

## PUBLICIDADE

De acordo com os estudos do Prof. Modesto Farina, existem algumas indicações seguras quanto ao uso das cores em publicidade:

**VERMELHO:** Aumenta a atenção, é estimulante, motivador. Indicado para uso em anúncios de artigos que indicam calor e energia, artigos técnicos e de ginástica.

**LARANJA:** Indicado para as mesmas aplicações do vermelho, com resultados um pouco mais moderados.

**AMARELO:** Visível a distância, estimulante. Cor imprecisa, pode produzir vacilação no indivíduo e dispersar parte de sua atenção. Não é uma cor motivadora por excelência. Combinada com o preto pode resultar eficaz e interessante. Geralmente indicada para aplicação em anúncios que indiquem luz, é desaconselhável seu uso em superfícies muito extensas.

**VERDE:** Estimulante, mas com pouca força sugestiva; oferece uma sensação de repouso. Indicado para anúncios que caracterizem o frio, azeites, verduras e semelhantes.

**AZUL:** Possui grande poder de atração; é neutralizante nas inquietações do ser humano; acalma o indivíduo e seu sistema circulatório. Indicado em anúncios que caracterizem o frio.

**ROXO:** Acalma o sistema nervoso. a ser utilizado em anúncios de artigos religiosos, em viagens, acessórios funerários etc. Para dar a essa cor maior sensação de calor, deve-se acrescentar vermelho; de luminosidade, o amarelo; de calor, o laranja; de frio o azul; de arejado o verde.

**PÚRPURA E OURO:** Cores representativas do valor e dignidade. Devem ser aplicadas em anúncios de artigos de alta categoria e luxo.

**MARROM:** Esconde muito a qualidade e o valor e, portanto, pouco recomendável em publicidade.

**VIOLETA:** Entristece o ser humano, não sendo, portanto, muito bem visto na criação publicitária.

**CINZA:** Indica discricção. Para atitudes neutras e diplomáticas é muito utilizado em publicidade.

**PRETO:** Deve ser evitado o excesso em publicações a cores, pois tende a gerar frustração.

**AZUL E BRANCO:** Estimulante, predispõe à simpatia; oferece uma sensação de paz para produtos e serviços que precisam demonstrar sua segurança e estabilidade.

**AZUL E VERMELHO:** Estimulante da espiritualidade; combinação delicada e de maior eficácia na publicidade.

**AZUL E PRETO:** Sensação de antipatia; deixa o indivíduo preocupado; desvaloriza completamente a mensagem publicitária e é contraproducente.

**VERMELHO E VERDE:** Estimulante, mas de pouca eficácia publicitária. Geralmente se usa essa combinação para publicidade rural.

VERMELHO E AMARELO: Estimulante e eficaz em publicidade. Por outro lado as pesquisas indicam que pode causar opressão em certas pessoas e insatisfação em outras.

AMARELO E VERDE: Produz atitude passiva em muitas pessoas, sendo ineficaz em publicidade. Poderá resultar eficaz se houver mais detalhes coloridos na peça.