compreender a historicidade dos significados cromáticos e evitar interpretações universalistas da cor. O segundo corresponde à crítica cultural da cor, tendo David Batchelor (2000) como referência central para a discussão da cromofobia e das formas de contenção e hierarquização da cor. O terceiro eixo reúne contribuições sobre percepção visual e design, especialmente Rudolf Arnheim (1974) e Donald Norman (2013), mobilizados para discutir organização visual, saliência, função e interação. O quarto eixo corresponde à dimensão social do gosto e da distinção, fundamentado principalmente em Pierre Bourdieu (1984).

Além desse corpus teórico, foram incorporados estudos empíricos que apresentam relação direta com o problema investigado. Chung e Saini (2022) foram utilizados por investigarem, por meio de 11 experimentos, associações entre escuridão cromática e percepção de hierarquia. Yue e Xia (2026) foram incorporados por examinarem, em seis estudos, incluindo análise de dados secundários, estudo de campo e experimentos on-line, a relação entre logotipos em preto e branco e percepção de status. Esses trabalhos foram selecionados não como comprovação da hipótese geral deste artigo, mas como evidências empíricas situadas que permitem confrontar a discussão conceitual com resultados experimentais previamente publicados.

A seleção do corpus, portanto, não pretende representar a totalidade da produção

acadêmica sobre cor e design. Trata-se de uma seleção intencional e orientada pelo problema de pesquisa, adequada ao caráter exploratório e conceitual do estudo. Consequentemente, os resultados apresentados não devem ser interpretados como síntese exaustiva da literatura ou como revisão sistemática.

2.2. PROCEDIMENTO DE ANÁLISE CONCEITUAL

Após a organização do corpus, foi realizada uma análise comparativa dos conceitos e argumentos recorrentes nas obras selecionadas. O procedimento consistiu em identificar, nos diferentes referenciais, quais funções e valores eram atribuídos à redução, à intensidade, à distribuição e à hierarquização da cor.

A análise foi orientada por quatro perguntas principais: Como a cor se torna perceptualmente saliente ou discreta? Que funções a distribuição cromática desempenha na organização do objeto ou sistema visual? Quais valores culturais e sociais são associados à contenção ou à intensidade cromática? Como essas associações são modificadas pelo contexto de circulação, pelo público e pela temporalidade?

A partir da comparação entre os referenciais, foram identificados quatro níveis analíticos recorrentes: saliência perceptiva, organização funcional, legitimação cultural e posicionamento contextual. A temporalidade foi incorporada como dimensão transversal, uma vez que os valores atribuídos às cores e às próprias categorias de neutralidade se modificam historicamente.

Essas categorias não são apresentadas como propriedades naturais ou universais da neutralidade. Elas constituem categorias analíticas propostas pelo presente estudo, construídas a partir da convergência entre os diferentes campos teóricos mobilizados. A distinção entre neutralidade funcional e neutralidade cultural foi igualmente estabelecida como resultado dessa sistematização: a primeira refere-se às funções relacionadas à organização, legibilidade, hierarquia ou uso; a segunda refere-se aos processos pelos quais determinadas soluções cromáticas passam a ser socialmente reconhecidas e valorizadas como discretas, profissionais,

sofisticadas, maduras ou atemporais.

2.3. CONSTRUÇÃO DA MATRIZ ANALÍTICA DA NEUTRALIDADE CROMÁTICA

A Matriz Analítica da Neutralidade Cromática foi construída a partir da sistematização das quatro dimensões identificadas na etapa anterior. Sua finalidade é transformar conceitos discutidos de maneira dispersa na literatura em um instrumento de leitura e problematização, e não estabelecer uma escala objetiva de neutralidade.

A matriz foi estruturada segundo quatro dimensões principais:

- Saliência perceptiva: examina o grau de destaque relativo produzido pela cor em função de contraste, saturação, luminosidade, posição, tamanho e relação com os demais elementos;
- Organização funcional: examina a participação da cor na legibilidade, diferenciação, hierarquia, navegação, identificação ou sinalização;
- Legitimação cultural: examina os valores sociais atribuídos à contenção ou à intensidade cromática, incluindo associações como profissionalismo, luxo, maturidade, criatividade ou informalidade;
- Posicionamento contextual: examina a relação entre a escolha cromática, o setor, a instituição, o público e a situação de circulação do objeto.

