

3rd September 2011

TIPOGRAFÍA: COLOR Y LEGIBILIDAD

LA LEGIBILIDAD DE LA TIPOGRAFÍA

El primer objetivo que debe tener un diseñador a la hora de ponerse a trabajar con texto es que éste sea legible, es decir que facilite la lectura al posible receptor de ese trabajo. Cuando el diseñador domina las reglas que hacen que un texto sea más o menos legible o cuando es más importante la expresividad que el contenido textual, es cuando el diseñador podrá trabajar más libremente.

¿Cuáles son las reglas que debemos tener en cuenta para la legibilidad de los textos?

Es elemental analizar el tipo de diseño y mensaje que se quiere transmitir, según esto es importante elegir una fuente tipográfica, escoger un tipo de fuente acorde con el perfil del receptor o consumidor a quien va dirigido el mensaje. La tipografía en este caso debe apoyar los textos y complementar los elementos gráficos.

En primer lugar deberemos escoger caracteres que sean abiertos y bien proporcionados, con regularidad en los tipos y con remates clásicos. Los caracteres que contienen afectaciones estilísticas o irregularidades son menos legibles, por lo que son menos recomendables utilizarlos en bloques de textos y más adecuados para textos cortos o titulares.

Una vez elegida la tipografía con la que trabajaremos para hacer legible el trabajo, tendremos que tener en cuenta otros aspectos como el cuerpo con el que trabajaremos, la longitud de la línea o el interlineado. Cuando conseguimos que estos tres elementos armonicen “tipografía y su tamaño o cuerpo, longitud e interlineado”, se producirá una mayor facilidad de lectura, será más natural nuestro recorrido visual sobre el texto. Cuando variamos uno de estos aspectos en la tipografía, deberemos ajustar los otros para que la armonía se siga produciendo.

Deberemos elegir un cuerpo o tamaño de tipografía dependiendo de la finalidad y la importancia que queramos darle al texto. Cuando estamos hablando de un bloque de texto el tamaño idóneo debe estar entre 8 y 11 puntos, cuando nos referimos a otras finalidades del texto: titulares, subtítulos... los tamaños pueden ser muy variables.

En cuanto a la longitud de las líneas deberemos tener cuidado, ya que las demasiado largas producen aburrimiento en el lector y las demasiado cortas dificultan la lectura por el ritmo visual al que obliga con el cambio constante de línea de lectura. Dependiendo de qué tipo de textos o del tamaño del diseño nos tendremos que plantear distintas longitudes de línea, pero habitualmente se considera que el máximo de caracteres aceptados por línea es de sesenta a setenta.

Por otra parte el interlineado es un factor importante para que el lector pueda seguir correctamente la lectura sin equivocarse de línea o cansar la vista. Es el espacio vertical entre las líneas de texto. Como regla general, el interlineado debe ser aproximadamente un 20% mayor que el tamaño de la fuente. Por ejemplo un interlineado de 12 puntos es correcto para un texto de 10 puntos. Pero siempre debemos tener en cuenta que los requerimientos varían según el texto y la fuente.

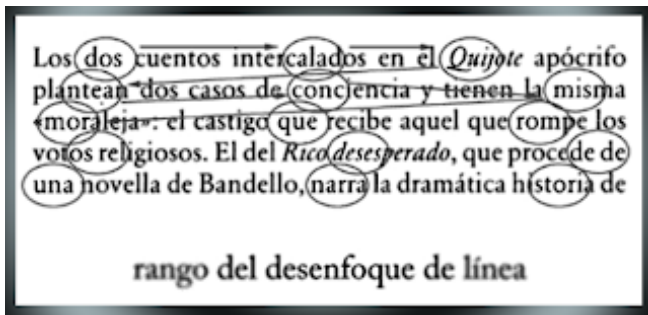
EFFECTO DE LAS RELACIONES ENTRE SIGNOS

La legibilidad tipográfica estudia el efecto de las relaciones entre signos, ya que ningún lector lee signos aislados. Los elementos que lee son los naturales en que se agrupa nuestro sistema de escritura, a los que además está acostumbrado. Por ello se toma la palabra (que aparece en la escritura como una entidad visual) como la unidad de lectura.

