

Publicista, establece las siguientes aplicaciones básicas:

- 1.- Disfrutar de alimentos y bebidas apetecibles.
- 2.- Disfrutar de lugares y ropas confortables.
- 3.- Rechazar todo lo que implique molestias, dolores y situaciones peligrosas.
- 4.- Triunfar en todo, sin excepción.
- 5.- Ser deseado por el sexo opuesto.
- 6.- Proporcionar lo mejor a las cosas que se aman.
- 7.- Compadecer, ayudar e influir sobre las personas.
- 8.- Disfrutar la vida, vivir lo más posible.

Si se toman como móviles, siguen en la ruta de nuestro viaje triangular, se reducen a la categoría de denominadores esenciales del comportamiento humano, en tres categorías básicas:

1) **Instinto:** Lo que se llama al ciclo vital del individuo. Cuarto es impulso y motor de su vida animal; todo lo que en él es congruente: todo lo que es sexo, apetito, afecto físico, herencia...

2) **Emoción:** Reflejo de la existencia y del sentimiento. Todo lo que es opinión y humor; todo lo que es deseo y acción, amor y odio, placer, vanidad, orgullo, dolor, ansiedad...

3) **Intelecto:** Reflejo de la existencia e inteligencia. Lo que se traduce en percepción y lógica; todo lo que lleva de la relación a la justificación de las cosas, del conocimiento a la realidad...

Resumiendo: Biología, Psicología, Psicología y otros cordones umbilicales que unen la vida humana con la vida de la naturaleza (lección #5).

Capítulo

8

"EL COLOR NO ES TANGIBLE. ES TAN FÁCIL COMO UNA NOTA MUSICAL."
DALE RUSSELL

CALLE DE LA PLAZA DE SAN JUAN DE LOS RIOS, 10

Capítulo

8

QUE ES EL COLOR

Según el diccionario, color es "Cualidades de las cosas que permite reflejar o dejar pasar ciertos rayos de luz y absorber otros particularmente, así, en la retina una sensación específica."

Si tenemos de dar una definición científica del término "Color", podemos decir que se trata de una sensación provocada en el ojo por ciertas ondas electromagnéticas.

Existen dos tipos de colores:

Primarios - Rojo, Amarillo, Azul - y Complementarios - Verde, Naranja, Morado.

Sabemos que el negro es ausencia total del color, mientras que el blanco es el resultado del espectro solar, esto es, el conjunto de rayos procedentes de la descomposición de luz.

Dentro de la psicología el color es un factor muy valioso y determinante en cualquier medio publicitario, ya que éste sirve para añadir vida a los mensajes aumentando su poder de atracción, interés y retención. Con los colores se pueden conseguir entusiasmos y armonías que estimulan la sensación emotiva y la valorizan mucho más que en la reproducción "blanco y negro".

El color sólo es una especie de vestidura la cual no pertenece a ningún cuerpo, ya que brilla, se esfuma y gradúa según la intensidad de la luz que lo baña.

**" EL COLOR NO ES TANGIBLE; ES TAN FLUIDO
COMO UNA NOTA MUSICAL ".
DALE RUSSELL.**

QUE ES EL COLOR

Según el diccionario, color, es "Cualidades de las cosas que permite reflejar o dejar pasar ciertos rayos de luz y absorber otros produciendo, así, en la retina una sensación específica."

Si hemos de dar una definición científica del término "Color", podemos decir que se trata de una sensación provocada en el ojo por ciertas ondas electromagnéticas.

Existen dos tipos de colores:

Primarios.- Rojo, Amarillo, Azul y Complementarios.- Verde, Naranja, Morado.

Sabemos que el negro es ausencia total del color, mientras que el blanco es el resultado del espectro solar; esto es, el conjunto de rayos procedentes de la descomposición de luz.

Dentro de la publicidad el color es un factor muy valioso y determinante en cualquier medio publicitario, ya que éste sirve para añadir vida a los mensajes aumentando su poder de atracción, interés y relieve. Con los colores se pueden conseguir contrastes y armonías que estimulan la sensación emotiva y la valorizan mucho más que si la reproducción fuera en blanco y negro.

El color sólo es una especie de vestidura la cual no pertenece a ningún cuerpo, ya que brilla, se esfuma y gradúa según la intensidad de la luz que lo baña.

CLASIFICACION DE LOS COLORES.

Acromáticos - Blancos, negros, grises.

Cromáticos - Amarillo, naranja, azul, rojo, etc.

Primarios - Rojo, azul y amarillo.

Secundarios - Verde, naranja y violeta.

Terciarios - Se obtienen al mezclar los secundarios.

Intermedios - Estos se obtienen mediante la mezcla de primarios y secundarios.

Fríos - Son aquellos que interviene el azul incluyendo el negro.

Cálidos - Todos aquellos en los que participa el rojo y amarillo incluyendo el blanco.

Pesados - Combinación de cálidos y oscuros.

Livianos - Son los fríos y claros.

FUNDAMENTACION DEL COLOR.

El color se produce dependiendo de la cantidad de luz que reciben los objetos. También depende de la pureza de la luz, y de la consistencia del material o sustancia que reciben los de luz.

Son siete los colores en que se han clasificado los matices del espectro solar, siendo estos los siguientes:

Rojo, naranja, amarillo, verde, índigo, azul, violeta.

Los colores que tienen cualidades que afectan psicológicamente, por lo que hacen que cada individuo reaccione a su manera y tenga una determinada preferencia por un color.

Con base en estudios realizados se comprobó que los jóvenes prefieren los colores de la gama cálida. Mientras que los de edad madura se inclinaron por los fríos.

No cabe duda que existe una gran relación entre las preferencias del color y la personalidad. Los psicólogos han observado que la visión responde a la forma desarrollando un proceso perceptivo, mientras que con los colores procede de manera inmediata, espontánea y emotiva. Por lo tanto la respuesta es personal de contenido más limitado.

Los colores fríos son deprimentes, por lo que están en la preferencia de los introvertidos y maduros, en cambio los colores cálidos son excitantes y los prefieren los extrovertidos y los niños.

Los primeros se relacionan con los morenos y castaños y los segundos con los de piel blanca y rubios.

El color es fuente de energía y factor de vida, éste tiene una significación espiritual sobre todo en los medios que quieren ejercer una acción sugestiva o impositiva sobre la mente humana.

Para poder utilizar los colores con un determinado propósito hay que conocer sus cualidades emotivas y potenciales.

Para descubrir el impacto psicológico del color, se han realizado varias pruebas: la observación - el uso de instrumentos - la memoria - las ventas y la investigación - nivel inconsciente.

La primera estudia la reacción al color de sujetos que no saben que están observando su conducta.

Las segundas emplean cámaras, como el Taquistoscopio, el Psicogalvanómetro que revela reacciones de estímulo de acuerdo al pulso, presión sanguínea etc. Otros, implican interrogatorios a diferentes personas para saber cuánto y qué recuerdan de los anuncios y colores impresos. También se mide el efecto que causa el color en las ventas por medio de impresos.