A temporalidade atravessa as quatro dimensões, permitindo considerar que aquilo que é reconhecido como discreto, moderno, profissional ou sofisticado em determinado período pode adquirir outros significados posteriormente.

A construção da matriz parte, portanto, de uma operação de diferenciação analítica. Em vez de considerar a neutralidade como atributo único de uma paleta, o instrumento permite identificar em qual dimensão determinado efeito de neutralidade é produzido ou reconhecido.

Dessa maneira, uma solução pode ser perceptualmente discreta e funcionalmente eficiente sem necessariamente possuir legitimidade cultural como elemento de prestígio. Da mesma forma, uma escolha pode possuir forte associação simbólica com sofisticação mesmo quando sua redução cromática não decorre de uma necessidade funcional.

A matriz não foi submetida, no presente estudo, a procedimentos de validação estatística, validação com especialistas ou teste de confiabilidade interavaliadores. Sua condição é, portanto, a de proposição teórico-conceitual inicial. Sua validade enquanto instrumento analítico deverá ser examinada em pesquisas posteriores por meio de aplicações empíricas sistemáticas.

2.4. APLICAÇÃO DEMONSTRATIVA

Para examinar a capacidade da matriz de organizar a análise, foram construídas três situações projetuais hipotéticas: uma identidade visual de empresa de tecnologia, uma embalagem de produto de luxo e um material educativo destinado a crianças.

A escolha desses três cenários teve caráter demonstrativo e contrastivo. Os exemplos foram concebidos para representar contextos nos quais uma mesma estratégia geral de contenção cromática pode adquirir interpretações diferentes em função da finalidade, do público e do campo de circulação.

Cada situação foi examinada segundo as quatro dimensões da matriz, buscando identificar: (a) características perceptivas da composição; (b) funções desempenhadas pela cor; (c) possíveis valores culturais associados à escolha; e (d) influência do contexto sobre sua interpretação. A temporalidade foi considerada transversalmente, especialmente nos casos em que categorias como modernidade, profissionalismo, luxo ou adequação dependem de repertórios historicamente situados.

Essas situações não constituem amostra, estudo de caso, experimento ou evidência de recepção. Não foram utilizados participantes, instrumentos de coleta, questionários ou dados de observação. Sua função restringe-se a demonstrar o funcionamento lógico da matriz e verificar

se as categorias propostas permitem distinguir diferentes dimensões de um mesmo fenômeno.

2.5. USO DAS EVIDÊNCIAS EMPÍRICAS

Os estudos experimentais incorporados ao artigo foram utilizados como evidências secundárias, sem reprodução dos procedimentos originais e sem reanálise dos bancos de dados. Seus resultados são apresentados de acordo com as condições descritas pelos respectivos autores e empregados apenas para estabelecer diálogo entre a proposição conceitual deste estudo e evidências empíricas previamente produzidas.

Em razão das diferenças entre os objetos, participantes, procedimentos e variáveis analisadas nos estudos consultados, seus resultados não são generalizados para o design em sua totalidade. Chung e Saini (2022), por exemplo, investigam relações específicas entre escuridão cromática e percepção de hierarquia, enquanto Yue e Xia (2026) concentram-se na relação entre cor de logotipo e percepção de status. Assim, os achados são interpretados como evidências de que determinadas características cromáticas podem participar de julgamentos sociais sob condições específicas, e não como demonstração de que paletas escuras ou reduzidas produzam universalmente sofisticação.

2.6. LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS

O desenho metodológico estabelece limites claros para as conclusões do estudo. Por se tratar de uma investigação bibliográfica e conceitual, não é possível determinar causalidade entre redução cromática e percepção de sofisticação, profissionalismo ou status. Também não é possível afirmar que as associações discutidas sejam compartilhadas por todos os públicos ou culturas.