La psicología de la lectura depende de numerosos factores. Entre ellos figuran los siguientes:

1. El ojo no puede desplazarse sin saltos sobre un texto impreso.
2. Sólo en los puntos de fijación se tiene pleno foco.
3. El reconocimiento de muchas palabras se da cuando están borrosas.
4. En la visión de colores, sólo las ondas medias (amarillos y verdes) quedan bien enfocadas en la retina.

La Figura muestra, en un símil, lo que se denomina «rango de desenfoque de línea», es decir, el gradiente que va del foco al fuera de foco a lo largo de la línea de lectura, considerando diversos puntos de fijación. El lector mismo lo puede comprobar observando que, si mira a un extremo de una línea y no deslaza el ojo, lo más probable es que sea incapaz de leer palabras situadas en el otro extremo de la línea.



[[http://4.bp.blogspot.com/-](http://4.bp.blogspot.com/-NYSDUQxzlC4/TmG1vMVZOnI/AAAAAAAAAek/ntds8HjWH7g/s1600/LEGIBILIDAD-DE-TIPOGRAFIA_SICOLOGIA.png)

[NYSDUQxzlC4/TmG1vMVZOnI/AAAAAAAAAek/ntds8HjWH7g/s1600/LEGIBILIDAD-DE-TIPOGRAFIA_SICOLOGIA.png](http://4.bp.blogspot.com/-NYSDUQxzlC4/TmG1vMVZOnI/AAAAAAAAAek/ntds8HjWH7g/s1600/LEGIBILIDAD-DE-TIPOGRAFIA_SICOLOGIA.png)]

ELECCIÓN DE LA PALETA DE FUENTES



[http://1.bp.blogspot.com/-3718RPDcW9c/TmG5QppDSFI/AAAAAAAAAes/C8vy5IF1qhU/s1600/_jklfamilia.jpg]

Tal como preparamos una paleta de colores para usar en un diseño o pintura, también podemos escoger un grupo de fuentes que vaya bien para un determinado trabajo. Una paleta típica contiene:

Todo diseñador debe tener la habilidad de analizar, explorar y reconocer las características conceptuales, formales, históricas y técnicas de los diferentes tipos de letras. Cada familia tipográfica tiene sus propias características y su propia personalidad, que permiten expresar diferentes notas visuales, unas más fuertes y otras más sutiles, unas más refinadas y otras más toscas, unas más

geométricas y otras más orgánicas, por lo que la selección de las familias tipográficas a usar en una composición debe hacerse con un amplio sentido de la responsabilidad.

Para lograr una composición tipográfica adecuada, es necesaria una correcta selección de las familias tipográficas a utilizar, teniendo en cuenta su legibilidad, sus proporciones, el contraste entre los trazos gruesos y delgados, la existencia del remate o su falta, su inclinación y su forma.

La elección del tipo más adecuado depende en gran medida del tipo de mensaje al que va enfocada la composición. En algunos casos necesitaremos un tipo de letra refinada, elegante o delicada, mientras que en otros necesitaremos letras sobrias, macizas y sin ningún tipo de remilgos.

En general, las familias de origen romano, con serifas de pie, funcionan mejor como tipo de lectura en imprenta. Por el contrario, las de palo seco o sin serifas, dan mejor resultado en monitores y pantallas, sobre todo cuando hablamos de resoluciones bajas.

El factor más determinante sobre la elección de una fuente debe ser su legibilidad, propiedad derivada del diseño mismo de los tipos de letra, especialmente importante para textos largos. Para bloques de texto más cortos tenemos mayor libertad de elección, y para los títulos podemos emplear la fuente que queramos, en función del espíritu del documento y la sensación que nos interese crear.

Asociación fuente época

Una buena estrategia de trabajo es preparar una paleta de fuentes con una letra serif para el texto, una letra sans para los títulos y subtítulos, con tamaños mayores, otra para los pies de foto, resúmenes, citas y notas, de menor tamaño, y tal vez, una letra especial para el título principal. Es una fórmula que es simple y efectiva, que evita la mezcla de diferentes fuentes de palo seco juntas o diferentes letras serif juntas, combinaciones que raramente funcionan.

Algunas tipografías tienen versión sans y versión serif y suelen formar una perfecta combinación: por ejemplo, la forma serif para el texto y la sans para el resto. Con fuentes diferentes, es cuestión de probar.

