# 252162 - O uso de cores no marketing tem algo a ver com adivinhação?

## Pergunta

Eu estava lendo sobre cores, quais cores combinam entre si e como as cores têm um impacto sobre nós. Descobri que o laranja é uma cor quente que ajuda as pessoas a se conectarem, e também descobri que estimula o apetite. A utilização do que aprendi sobre cores e seus efeitos sobre as pessoas é um meio permitido para o marketing; como pintar um restaurante fast food de laranja, na tentativa de melhorar a atmosfera dentro dele, ou isso está sob o título de adivinhação ou algo que não é permitido?

## Resposta detalhada

Todos os louvores são para Allah.

Não há nada de errado em usar cores no marketing. Existem cores que as pessoas gostam, ou que acalmam os nervos, e há cores pelas quais as pessoas relaxam.

Existem alguns estudos, cuja autenticidade não verificamos, que falam das cores e de seus efeitos psicológicos da maneira que você descreveu, como a sugestão de que a cor laranja dá uma sensação de leveza e aconchego, e que a cor vermelha é provocante e incita raiva.

Seja qual for o caso, se for comprovado pela experiência que as pessoas tendem a preferir uma determinada cor, a escolha dessa cor para fins de marketing não tem nada a ver com adivinhação, porque a adivinhação alega ter conhecimento do invisível e prever eventos futuros.

Em *al-Mawsu'ah al-Fiqhiyyah* (14/52), é dito: A adivinhação é mencionar eventos futuros e afirmar o conhecimento de coisas secretas. Fim da citação.

E Allah sabe melhor.