



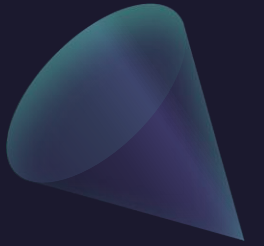
Bloque 1.

Psicología del color



Psicología del color

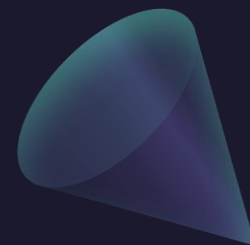
El color tiene la capacidad de estimular o deprimir, de crear alegría o tristeza, y de despertar actitudes pasivas o activas. Algunos colores nos producen una sensación de serenidad y calma (que generalmente se encuentran del lado azul del espectro, conocido como el lado frío), mientras que otros nos inducen ira y nos hacen sentir incómodos.



Rojo

Pasión, atrevimiento, importancia, fuerza, calor, energía, estimulación, masculinidad, excitación, exuberancia, osadía.

El rojo trae atención a textos e imágenes, así que úsalo como un color para estimular a las personas a tomar decisiones rápidas. Es un color perfecto para botones con Call-To-Actions como "Comprar ahora" o "Hacer clic aquí". En publicidad, el rojo se usa a menudo para evocar sensaciones eróticas o para indicar peligro; también se asocia con la energía, por lo que lo puedes usar para promocionar bebidas energéticas, juegos, autos o artículos relacionados con deportes.



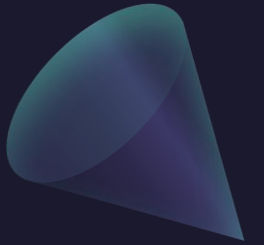
Rojo



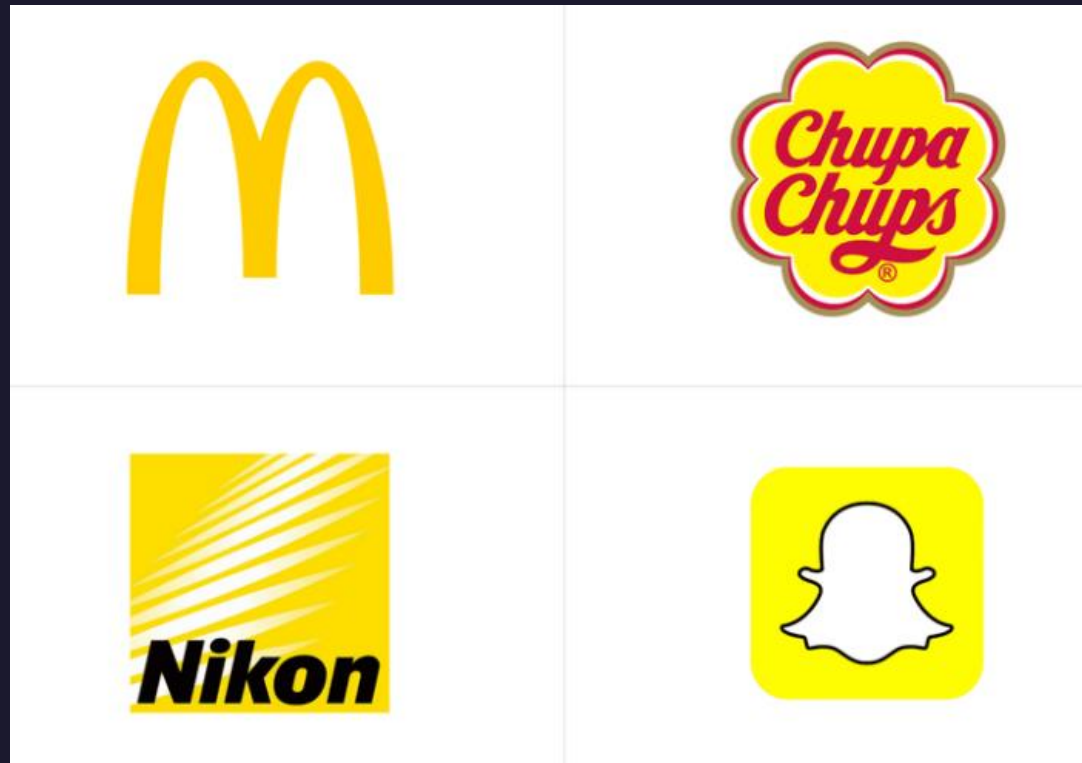
Amarillo

Felicidad, amistad, advertencia, optimismo, caluroso, velocidad, amabilidad, autoestima, extroversión.