La fuente elegida para el texto puede incluir, naturalmente, la variante cursiva y en negrilla. Ambas deben emplearse sólo para enfatizar partes del documento, no en fragmentos extensos.

Conviene evitar lo que ya está muy visto. Una fuente que todo el mundo usa hace que nuestros documentos sean indistinguibles, un producto clónico de los demás. Fuentes como Arial (Helvetica), Courier y Times New Roman son tan frecuentes que convierten un documento en algo anodino, sin impacto visual. Como alternativa hay fuentes que, siendo básicamente del mismo tipo, sacarán del anonimato y aburrimiento a los textos que preparemos.

Las combinaciones son de los siguientes tipos de letras:

Helvética / Garamond
 Caslon / Univers
 Frutiger / Minion
 Futura / Bodoni
 Garamond / Futura
 Gill Sans / Caslon
 Minion / Gill Sans
 Univers / Caslon
 Bodoni / Futura
 Myriad / Minion
 Avenir / Warnock
 Caslon / Franklin Gothic
 FF Din / Baskerville
 Trade Gothic / Clarendon
 Baskerville / Univers
 Akzidenz Grotesk / Garamond
 Clarendon / Trade Gothic
 Franklin Gothic / Baskerville
 Warnock/Univers

COLOR DE LA FUENTE TIPOGRÁFICA

Cada color tiene un significado determinado, estos deben estar en armonía con los colores utilizados en los elementos gráficos en la diagramación de la pieza. Los colores de la tipografía deben generar suficiente contraste, para llamar la atención del lector y darle además el justo equilibrio visual necesario entre texto y tipografía.

Diseñar con tipos y colores es un gran reto, ya que cuando los colores y los tipos aúnan sus fuerzas, el riesgo de errar se acentúa; aunque también es cierto que la combinación de tipos y color hace que se resalte los atributos



[http://4.bp.blogspot.com/-1Zn-gE2Z_u8/TmG7dZ9uaWI/AAAAAAAAAe0/VQXuXCXCLgA/s1600/___CIRCULO-CROM%25C3%2581TICO.jpg]

visuales y expresivos de la tipografía.

En la elección del color uno de los aspectos que debemos no olvidar es la legibilidad tipográfica.

Cuando se combinan tipos y color, el equilibrio entre estas características es crucial.

Los colores azules y naranja, complementarios totalmente saturados, ofrecen un contraste tonal pleno, pero cuando lo aplicamos a tipo y fondo los bordes de las letras tienden a oscilar y complica la lectura del texto. Esto ocurre porque ambos colores poseen un brillo que rivaliza entre sí y que reclaman atención propia. La solución es suavizar o acentuar uno de los tonos haciendo que su valor pase a ser claro u oscuro.

El color, aplicado discretamente a algunas partes del texto, puede mejorar mucho su legibilidad, darle un mayor peso visual e incluso crear la impresión de mayor variedad de fuentes. Un ligero toque de color en los subtítulos, o remarcando una cita, es un recurso muy útil y elegante, pero hacer un collage de colores en una página de texto que pretende ser serio o informativo pone en evidencia un mal gusto y un escaso sentido común.

Cuando tenemos que buscar un color para asociar a un tipo, lo primero que deberemos de examinar son los objetivos del trabajo que tenemos que realizar y el público al que va dirigido. No es lo mismo un cartel destinado a anunciar el último disco de un grupo musical que un folleto sobre planes de pensiones de un banco. Ambos temas son totalmente diferentes y están destinados a públicos con preferencias y necesidades distintas.

Poco contraste -> Mala legibilidad

El Gobierno norirlandés liderado por el unionista Brian Faulkner había sido suspendido y Londres volvía a gobernar sobre la provincia por primera vez en 50 años.

[[http://3.bp.blogspot.com/-](http://3.bp.blogspot.com/-QBmeb_SkXx8/TmG7u7JtU-)

[QBmeb_SkXx8/TmG7u7JtU-](http://3.bp.blogspot.com/-QBmeb_SkXx8/TmG7u7JtU-)

[I/AAAAAAAAAe4/wgrtfqY8U_4/s1600/Poco+contraste+mala+legibilidad.gif](http://3.bp.blogspot.com/-QBmeb_SkXx8/TmG7u7JtU-/AAAAAAAAAe4/wgrtfqY8U_4/s1600/Poco+contraste+mala+legibilidad.gif)

Uno de los factores más importante de los textos, que influye sobremanera en la legibilidad de los mismos, es el contraste entre estos y el fondo sobre el que se sitúan. Un contraste adecuado hace que los textos se lean bien y que su lectura no canse al lector, condición muy importante en obras de contenido textual importante. Si el tipo se disminuye en tamaño, debe incrementarse la fuerza de contraste de color.

