

In questa dispensa parleremo di un argomento fondamentale nel design grafico: **come il colore influenza inconsciamente molti aspetti della nostra vita** e come questo fenomeno venga sfruttato abilmente nella pubblicità e nella grafica, sia cartacea che web. Inoltre, ti guiderò alla **scelta dei colori e degli abbinamenti giusti per i tuoi progetti grafici**: quali sono gli abbinamenti da evitare? E quali, invece, sono considerati abbinamenti "cromaticamente corretti"? Scopriamolo insieme.

Per iniziare, ricordiamo che la scienza ci insegna che il colore non è altro che un'**elaborazione visiva generata dai segnali nervosi** che i fotorecettori della retina inviano al cervello. Non sta a me approfondire questo concetto, prima di tutto perché non mi compete, e poi perché ritengo molto più interessante e stimolante ciò di cui andrò a parlare.

La percezione visiva è quindi a tutti gli effetti creata dal nostro cervello e, come tale, è capace di provocare risposte emotive ed atteggiamenti psicologici diversi. Lo studio di questo fenomeno, che a molto a che vedere con la neurofisiologia, prende il nome di "**psicologia del colore**".

## Cosa dice, in sintesi, la psicologia del colore?

**Il colore è una sensazione** che viene recepita dal cervello e che ha quindi effetti sul nostro organismo e soprattutto sul nostro atteggiamento psicologico.

La nostra "tavolozza cromatica personale" dipende cioè dal nostro modo di percepire i colori esterni e da quali concetti emozionali gli associamo inconsciamente, sia sulla base del nostro vissuto personale, sia sulla base del contesto culturale in cui viviamo che ci influenza più o meno indirettamente.

### **Alcuni esempi?**

In linea di massima, **i colori caldi** (giallo, arancione, rosso) **sono stimolanti e positivi**, ma anche irruenti e decisi. **Il grigio, il nero, il marrone e il bianco sono colori eleganti ma passivi**: freddi e distaccati, vengono spesso associati a sensazioni e situazioni negative o spiacevoli. **I colori tenui, come le tonalità pastello, sono rassicuranti e ispirano fiducia**. Stessa cosa per il verde e l'azzurro.

Su questi concetti si basa anche la **cromoterapia**, disciplina interessante e controversa che poggia le sue fondamenta su principi analoghi a quelli che condizionano l'individuo nella scelta del colore degli abiti da indossare sulla base di un determinato stato d'animo. Secondo la cromoterapia, **i colori aiuterebbero il corpo e la psiche a ritrovare un loro equilibrio**, e avrebbero effetti fisici e psichici in grado di stimolare il corpo e di guarirlo addirittura da alcune patologie.

## Tutto questo cosa ha a che vedere con la pubblicità e la grafica?

In sintesi, appurato che le emozioni hanno molto a che vedere con la vendita di un prodotto, è indiscusso che è anche possibile indirizzare, attraverso l'uso di elementi visivi, la volontà di acquisto di un cliente verso un certo prodotto piuttosto che un altro.

Per esempio, il **rosso e l'arancione** sono conosciuti come intensi colori emozionali, che **stimolano l'aumento del battito cardiaco e del respiro**. Inoltre – questa forse non è cosa molto nota- questi colori, applicati nel settore alimentare, incoraggiano i consumatori a mangiare di più e più velocemente.

Una specie di stimolatori emozionali dell'appetito.

Adesso hai capito perché molti del settore scelgono il rosso per il loro brand aziendale, per il colore delle tende o delle tovaglie del ristorante. Se per alcuni può essere una coincidenza, non lo è sicuramente per altri.

## E quindi, come scegliere i colori per i nostri lavori grafici?

In nostro aiuto viene l'interessante trattato sui colori di [Amanda Vlahakis](#), che ci spiega il significato di alcuni tra i colori più comuni, e soprattutto, come la percezione del colore può variare sulla base della collocazione geografica, della cultura e dello status degli individui.

Un esempio? Se in molti stati il bianco è il colore dell'amore, del matrimonio e della purezza, in Cina è il colore della morte. Capirete quindi che è facile suscitare sensazioni contrastanti o addirittura opposte utilizzando lo stesso colore.