El amarillo evoca sentimientos agradables y alegres, así que puedes usarlo para promocionar productos infantiles y artículos relacionados con el ocio. Usualmente se percibe al amarillo como un color despreocupado e inestable, por lo que no se recomienda usarlo para vender productos de prestigio o caros: nadie compra un traje o un Mercedes Benz amarillo.



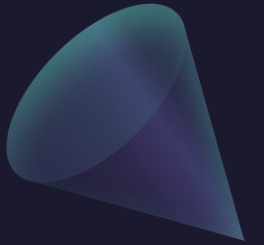
Amarillo



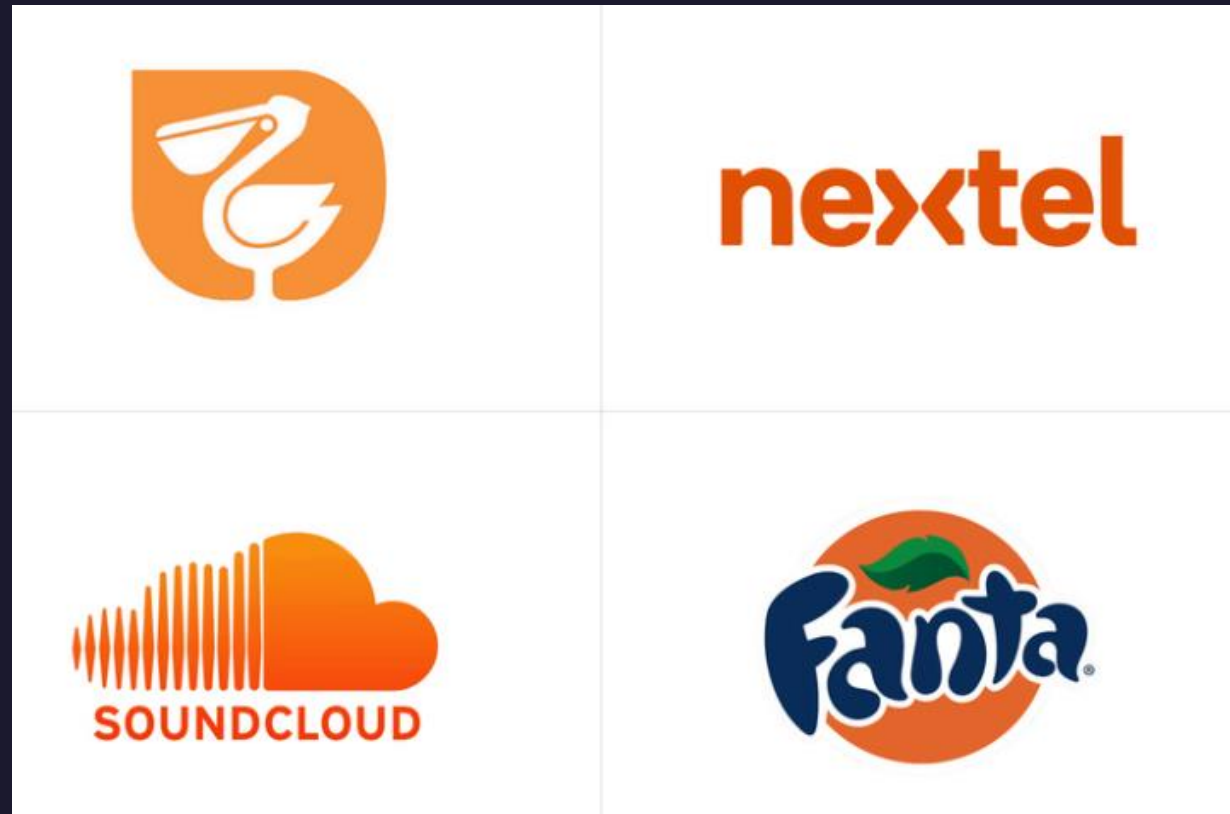
Naranja

Energía, vitalidad, diversión, seguridad, jugueteo, calidez, confort, comida.

El naranja es un color que da la sensación de calor, por lo que produce un efecto estimulante y es muy aceptado entre los jóvenes. Este color tiene una visibilidad muy alta, por lo que puedes usarlo para llamar la atención y promocionar productos alimenticios o juguetes.



Naranja



Verde

Naturaleza, salud, paz, orgánico, equilibrio, restauración, conciencia, armonía.

El verde tiene un gran poder curativo, el cual lo hace el color más relajante para el ojo humano; este sugiere estabilidad y resistencia. Usa el verde para indicar equilibrio en tus mensajes o promocionar productos 'verdes'.

Verde

GREENPEACE



THE GREEN CORNER



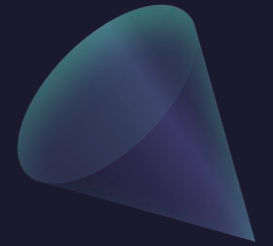
botanicus[®]
armonía para tu cuerpo



Azul

Inteligencia, confianza, seguridad, serenidad, comunicación, eficiencia, lógica, reflexión, calma.