Mucho contraste -> Buena legibilidad

El Gobierno norirlandés liderado por el unionista Brian Faulkner había sido suspendido y Londres volvía a gobernar sobre la provincia por primera vez en 50 años.

[[http://4.bp.blogspot.com/-](http://4.bp.blogspot.com/-hlbuAIF3J5s/TmG734RLIGI/AAAAAAAAAe8/5qYFT-izl8k/s1600/Mucho+contraste+buena+legibilidad.gif)

[hlbuAIF3J5s/TmG734RLIGI/AAAAAAAAAe8/5qYFT-](http://4.bp.blogspot.com/-hlbuAIF3J5s/TmG734RLIGI/AAAAAAAAAe8/5qYFT-izl8k/s1600/Mucho+contraste+buena+legibilidad.gif)

[izl8k/s1600/Mucho+contraste+buena+legibilidad.gif](http://4.bp.blogspot.com/-hlbuAIF3J5s/TmG734RLIGI/AAAAAAAAAe8/5qYFT-izl8k/s1600/Mucho+contraste+buena+legibilidad.gif)

Estamos acostumbrados a ver tipos negros sobre papel blanco, y tradicionalmente esta combinación es la más legible. Además muchos tipos se han diseñado para ser leídos como letras negras sobre fondo blanco y ofrecen una óptima legibilidad impresos de este modo.

En el momento en que se añade color al tipo o al fondo, se altera la legibilidad del texto. En consecuencia, la tarea del diseñador es combinar las propiedades del tipo y el color para multiplicar su potencial comunicativo. Estos dos elementos pueden dar vida a un texto que, de otro modo, fracasaría en su vertiente comunicativa.

Para alcanzar la óptima legibilidad cuando se diseña con tipos y color se han de sopesar cuidadosamente las tres propiedades del color (tono, valor e intensidad) y determinar el contraste apropiado entre las letras y su fondo. Podemos usar contrastes de tono (cálidos y fríos), contrastes de valor (luminoso y oscuro) o contrastes de saturación (vivos y apagados).

Los colores azules y naranja, complementarios totalmente saturados, ofrecen un contraste tonal pleno, pero cuando lo aplicamos a tipo y fondo los bordes de las letras tienden a oscilar y complica la lectura del texto. Esto ocurre porque ambos colores poseen un brillo que rivaliza entre sí y que reclaman

atención propia. La solución es suavizar o acentuar uno de los tonos haciendo que su valor pase a ser claro u oscuro.

Un texto de color amarillo sobre fondo blanco perdería importancia, ya que, no resaltaría al ser los dos colores claros, sin embargo, si el color de fondo es negro, el amarillo cobraría fuerza. Según algunos estudios, la letra más legible es la negra sobre fondo amarillo.

Negro sobre amarillo -> legibilidad máxima

El Gobierno norirlandés liderado por el unionista Brian Faulkner había sido suspendido y Londres volvía a gobernar sobre la provincia por primera vez en 50 años.

[[http://2.bp.blogspot.com/-](http://2.bp.blogspot.com/-uTYeKLqH4Tk/TmG8DNmRcGI/AAAAAAAAAfA/TmpavhPLXnU/s1600/negro+sobre+amarillo+legibilidad+m%25C3%25A1xima.gif)

[uTYeKLqH4Tk/TmG8DNmRcGI/AAAAAAAAAfA/TmpavhPLXnU/s1600/negro+sobre+amarillo+legibilidad+m%25C3%25A1xima.gif](http://2.bp.blogspot.com/-uTYeKLqH4Tk/TmG8DNmRcGI/AAAAAAAAAfA/TmpavhPLXnU/s1600/negro+sobre+amarillo+legibilidad+m%25C3%25A1xima.gif)]

Por otra parte, si dos colores análogos están demasiado cerca en el círculo cromático y no aportan suficiente contraste de tono o valor, deberían reajustarse para agudizar dicho contraste. Un buen principio es coger colores que no estén directamente enfrentados ni estén demasiado próximos en el círculo cromático. Deben buscarse colores compatibles, pero también colores que difieran en valor e intensidad.