A seleção bibliográfica é intencional e orientada pelo problema de pesquisa, não constituindo revisão sistemática ou meta-análise. Além disso, a predominância de referenciais

relacionados à tradição ocidental restringe o alcance das interpretações históricas e culturais apresentadas. As situações utilizadas na aplicação da matriz são hipotéticas e, portanto, não fornecem evidências sobre a maneira como usuários ou consumidores efetivamente responderiam às composições analisadas.

Essas limitações são consideradas parte constitutiva do desenho da pesquisa. O artigo não pretende apresentar uma medida universal de neutralidade nem validar causalmente a relação entre cor e sofisticação. Sua contribuição consiste em propor uma estrutura analítica capaz de separar dimensões perceptivas, funcionais, culturais e contextuais que frequentemente são tratadas como se fossem equivalentes. A validação e o refinamento dessa estrutura permanecem como possibilidades para pesquisas empíricas posteriores.

3. A COR COMO CONSTRUÇÃO HISTÓRICA

Uma das principais dificuldades nos estudos da cor é transformar associações recorrentes em supostas leis universais. Relações como vermelho/perigo, azul/confiança ou preto/luxo aparecem com frequência em discursos de *design* e *marketing*, mas a história da cor demonstra que tais associações são móveis e dependem de contexto. O significado de uma cor não está separado das instituições e práticas que lhe atribuem valor. Pastoureau (2001) demonstra, por exemplo, que o azul não ocupou sempre a posição de universalidade e confiança que lhe é atribuída em diversos contextos contemporâneos. Sua história envolve transformações religiosas, sociais, técnicas e econômicas. O mesmo ocorre com o preto. Em diferentes períodos, ele foi relacionado a morte, penitência, autoridade, austeridade, luxo e moda (PASTOUREAU, 2008). O vermelho, por sua vez, pode articular poder, riqueza, religião, paixão, violência e perigo (PASTOUREAU, 2017). Esses exemplos são relevantes porque impedem uma conclusão simplista segundo a qual certas cores seriam naturalmente sérias e outras naturalmente excessivas. A seriedade não está contida na cor como propriedade autossuficiente; ela emerge de relações históricas entre cor, objeto, instituição, materialidade e repertório social. Gage (1993) reforça essa perspectiva ao mostrar que a produção e

interpretação das cores dependem de práticas, tecnologias e convenções. Se a neutralidade é construída historicamente, então o próprio ato de chamar uma cor de neutra já envolve classificação. Preto, branco, cinza e bege não são vazios semânticos. São cores que podem ocupar posições específicas dentro de sistemas de oposição. Uma cor considerada discreta em um ambiente pode tornar-se altamente expressiva em outro. A neutralidade, portanto, deve ser entendida de modo relacional.

4. BATCHELOR E A CROMOFOBIA

O conceito de cromofobia constitui o eixo crítico do artigo porque permite interpretar a contenção da cor como fenômeno cultural. Para Batchelor (2000), a cultura ocidental produziu reiteradamente formas de desconfiança em relação à cor, associando-a à contaminação da forma, à superficialidade ou à alteridade. O argumento não implica que o Ocidente seja simplesmente sem cor, mas que a cultura pode estabelecer mecanismos de controle, domesticação e deslocamento da cor. A associação da cor à alteridade é particularmente importante. Quando a cor é aproximada do infantil, do feminino, do estrangeiro ou do vulgar, a ausência ou contenção cromática pode ocupar o pólo oposto: racionalidade, maturidade, universalidade e controle. No design contemporâneo, essa estrutura pode aparecer de forma menos explícita em vocabulários como '*clean*', '*sério*', '*premium*', '*institucional*' e '*atemporal*'. É fundamental, contudo, evitar uma aplicação indiscriminada do conceito. Nem toda paleta reduzida é cromofóbica. Um sistema monocromático pode ser adotado por razões de acessibilidade, legibilidade, economia de produção, coerência de marca ou necessidade narrativa. A pergunta analítica adequada não é 'esta paleta é cromofóbica?', mas 'que posição a cor ocupa nesse sistema e quais valores são atribuídos à sua contenção?' Essa reformulação permite aproximar Batchelor do design sem transformar a teoria em julgamento moral. A cromofobia torna-se uma hipótese interpretativa para investigar hierarquias de valor, e não uma etiqueta para condenar o minimalismo.