Comunque, I colori analizzati di seguito hanno lo stesso significato concettuale nella maggior parte delle culture:

- **Rosso:** Il colore che l'occhio umano percepisce più rapidamente, anche se recenti ricerche dimostrano che le persone più giovani e gli anziani hanno difficoltà a percepirlo. Il rosso rappresenta **l'energia, la velocità, il pericolo, l'eccitazione, la forza, il sesso**.
- **Blu:** Il colore preferito dagli europei, soprattutto da quelli di sesso maschile. Il blu rappresenta la **sicurezza, la responsabilità, la fiducia**.
- **Giallo:** Caldo e stimolante come il sole, è il colore dei **sentimenti positivi e della felicità**; questo colore è particolarmente amato dai più giovani. Può anche essere associato all'idea del **tradimento** e della **gelosia**.
- **Arancione:** Un colore caldo e ricco di energia, **ottimo per incoraggiare il consumatore all'acquisto**.
- **Verde:** Colore fresco associato alla **natura**, alla **luminosità** e alla **speranza**. Per alcune persone può assumere la valenza di **malattia** e **superstizione**.
- **Viola:** E' un colore spesso associato alla **religione**, ma è anche considerato un colore regale ed elegante. Inconsciamente viene associato alla **spiritualità** ed alla **dignità**.
- **Rosa:** Morbido e delicato è usato come simbolo di **amore** e **dolcezza**. Attenzione, però: un utilizzo eccessivo di questo colore può essere considerato infantile.

- **Bianco: Purezza, pulizia.** Come già accennato in Asia il bianco è legato alla morte.
- **Nero:** Può essere **sofisticato, elegante o misterioso**, ma simboleggia anche la **morte e l'occulto**. Comunque, se utilizzato in modo corretto (come spesso è utilizzato nei prodotti di lusso), specialmente in combinazione con l'oro, può creare un effetto molto **esclusivo e chic**.
- **Oro e Argento:** Colori **prestigiosi** e regali. Tendono ad essere associati ai beni **costosi**.

Prima di sbizzarrirci con i colori, quindi, è consigliabile dare un'occhiata ai significati reconditi che essi possono trasmettere al nostro target.

## Quali sono i colori giusti?

La risposta è una: **non esistono i colori giusti, come non ne esistono di sbagliati.**

Esistono, invece, i **colori adatti** che ovviamente variano sulla base del progetto su cui stiamo lavorando.

Per trovare questi colori possiamo avvalerci di ottimi strumenti (uno tra tanti: **Color scheme designer** , che permette di verificare i vari abbinamenti monocromatici/analoghi/complementari) ma soprattutto dobbiamo basarci sull'istinto e sul buon gusto.

Tanto per intenderci, se per un asilo nido posso permettermi colori pastello o fosforescenti e l'utilizzo del giallo e dell'arancione, per un ristorante sofisticato ed esclusivo opterò per colori più soft.

Tieni conto del fatto che i **principali elementi che influenzano le prime sensazioni dei visitatori di un sito, o di una realizzazione in grafica in generale, sono proprio il colore e l'abbinamento cromatico**. E se non volete far letteralmente fuggire a gambe levate gli utenti, dovete evitare alcuni accostamenti di colore.

Vediamo quindi alcuni degli **abbinamenti di colore da evitare** sempre e comunque:

- Blu e Marrone
- Rosso e blu
- Verde e Rosso
- Rosa (in tutte le scale, dal pastello al viola) e verde
- Rosa (in tutte le scale) e marrone
- Blu e verde

Viceversa, alcuni **abbinamenti di colore adatti** e di successo:

- Rosso e bianco
- Rosa e nero
- Blu e arancione
- Marrone e beige
- Marrone e oro
- Viola e argento
- Grigio e verde

Ricordati quindi che un buon colore (e una scelta azzeccata degli abbinamenti cromatici) può determinare il successo - o la disfatta - di un progetto grafico.

Link utili (schemi colore):

<https://paletton.com/>

<https://colors.co/>