Tendremos que tener también en cuenta las cualidades y características de cada tipo, ya que un tipo muy fino o estrecho, o una letra de trazo puede parecer muy débiles o ilegibles si los tonos son muy similares o si los valores están demasiado próximos. Por lo tanto, debe de existir el contraste suficiente para proteger la fidelidad de las letras.

Si el contraste de colores no basta por sí solo para destacar el tipo sobre el fondo, pueden añadirse perfiles y sombras. De todas formas no es recomendable utilizar estos efectos en los bloques de texto, pues en términos de legibilidad sería más perjudicial que beneficioso. Los mejores resultados se consiguen con tipos grandes o en titulares.

Otra solución, cuando el contraste de color es escaso o cuando debe imprimirse en color un gran fragmento textual, es configurar correctamente los espaciados, pues favorecen la legibilidad.

Empleando tramas podemos enriquecer la variedad cromática de un texto sin tener que añadir colores adicionales. Las tramas resultan especialmente útiles en trabajos de impresión con uno o dos colores.

Tendremos que tener también en cuenta las cualidades y características de cada tipo, ya que un tipo muy fino o estrecho, o una letra de trazo puede parecer muy débiles o ilegibles si los tonos son muy similares o si los valores están demasiado próximos. Por lo tanto, debe de existir el contraste suficiente para proteger la fidelidad de las letras.

COLOR TIPOGRÁFICO

Otro concepto que debemos conocer es el llamado "color tipográfico": una ilusión óptica creada por las propias proporciones y las formas de los diseños tipográficos que nos da la sensación de distinto color aunque esté impreso en el mismo color. Aunque las palabras estén impresas en el mismo color, cada una de ellas puede poseer un tono distinto debido a las características propias de sus diseños tipográficos.

Quis ignorat (sacratissima Maiestas) principalia dona principalibus; principaliora maioribus; et maximis principalissima deberi? Nullus ergo ambigat, cur opus istud, tum nobilitate subiecti circa quod versatur; tum singularitate inuentionis, cui innittitur; tum grauitate demonstrationis, qua communicatur, inter maxima numerandum; in te aegregium

Quis ignorat (sacratissima Maiestas) principalia dona principalibus; principaliora maioribus; et maximis principalissima deberi? Nullus ergo ambigat, cur opus istud, tum nobilitate subiecti circa quod versatur; tum singularitate inuentionis,

Quis ignorat (sacratissima Maiestas) principalia dona principalibus; principaliora maioribus; et maximis principalissima deberi? Nullus ergo ambigat, cur opus istud, tum nobilitate subiecti circa quod versatur; tum singularitate inuentionis, cui innittitur; tum grauitate demonstrationis, qua communicatur, inter maxima numerandum; in aegregium

[http://2.bp.blogspot.com/-8Q8wwWYYQr4/TmG8X_nAp1I/AAAAAAAAAfE/OJGI0aoYXtQ/s1600/COLORTIPOGRAFICO.jpg]

Cuando hablamos de color tipográfico estamos entrando en el campo de las ilusiones ópticas: todos los signos de una mancha textual pueden estar impresos en un mismo tono de negro absoluto y sin embargo crear una superficie gris. Así, un mismo cuerpo puede producir un efecto visual muy diferente según el espaciado elegido entre los signos y entre líneas.

El negro, entonces, crea para el ojo toda la gama de grises.

Pero ese mismo negro produce otro efecto colateral que no debe ser ignorado: un valor negro, por pequeño que sea, "consume" el blanco; lo elimina y se coloca a un nivel inferior que la superficie blanca: existen tantos grados de relieve en profundidad como tonalidades de gris posibles.

De esta manera, valor de gris y profundidad son dos resultados óptico-formales ineludibles en cualquier mancha textual, y deberán ser tenidos en cuenta en todo trabajo tipográfico. Aún si trabajamos con una única familia, son numerosas las variables que se deben controlar y que, con un mínimo cambio en alguna de ellas, el color tipográfico indefectiblemente será modificado. Tanto el peso visual de la fuente en sí misma (roman, bold, extra bold, black, medium, light, extra light, condensed o extended), como su cuerpo, su interletra o interlínea producen estas alteraciones.