5. MODERNISMO, FORMA E CONTROLE

O design moderno valorizou funcionalidade, economia formal, clareza e racionalização. Esses princípios tiveram papel histórico decisivo na consolidação do design como campo profissional e na relação entre forma, produção industrial e uso. Entretanto, a separação entre elementos estruturais e elementos ornamentais também pode contribuir para que a cor seja percebida como camada secundária. Quando a forma é entendida como estrutura e a cor como revestimento, a cor pode ser relegada ao plano do cosmético. Essa oposição aparece na crítica de Batchelor (2000), mas precisa ser relativizada pelo próprio funcionamento do design. A cor pode diferenciar componentes, estabelecer hierarquias, indicar estados, comunicar categorias e facilitar ações. Norman (2013) ajuda a compreender que elementos visuais participam da compreensão e da ação do usuário. Daí emerge a distinção entre neutralidade funcional e cultural. Uma interface pode reduzir sua paleta para evitar ruído visual; um formulário pode utilizar cores limitadas para organizar campos; um produto pode restringir tonalidades por razões de produção. Em nenhum desses casos a contenção, sozinha, demonstra uma preferência por sofisticação. O problema aparece quando uma solução funcionalmente possível passa a ser apresentada como universalmente mais madura ou profissional. Nesse momento, uma justificativa cultural é confundida com uma necessidade técnica. A análise da neutralidade deve justamente separar esses níveis.

6. MINIMALISMO E A ESTÉTICA DA SOFISTICAÇÃO

O minimalismo tornou-se uma linguagem recorrente em identidades visuais, produtos, interfaces e ambientes. Sua redução de elementos pode favorecer ordem e controle, mas não existe relação necessária entre simplicidade formal e sofisticação. A aparência de sofisticação resulta de uma combinação de elementos: cor, tipografia, materialidade, escala, composição, contexto e repertório. A associação entre redução e prestígio é, entretanto, suficientemente

recorrente para merecer investigação. Chung e Saini (2022) demonstraram, em 11 experimentos, que produtos mais escuros foram percebidos como ocupando posição hierárquica superior a produtos mais claros da mesma tonalidade e saturação, sob determinadas condições. O mecanismo proposto envolve percepção de dominância. O resultado não significa que preto ou cores escuras sejam universalmente superiores, mas demonstra que propriedades cromáticas podem participar de julgamentos de posição. De modo complementar, Yue e Xia (2026) investigaram diretamente o efeito de logotipos em preto e branco sobre percepção de status. Em seis estudos, incluindo dados secundários, estudos de campo e experimentos on-line, os logotipos em preto e branco elevaram a percepção de status em comparação com logotipos coloridos. O efeito foi associado à percepção de *coolness* e foi atenuado em condições de maior familiaridade com a marca ou quando havia incompatibilidade com uma personalidade de marca mais calorosa. Esses achados fortalecem o argumento do artigo, mas também impõem uma restrição importante: não se pode converter um efeito contextual em uma lei cromática. A mesma contenção pode funcionar de maneira diferente conforme setor, familiaridade, personalidade, repertório e finalidade. A sofisticação não é propriedade isolada da paleta.

