

JOSE MIGUEL ALFARO PEREZ

MARIA EUGENIA PEDRUEZA CANO

TEORIA Y APLICACIÓN DEL COLOR

APLICACIÓN DE COLOR

PRIMER CUATRIMESTRE

DISEÑO GRAFICO



APLICACIÓN DE COLOR

	<ul style="list-style-type: none">• Blanco: Junto al oro y el azul da la idea de lo noble e ideal. Es el color de lo perfecto, de la honradez, de la pureza y la verdad. Asimismo, representa lo sofisticado. El sector salud también está asociado a este color, ya que genera la idea de higiene.
	<ul style="list-style-type: none">• Verde: El color del bienestar, de la tranquilidad y del medio ambiente. También simboliza el cuidado personal. Por cierto, ¿sabías que el ojo humano distingue más tonos de verdes que de ningún otro color? Un buen ejemplo es la marca Subway, la brinda alimentos sanos a sus clientes y su principal característica es contar con vegetales frescos.
	<ul style="list-style-type: none">• Rosa El color de lo femenino, de la mujer, de la inocencia, la niñez y el romanticismo. Este color provoca relajación, estados de ánimo de amistad. Las marcas que tratan de generar confianza y calma utilizan el rosa. Sin embargo, en tonos más oscuros transmite elegancia y frescura.

	<ul style="list-style-type: none"> • Violeta <p>Este color transmite poder, nobleza, lujo, sabiduría, creatividad, dignidad, etc. En marketing se puede asociar al público femenino o a servicios relacionados con ciencia ficción, magia y misterio.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Negro <p>Este color comunica poder, lujo, elegancia y seriedad. Sin embargo, también puede ser negativo, transmitiendo el mal, la muerte y el luto en el mundo occidental. Es también el color de la negación, de sucio y lo malo. En cuanto a los significados de los colores en marketing, las empresas lo utilizan para enviar un mensaje de exclusividad, de alta calidad y para añadir un toque de misterio.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Naranja <p>Color cálido, que transmite entusiasmo y excitación. Un logotipo naranja, por ejemplo, nos parece amigable y alegre. Además, no lo olvides: ¡provoca la acción en el consumidor!</p> <p>La personalidad de Rappi evoca a ese amigo de confianza que hará todo lo posible por ayudarte, es una marca jovial a la que le confías tareas y las hace. Por ejemplo: Ir al súper a hacer las compras y llevarlo hasta tu casa.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Marrón <p>Es el color del suelo, de todas las cosas terrenales y da una sensación orgánica. Además, es usado en espacios o producciones ligadas a lo rústico. Es el color de los alimentos ya cocinados, tostados o aromáticos. Es importante conocer el contexto en el que vamos a utilizar este color, ya que también puede dar la idea de suciedad, excremento o lo común.</p>



- **Rojo**

El rojo se utiliza para dar el mensaje de que algo es fuerte y provocativo que, a nivel emocional, simboliza la pasión y la intensidad.

También transmite intensidad, acción, energía y cierta urgencia, por eso lo verás como un color destacado en ciertas promociones, y es que tiene la propiedad de acelerar el corazón y... ¡abrir el apetito!

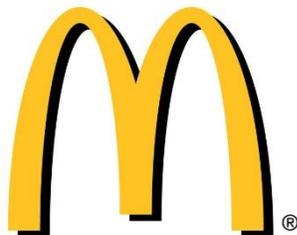
Desde tiempos remotos la bebida gaseosa y refrescante más famosa del mundo comenzó a utilizar la etiqueta roja. Esto le sirvió para diferenciarse de toda la competencia.



- **Azul**

Todo lo contrario, al rojo, éste es un color que transmite calma y tranquilidad. Es el color más natural y más visto por el humano, ya que es el color del cielo y del mar. ¿Por qué crees que los cirujanos y enfermeras utilizan batas azules? El azul aumenta la confianza, porque no es agresivo. Además, el azul rey representa masculinidad, otros tonos representan innovación y profesionalismo.

Y como ejemplo de ello grandes marcas como Facebook, Twitter, Skype, WordPress entre otras enfocadas a la tecnología lo utilizan.



- **Amarillo**

El amarillo es un color alegre, joven, que transmite positivismo y claridad. Favorece la comunicación y estimula los procesos mentales. McDonald's ha sabido combinar perfectamente el color rojo con el amarillo, ¿por qué? Porque su personalidad es alegre, divertida y cariñosa.