



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## PREFERÊNCIAS EM CORES NO VESTUÁRIO: A INFLUÊNCIA DOS SEGMENTOS DE MODA

Dantas, Ítalo José de Medeiros; Mestrando; Universidade Federal de Campina Grande,  
italodantasdesign@hotmail.com<sup>1</sup>  
Solino, Livia Juliana Silva; Mestre; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do  
Rio Grande do Norte, livia.solino@ifrn.edu.br<sup>2</sup>  
Freire, Aline Gabriel; Mestre; Universidade Potiguar, alinefreire2@gmail.com<sup>3</sup>  
Núcleo de Pesquisas em Têxtil e Vestuário

### RESUMO

Os estudos na área das preferências em cores tendem a buscar generalizações, sem se ater a nenhuma forma específica de produto. O que se propõe neste trabalho é gerar uma delimitação de pesquisa no design, colocando um conjunto de produtos como foco. Com isso, é possível investigar as preferências de cores para a moda, especificamente para o vestuário, que faz uso essencial da cor como elemento visual de inovação e diferenciação no seu processo produtivo. Portanto, este estudo tem como objetivo identificar se existe diferença nas preferências em cores de acordo com os principais segmentos de moda. A justificativa se baseia na necessidade de entender as preferências estético-simbólicas dos consumidores, trazendo essas informações como *input* para o setor criativo, visando garantir que os produtos tenham uma maior aceitação de mercado. A relevância da informação de preferências em cores para o processo de design foi identificada em trabalhos que testaram o impacto da tendência em preferir determinadas cores nas decisões de compras dos consumidores, concluindo acerca de sua validade. Isto posto,

---

<sup>1</sup> Mestrando em Design pela UFCG, Especialista em Comunicação, Semiótica e Linguagens Visuais pela UBC, Graduado em Design de Moda pelo IFRN Campus Caicó e Bacharelado em Estatística pelo Centro Universitário IBMR. Afiliado da Associação Pró-Cor do Brasil e participante dos grupos de estudos Language of Color e Environmental Colour Design, ambos vinculados a International Colour Association.

<sup>2</sup> Professora e Coordenadora do CST em Design de Moda do IFRN Campus Caicó. Formada em Design de Moda pela UFC e Mestre em Engenharia de Produção pela UFRN, atua nas áreas de Slow Fashion, Inovação em Processos e Produtos de Moda, Psicologia das Cores. Além de participar ativamente da extensão universitária, promovendo a economia circular.

<sup>3</sup> Engenheira Têxtil pela UFRN, Pós-Graduada em Design de Moda pela Unyleya, Mestre em Engenharia Têxtil pela UFRN e estilista pelo SENAI/RN. Professora nas áreas têxtil, vestuário e moda. Pesquisadora e extensionista nas áreas de cores aplicadas ao processo criativo, inovação em materiais têxteis, modelagem e economia circular.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

conduziu-se um survey virtual, de natureza aplicada, objetivo descritivo e abordagem quali-quantitativa. Selecionou-se o cenário do Seridó, no Rio Grande do Norte, como recorte geográfico, investigando as preferências com relação aos tipos de segmentos de vestuário mais consumidos localmente, sendo: casual, íntimo, dormir, fitness, social e praia. Elaborou-se uma cartela de 16 possibilidades de cores, pedindo ao respondente que selecionasse suas três preferidas dentro de cada segmento. Participaram da pesquisa 501 indivíduos, sendo 313 do gênero feminino e 188 masculino, não fazendo nenhuma limitação etária, de modo que os classificaram em categorias de idades, indo desde menos de 18 a mais de 50 anos. Os dados coletados foram explorados por meio de análise descritiva, nível de significância e análise do qui-quadrado usando o *software R* e XLSTAT. Neste trabalho, foi possível identificar que o preto possui alta preferência em todos os segmentos de moda estudados, exceto em roupa de dormir. Isso foi seguido por outros matizes acromáticos, como branco e cinza (HEX #D9D9D9 – Pantone *Cool Gray 1 C*)<sup>4</sup>. Tratando-se dos matizes cromáticos, houve uma tendência majoritária apenas pelo azul (HEX #3D66FE – Pantone 17-4041 TCX)<sup>4</sup>, vermelho (HEX #FF1616 – Pantone 17-1563 TCX)<sup>4</sup> e rosa (HEX #FF66C4 – Pantone 16-2122 TCX)<sup>4</sup>. Segundo os resultados, foi possível identificar uma diferença estatisticamente significativa nas preferências cromáticas através dos segmentos de moda ( $p < 0,05$ ), portanto, os indivíduos tendem a preferir cores diferentes de acordo com o tipo de vestuário consumido. Posteriormente, foi explorada a relação entre a preferência por preto no vestuário e a simbologia sociocultural difundida sobre esta cor no cenário brasileiro. Percebeu-se também que, entre homens, mulheres e faixas etárias, há um nível significativo de diferença nas preferências cromáticas ( $p < 0,05$ ). Esta informação indica que as influências socioculturais das cores na moda se difundem entre o gênero masculino e feminino de formas diferentes, podendo ser consequência da ideia socialmente construída da cor rosa para mulheres e do azul para homens. Esta pesquisa fornece evidências empíricas da orientação local às preferências de cores na moda, demonstrando que esta tendência muda

---

<sup>4</sup> Os códigos Pantone apresentados se tratam de cores aproximadas no catálogo TCX.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

quando foca no vestuário. As limitações da pesquisa residem na quantidade da amostra. Sobre pesquisas correlatas, pode-se mencionar Zhang (2013), Xing *et al.* (2018) e Dantas *et al.* (2021). A originalidade se encontra na baixa existência de trabalhos especificamente voltados às preferências em cores relacionados aos produtos de Moda, sendo essa investigação no Brasil ainda menor, ou seja, expandindo uma área de conhecimento e trazendo novas evidências.

**Palavras-chave:** design de moda; teoria das cores; preferências em cores.