Una acertada decisión de grises, dependiendo de las categorías textuales con las que deseemos trabajar, nos asegurará fuerza formal y dinamismo en nuestra puesta tipográfica.

COMO IMPACTA EL COLOR

Los colores pueden dividirse en dos grupos:

Los colores cálidos van desde el rojo al amarillo, y son colores muy impactantes, ya que destacan mucho sobre un fondo. El rojo o el naranja son colores muy vistosos y llamativos, por este motivo se usa el color rojo en los semáforos y muchas señales de peligro. Los colores fríos, son los verdes hasta los azules, tienen la característica de que son muy relajantes. Se utilizan en la decoración infantil, centros de estudio, hospitales. Colores fríos, colores fríos

TIPOGRAFÍA Y PSICOLOGÍA DEL COLOR

Cada color ejerce sobre la persona que lo observa una triple acción:

- Impresiona al que lo percibe, por cuanto que el color se ve, y llama la atención.
- Tiene capacidad de expresión, porque cada color, al manifestarse, expresa un significado y provoca una reacción y una emoción.
- Construye, todo color posee un significado propio, y adquiere el valor de un símbolo, capaz por tanto de comunicar una idea. Los colores frecuentemente están asociados con estados de ánimo o emociones.

Los colores nos afectan psicológicamente y nos producen ciertas sensaciones. Debemos dejar constancia que estas emociones, sensaciones asociadas corresponden a la cultura occidental, ya que en otras culturas, los mismos colores, pueden expresar sentimientos totalmente opuestos por ejemplo, en Japón y en la mayor parte de los países islámicos, el color blanco simboliza la



[[http://3.bp.blogspot.com/-](http://3.bp.blogspot.com/-VU9fvsz_D4s/TmG-bD0Vz8I/AAAAAAAAAfI/uF9o3LpNOyo/s1600/___psicologia-del-color___0001.jpg)

[VU9fvsz_D4s/TmG-bD0Vz8I/AAAAAAAAAfI/uF9o3LpNOyo/s1600/___psicologia-del-color___0001.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-VU9fvsz_D4s/TmG-bD0Vz8I/AAAAAAAAAfI/uF9o3LpNOyo/s1600/___psicologia-del-color___0001.jpg)]

muerte.

El color Blanco

Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa paz o rendición. Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia. El blanco crea una impresión luminosa de vacío, positivo infinito.

El color negro

Símbolo del error, del mal, el misterio y en ocasiones simbólica algo impuro y maligno. Es la muerte, es la ausencia del color. También transmite nobleza y elegancia.

Color gris

Es el centro de todo ya que se encuentra entre la transición entre el blanco y el negro, y el producto de la mezcla de ambos. Simboliza neutralidad, indecisión y ausencia de energía. Muchas veces también expresa tristeza, duda y melancolía. El color gris es una fusión de alegrías y penas, del bien y del mal. Da la impresión de frialdad metálica, pero también sensación de brillantez, lujo y elegancia.

Simbología del color amarillo y rojo

Por ejemplo una invitación de un color brillante debe evocar la imagen del mismo valor, sino y en caso opuesto conseguiríamos un efecto contraproducente, transmitiendo la sensación de falsificación. Si es de color oro, la imagen debe combinar en concordancia con el color expuesto, para que se tenga una visión agradable y equilibrada de la presentación.

El color amarillo:

Es el color más intelectual y puede ser asociado con una gran inteligencia o con una gran deficiencia mental; Van Gogh tenía por él una especial predilección, particularmente en los últimos años de su crisis. Este primario significa envidia, ira, cobardía, y los bajos impulsos, y con el rojo y el naranja constituye los colores de la emoción. También evoca satanismo (es el color del azufre) y traición. Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo.

Mezclado con negro constituye un matiz verdoso muy poco grato y que sugiere enemistad, disimulo, crimen, brutalidad, recelo y bajas pasiones. Mezclado con blanco puede expresar cobardía, debilidad o miedo y también riqueza, cuando tiene una leve tendencia verdosa. Los amarillos también suelen interpretarse como joviales, afectivos, excitantes e impulsivos. Están relacionados con la naturaleza. Psicológicamente se asocia con el deseo de liberación.