7. A NEUTRALIDADE NÃO É NEUTRA

Chamar uma cor de neutra já implica classificá-la dentro de um sistema de diferenças. Em uma composição predominantemente preta, branca, cinza ou bege, uma cor saturada pode adquirir função de acento. A redução cromática, portanto, não elimina a cor; ela reorganiza sua visibilidade. O que é percebido como 'neutro' pode criar o próprio campo que torna outra cor excepcional. Essa lógica é importante para a identidade visual. Uma cor intensa pode funcionar como principal componente expressivo de uma marca, mas também pode ser subordinada a um campo neutro para marcar uma exceção, uma chamada, um alerta ou uma interação. O estatuto da cor depende de sua posição no sistema. Também é possível distinguir neutralidade de baixa saliência. Uma cor pode ser pouco saliente em determinada composição e, ainda assim, possuir forte valor simbólico. Da mesma forma, uma paleta pode conter várias cores e manter uma

hierarquia visual na qual apenas uma é autorizada a produzir destaque. Por isso, contar cores não basta para analisar neutralidade.

7.1. COR E LEGITIMIDADE

Termos como 'limpo', 'sóbrio', 'institucional' e 'profissional' funcionam como atalhos avaliativos. Eles parecem descrever propriedades visuais, mas frequentemente também condensam expectativas sobre público, setor e posição social. A familiaridade com determinados códigos pode fazer com que uma solução pareça imediatamente adequada. O problema analítico é distinguir essa adequação social de uma necessidade funcional.

7.2. MATERIALIDADE E COR

A cor nunca existe apenas como abstração. Pigmento, tinta, papel, vidro, plástico, metal, tela e luz alteram a experiência cromática. Superfícies foscas, brilhantes ou transparentes modificam a saliência e a associação simbólica. Assim, a neutralidade deve incluir a materialidade: uma paleta reduzida combinada a materiais altamente reflexivos produz experiência diferente da mesma paleta em superfícies foscas. A contenção cromática pode, portanto, ser acompanhada por uma contenção sensorial mais ampla.

7.3. COR E TEMPORALIDADE

A neutralidade também é temporal. Uma estética considerada contemporânea pode tornar-se identificável como característica de uma década. A promessa de 'atemporalidade' precisa, portanto, ser tratada como afirmação cultural, e não como propriedade objetiva. Em interfaces, animações e audiovisual, a temporalidade torna-se ainda mais evidente: a cor pode aparecer, desaparecer ou transformar-se e, com isso, marcar mudança de estado, memória,

conflito ou transformação.

7.4. PROFISSIONALISMO E COR

A associação entre profissionalismo e contenção merece atenção porque revela uma fronteira cultural entre competência e expressividade. Cores intensas podem ser classificadas como criativas, jovens ou informais, enquanto preto, branco e cinza podem ser lidos como competentes ou institucionais. Essa oposição não é universal, mas pode ser reproduzida por repetição. O interesse acadêmico está em investigar como essas classificações são aprendidas e naturalizadas.

7.5. CONTEXTO INSTITUCIONAL

Uma mesma paleta pode sugerir luxo em uma embalagem, austeridade em um documento público, tecnologia em uma interface ou frieza em uma instituição educacional. O significado não pertence à paleta isoladamente. Ele emerge da relação entre aparência, função, materialidade, instituição e expectativa. A análise da neutralidade precisa, portanto, considerar o campo de circulação do objeto.

8. MATRIZ ANALÍTICA DA NEUTRALIDADE CROMÁTICA

A principal contribuição conceitual deste artigo é a proposição de uma Matriz Analítica da Neutralidade Cromática. A matriz não pretende medir uma quantidade universal de neutralidade nem substituir estudos empíricos. Sua função é separar dimensões que frequentemente são confundidas quando se afirma que uma paleta é 'neutra', '*clean*' ou 'sofisticada'. A primeira dimensão é a saliência perceptiva. Pergunta-se quanto a cor se destaca em relação aos demais elementos. Contraste, saturação, luminosidade, tamanho e posição

interferem nessa dimensão. A segunda é a organização funcional: investiga-se se a distribuição cromática facilita leitura, diferenciação, navegação ou identificação. A terceira é a legitimação cultural: pergunta-se quais valores sociais são atribuídos à contenção ou à intensidade. A quarta é o posicionamento contextual: investiga-se em qual setor, instituição, público e situação a escolha circulam. A temporalidade atravessa todas as dimensões, pois convenções de profissionalismo, modernidade e sofisticação mudam. A matriz permite deslocar a pergunta de 'quão neutra é esta paleta?' para 'em que dimensão e em que contexto ela é produzida e reconhecida como neutra?'. Esse deslocamento é importante porque uma paleta pode apresentar baixa saliência sem possuir valor de prestígio; pode organizar informação de modo eficiente sem ser considerada premium; e pode ser reconhecida como sofisticada em um campo e como fria ou inadequada em outro.