El azul es un color que se considera beneficioso para mente y cuerpo. Disminuye el metabolismo humano, produce un efecto calmante y emite seguridad. Varios bancos, hospitales y Facebook gustan usar del color azul para demostrar confianza a sus clientes. Además, puedes usar azul para promocionar productos o servicios relacionados con la limpieza, aerolíneas y agencias de viajes. Evita usarlo para promover comida, ya que el azul suprime el apetito.



Azul



PayPal™

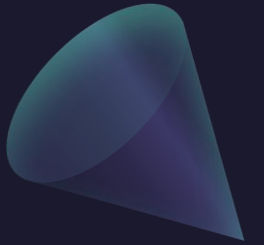
telcel



Morado

Lujo, misterio, creatividad, espiritualismo, visión, autenticidad, verdad.

El morado está asociado con la realeza; representa la sabiduría, la imaginación, la locura, la creatividad, el misterio y la magia. Es una buena opción para un diseño femenino o una agencia de publicidad.



Morado

gandhi.
libros · música · video · café



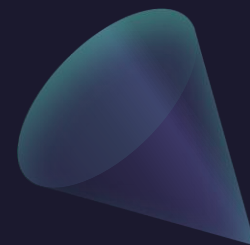

Hallmark



Negro

Sofisticación, protección, elegancia, sustancia, glamour.

El negro es un color misterioso asociado con el miedo, lo desconocido y, por lo general, tiene una connotación negativa: lista negra, humor negro, muerte negra. De la misma forma, es un color elegante y prestigioso: corbata negra, Mercedes Benz negro. Un excelente color para marcas de lujo o moda.



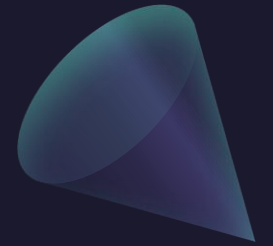
Negro



Blanco

Virtuoso, pureza, juventud, esterilidad, limpieza, simplicidad, sofisticación, claridad.

El blanco es considerado el color de la perfección, un nuevo comienzo y es el color representativo de la fe. Es un color apropiado para organizaciones caritativas o religiosas. El blanco se asocia con salud y esterilidad, por lo que puedes usarlo para dar seguridad al promocionar productos médicos, alimentos bajos en grasa y productos lácteos.



Blanco