El color rojo:

Se lo considera con una personalidad extrovertida, que vive hacia afuera, tiene un temperamento vital, ambicioso y material, y se deja llevar por el impulso, más que por la reflexión. Simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso, así mismo crueldad y rabia. Es el color de los maniáticos y de Marte, y también el de los generales y los emperadores romanos y evoca la guerra, el diablo y el mal. Como es el color que requiere la atención en mayor grado y el más saliente, habrá que controlar su extensión e intensidad por su potencia de excitación en las grandes áreas cansa rápidamente.

Mezclado con blanco es frivolidad, inocencia, y alegría juvenil, y en su mezcla con el negro estimula la imaginación y sugiere dolor, dominio y tiranía. Expresa sensualidad, virilidad y energía, considerado símbolo de una pasión ardiente y desbordada. Por su asociación con el sol y el calor es un color propio de las personas que desean experiencias fuertes.

El color naranja:

Es un poco más cálido que el amarillo y actúa como estimulante de los tímidos, tristes o linfáticos. Simboliza entusiasmo y exaltación y cuando es muy

encendido o rojizo, ardor y pasión. Utilizado en pequeñas extensiones o con acento, es un color utilísimo, pero en grandes áreas es demasiado atrevido y puede crear una impresión impulsiva que puede ser agresiva. Posee una fuerza activa, radiante y expresiva, de carácter estimulante y cualidad dinámica positiva y energética. Mezclado con el negro sugiere engaño, conspiración e intolerancia y cuando es muy oscuro, opresión.

El color azul:

Simboliza, la profundidad inmaterial y del frío.

La sensación de placidez que provoca el azul es distinta al de la calma o del reposo terrestre propio del verde.

Se lo asocia con los introvertidos o personalidades reconcentradas o de vida interior y está vinculado con la circunspección, la inteligencia y las emociones profundas.

Es el color del infinito, de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la sabiduría, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso. Mezclado con blanco es pureza, fe, y cielo, y mezclado con negro, desesperación, fanatismo e intolerancia. No fatiga los ojos en grandes extensiones

El color violeta

El violeta, es el color de la templanza, la lucidez y la reflexión. Transmite profundidad y experiencia. Tiene que ver con lo emocional y lo espiritual. Es místico, melancólico y se podría decir que también representa la introversión. En su variación al púrpura, es realeza, dignidad, suntuosidad. Mezclado con negro es deslealtad, desesperación y miseria. Mezclado con blanco: muerte, rigidez y dolor.

Color verde

Es un color de extremo equilibrio

Se lo asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales que gustan de la vanidad de la oratoria y simboliza la primavera y la caridad.

Incita al desequilibrio y es el favorito de los psiconeuróticos porque produce reposo en el ansia y calma, tranquilidad, también porque sugiere amor y paz y por ser al mismo tiempo el color de los celos, de la degradación moral y de la locura.

Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Aquellos que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía. Mezclado con blanco expresa debilidad o pobreza. Sugiere humedad, frescura y vegetación, simboliza la naturaleza y el crecimiento. La persona que destaca por el uso del color verde, quiere ser respetada y competente.

Las tipografías doradas o plateadas

Sobre fondos oscuros nos evocan elegancia y sofisticación, y son muy adecuadas, si se trata de un proyecto donde se debe incluir el lujo, la elegancia o poder.

El blanco, gris y negro, no pueden incluirse en los grupos de cálidos y fríos. Los colores primarios (Magenta, Cian y Amarillo) se utilizan en productos infantiles, porque aportan alegría y juventud. Y además estos colores, en los niños les recuerdan a los dulces.

Los tonos marrones, tostados cremas y ocre.

Representan añoranza y son perfectos para representar productos naturales y clásicos. También para los productos de vinos (reposados, añejos, etc.) En publicidad se emplea en anuncios en blanco y negro o escala de grises, para resaltar el producto o elemento protagonista.

Publicado 3rd September 2011 por [ruby diaz](#)

Etiquetas: [color tipográfico](#), [definición de tipografía](#), [paleta de fuente](#), [psicología del color](#)



Añadir un comentario

Introduce tu comentario...

Comentar como:

Cuenta de Goo ▾

Publicar

Vista previa