8.1. APLICAÇÃO DEMONSTRATIVA DA MATRIZ

Para verificar a utilidade da matriz sem transformar o artigo em um estudo empírico, são construídas três situações projetuais hipotéticas. Elas não representam marcas reais nem constituem amostra. Sua função é demonstrar como o mesmo princípio cromático pode produzir interpretações diferentes. Situação A - identidade visual de uma empresa de tecnologia: imagine uma identidade composta predominantemente por branco, cinza e preto, com azul reservado para ações interativas. Na dimensão perceptiva, a baixa variedade cromática reduz a competição entre elementos. Na dimensão funcional, o azul de acento pode facilitar a identificação de botões e estados. Na dimensão cultural, a contenção pode ser interpretada como tecnologia, precisão ou profissionalismo. Na dimensão contextual, essa leitura pode ser reforçada pelo repertório visual do setor. A conclusão, portanto, não seria 'a paleta é sofisticada', mas 'a paleta reúne condições perceptivas e funcionais que, em determinado campo, podem ser culturalmente legitimadas como sofisticadas'. Situação B - embalagem de produto de luxo: imagine uma embalagem predominantemente preta e branca, com acabamento fosco e tipografia discreta. A redução cromática não possui necessariamente função de legibilidade superior à de uma paleta

colorida. Seu valor pode estar na articulação entre materialidade, contenção e repertório de luxo. Aqui, a dimensão cultural ganha maior peso. O estudo de Yue e Xia (2026) é pertinente como evidência externa de que logotipos em preto e branco podem elevar a percepção de status sob determinadas condições, mas a aplicação da matriz exige considerar que uma embalagem envolve mais variáveis que um logotipo. Situação C - material educativo para crianças: imagine a mesma redução cromática aplicada a um material destinado a crianças. A baixa saliência pode continuar sendo uma propriedade perceptiva, mas sua interpretação cultural pode mudar. Se o público ou o contexto espera variedade cromática, a mesma contenção pode ser percebida como fria, inadequada ou pouco estimulante. O caso demonstra que neutralidade não é apenas característica da composição: depende do encontro entre composição e expectativa. Os três exemplos mostram por que a matriz não deve ser usada como escala de 'mais neutro' ou 'menos neutro'. Seu objetivo é diagnosticar em qual dimensão a neutralidade está sendo construída. Uma solução pode ser perceptivamente discreta, funcionalmente eficiente e culturalmente prestigiada; outra pode apresentar as duas primeiras características e não possuir qualquer associação com prestígio. Essa diferença é precisamente o objeto da análise.

8.2. NEUTRALIDADE, PODER SIMBÓLICO E RECONHECIMENTO

Bourdieu (1984) permite aprofundar a discussão porque o gosto não funciona apenas como preferência individual: ele também organiza classificações e fronteiras. Uma aparência pode ser reconhecida como sofisticada porque determinados públicos aprenderam a associá-la a objetos, instituições e espaços de prestígio. A neutralidade pode funcionar como código de reconhecimento rápido. Termos como '*premium*', '*clean*' e '*atemporal*' condensam julgamentos que parecem descritivos, mas também posicionam o objeto dentro de um repertório social.

8.3. O PROBLEMA DA ATEMPORALIDADE

A atemporalidade é uma promessa particularmente importante porque apresenta uma estética histórica como se estivesse fora da história. Uma identidade pode parecer atemporal porque seus códigos foram amplamente incorporados ao repertório contemporâneo. Entretanto, repetição e familiaridade não equivalem a universalidade. A própria possibilidade de uma estética ser posteriormente reconhecida como característica de determinado período demonstra que 'atemporal' é uma categoria cultural.

8.4. COR, ECONOMIA SIMBÓLICA E STATUS

A escolha cromática pode participar da construção do valor percebido de um produto sem determinar seu preço ou sua qualidade material. Chung e Saini (2022) demonstram uma associação específica entre escuridão e percepção de hierarquia, enquanto Yue e Xia (2026) encontram efeito de logotipos em preto e branco sobre percepção de status. Esses achados sustentam a relevância de investigar cor e status, mas não autorizam uma regra universal. O valor simbólico é produzido pela relação entre cor, objeto, marca, repertório e contexto.

8.5. FUNÇÃO E EXPRESSÃO

Função e expressão não constituem pólos mutuamente exclusivos. A cor pode organizar uma interface e construir identidade; pode sinalizar um estado e criar atmosfera; pode facilitar uma tarefa e participar da distinção social. Por isso, a crítica à naturalização da neutralidade não deve substituir uma hierarquia por outra. O objetivo é distinguir razões funcionais de razões culturais e reconhecer que ambas podem operar simultaneamente.

8.6. IMPLICAÇÕES PARA A PRÁTICA PROJETUAL

A matriz pode ser incorporada ao processo de projeto como ferramenta de reflexão. Antes de escolher uma paleta, o designer pode perguntar: quais funções precisam ser comunicadas? Quais elementos precisam receber destaque? Quais expectativas culturais existem no setor? A associação com profissionalismo é uma necessidade comunicacional ou uma convenção? Há alternativas funcionalmente equivalentes que produzem leituras culturais diferentes? Essas perguntas tornam explícitas decisões que normalmente aparecem como gosto pessoal ou 'bom senso'.

9. CONTRIBUIÇÃO TEÓRICA, LIMITAÇÕES E AGENDA DE PESQUISA

A contribuição central do artigo é propor uma distinção operacional entre neutralidade funcional e neutralidade cultural e organizá-la em uma matriz com quatro dimensões articuladas. A proposta não pretende substituir métodos quantitativos ou qualitativos de recepção. Seu objetivo é fornecer uma estrutura inicial para que futuras pesquisas possam formular hipóteses mais precisas. A matriz também permite formular perguntas empiricamente testáveis. Pesquisas futuras podem apresentar versões cromaticamente diferentes de uma mesma identidade visual e medir avaliações de sofisticação, profissionalismo, confiança, modernidade e adequação. Para evitar confundimentos, seria necessário controlar variáveis como tipografia, composição, preço apresentado, setor e familiaridade com a marca. Estudos interculturais poderiam verificar se as associações encontradas em determinados públicos se mantêm em outros.

Outra frente envolve pesquisa de processo. Entrevistas com designers, diretores de arte e profissionais de *branding* poderiam investigar a frequência e o significado de termos como '*clean*', '*premium*', '*sério*', '*atemporal*', '*infantil*', '*popular*' e '*exagerado*'. A análise desse vocabulário permitiria observar como categorias de gosto são reproduzidas ou contestadas no cotidiano profissional. Uma terceira frente envolve análise de obras e objetos ao longo do

tempo. Identidades visuais, embalagens, interfaces, ambientes, filmes e animações poderiam ser comparados para investigar quando uma estética de contenção passa a ser percebida como datada. No audiovisual, a matriz pode ser utilizada para estudar paletas restritas como recursos de construção de mundo, memória, atmosfera e transformação narrativa.

O estudo possui limitações. Primeiro, é bibliográfico e conceitual e não mede diretamente a percepção de participantes. Segundo a discussão privilegia a tradição ocidental e não pretende universalizar seus resultados. Terceiro, os exemplos de aplicação da matriz são demonstrativos, e não dados empíricos. Quarto, as evidências experimentais utilizadas são específicas de determinados objetos e condições, de modo que seus resultados não devem ser extrapolados para todo o design. Essas limitações não invalidam a proposta; definem seu alcance. O artigo deve ser lido como construção de um problema e de uma ferramenta teórica, não como demonstração causal. Essa delimitação é importante para que a contribuição seja proporcional às evidências disponíveis.

10. CONCLUSÃO

Este artigo investigou a construção cultural da neutralidade cromática no design moderno e contemporâneo, com atenção especial às relações entre redução cromática, minimalismo, sofisticação e cromofobia. A análise mostrou que a ausência ou redução da cor não constitui vazio semântico. Ela pode organizar a informação, produzir saliência relativa, construir identidade, participar de expectativas sociais e funcionar como marcador de distinção. A distinção entre neutralidade funcional e neutralidade cultural constitui o principal resultado teórico. Uma paleta pode ser reduzida por razões de legibilidade ou organização e, simultaneamente, ser valorizada por convenções de gosto. Entretanto, uma dessas dimensões não explica automaticamente a outra. A associação entre contenção e sofisticação precisa ser compreendida como fenômeno situado. A articulação entre Batchelor, Gage, Pastoureau, Arnheim, Norman e Bourdieu permite compreender o problema em diferentes níveis: a história dos significados cromáticos, a organização perceptiva, a prática projetual e a formação social

do gosto. As pesquisas empíricas de Chung e Saini (2022) e Yue e Xia (2026) reforçam que características cromáticas podem participar de julgamentos de hierarquia e status em condições específicas, mas também mostram a importância de considerar mecanismos e moderadores contextuais. A Matriz Analítica da Neutralidade Cromática sintetiza essa perspectiva ao reunir saliência perceptiva, organização funcional, legitimação cultural e posicionamento contextual, atravessados pela temporalidade. Sua finalidade não é declarar uma paleta mais ou menos neutra em termos absolutos, mas perguntar em que dimensão e sob quais condições determinada escolha passa a ser reconhecida como neutra. Assim, o problema acadêmico não está em usar preto, branco, cinza, bege ou paletas reduzidas. Tampouco está em defender a cor intensa como solução automaticamente mais democrática ou expressiva. O ponto está em tornar visíveis os critérios que transformam uma solução possível em padrão aparentemente natural. Quando uma estética particular pode ser apresentada simplesmente como 'profissional', 'clean', 'premium' ou 'atemporal', vale perguntar quais repertórios históricos e sociais tornam essa leitura possível. A investigação da neutralidade cromática, portanto, não conduz a uma rejeição do minimalismo. Ela amplia a capacidade crítica do design ao mostrar que toda escolha formal ocorre dentro de sistemas de percepção, função, cultura e poder simbólico. Tornar esses sistemas explícitos pode contribuir para decisões projetuais mais conscientes e para pesquisas futuras capazes de testar, comparar e historicizar as relações entre cor, gosto e valor.

11. REFERÊNCIAS

ARNHEIM, Rudolf. *Art and visual perception: a psychology of the creative eye*. 2. ed. Berkeley: University of California Press, 1974.

BATCHELOR, David. *Chromophobia*. London: Reaktion Books, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Translated by Richard Nice. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.

CHUNG, Myungjin; SAINI, Ritesh. Color darkness and hierarchy perceptions: how consumers associate darker colors with higher hierarchy. *Psychology & Marketing*, v. 39, n. 4, p. 820–837,

2022. DOI: 10.1002/mar.21623.

GAGE, John. *Color and culture: practice and meaning from antiquity to abstraction*. Berkeley: University of California Press, 1993.

NORMAN, Donald A. *The design of everyday things: revised and expanded*. New York: Basic Books, 2013.

PASTOUREAU, Michel. *Blue: the history of a color*. Princeton: Princeton University Press, 2001.

PASTOUREAU, Michel. *Black: the history of a color*. Princeton: Princeton University Press, 2008.

PASTOUREAU, Michel. *Red: the history of a color*. Princeton: Princeton University Press, 2017.

YUE, Beibei; XIA, Qing. The color of status: effects of logo color on brand status perceptions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 88, 104564, 2026. DOI: 10.1016/j.jretconser.2025.104564.