



# El color como campo de experimentación, reflexión y aprendizaje.

Gael Zamora Lacasta

Si somos receptores de imágenes podremos hacer lecturas de imágenes más complejas, seremos más autónomos, conscientes y críticos cuanto más conozcamos los elementos que conforman la imagen y los mecanismos de comunicación.

Pero si somos emisores tendremos, además, que conocer los elementos del lenguaje plástico para poder crear nuestros mensajes.

Igual que en el lenguaje escrito tenemos las letras que forman palabras para componer textos, en el lenguaje plástico y visual tenemos elementos (punto, línea, plano, color y textura) que forman una composición.

El **color** es importante para percibir las formas y componer, tiene cualidades asociadas y nos emociona.

Vivimos rodeados de COLOR,  
científicos, psicólogos, diseñadores y artistas  
lo han estudiado, han elaborado complejas teorías y  
han puesto en práctica sus descubrimientos  
a través de la ciencia y el arte, pero...

¿Y nosotros? ¿Qué sabemos del color?

Cuando pensamos en color  
a menudo pensamos en  
el arco iris pero...

¿Qué es el arco iris?

¿Cómo se forma?

¿Cuántos colores tiene?

¿Por qué se llama así?

¿A qué lo asociamos?



# PRISMA DE NEWTON



Los griegos lo explicaron a través de Iris, diosa encargada de hacer llegar los mensajes de los dioses a los seres humanos, aquella que conecta el Olimpo con la tierra.



Pierre-Narcisse Guérin

La bandera LGBT, creada por el artista y activista Gilbert Baker, se ondeó por primera vez en 1978 en San Francisco. Fue un encargo de Harvey Milk, primer hombre abiertamente homosexual elegido para un cargo público.





Solo la luz blanca nos permite percibir los colores como los conocemos.

En un cuarto de revelado o bajo una luz ultravioleta el mundo parece diferente.



Un objeto opaco absorbe buena parte de la luz que recibe y refleja una pequeña parte.

Si absorbe todos los colores lo vemos negro, si los refleja todos nos parece blanco.

Un tomate nos parece rojo porque absorbe todos los colores reflejando sólo ese. Nuestro ojo recibirá ese reflejo y enviará la información al cerebro.

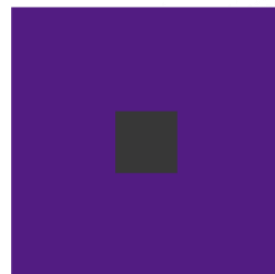
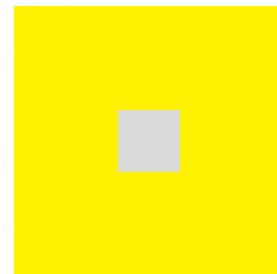
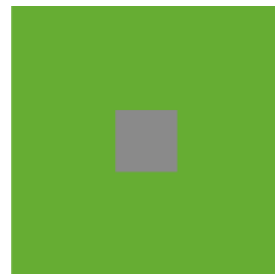


Cuando la luz llega reflejada de los objetos hasta nuestros ojos, las células fotorreceptoras de la retina convierten esta información en impulsos eléctricos que se transmiten al cerebro, donde es interpretada.



No todos tenemos el mismo tipo ni cantidad de estas células sensibles a la luz y esto hace que cada individuo vea los colores ligeramente diferente.

Nunca vemos un color  
de forma aislada,  
lo hacemos en relación  
con otros  
y esto juega con  
nuestra percepción.



Pero, ¿y si estamos hablando de pintar  
en vez de observar lo que nos rodea?

Quando hablamos de color  
no es lo mismo  
el **color luz**  
que el **color materia**  
o pigmento.



El círculo cromático:  
mezclas, clasificación y  
relación de color materia.



El color tiene 3 cualidades:  
tono, luminosidad  
y saturación.

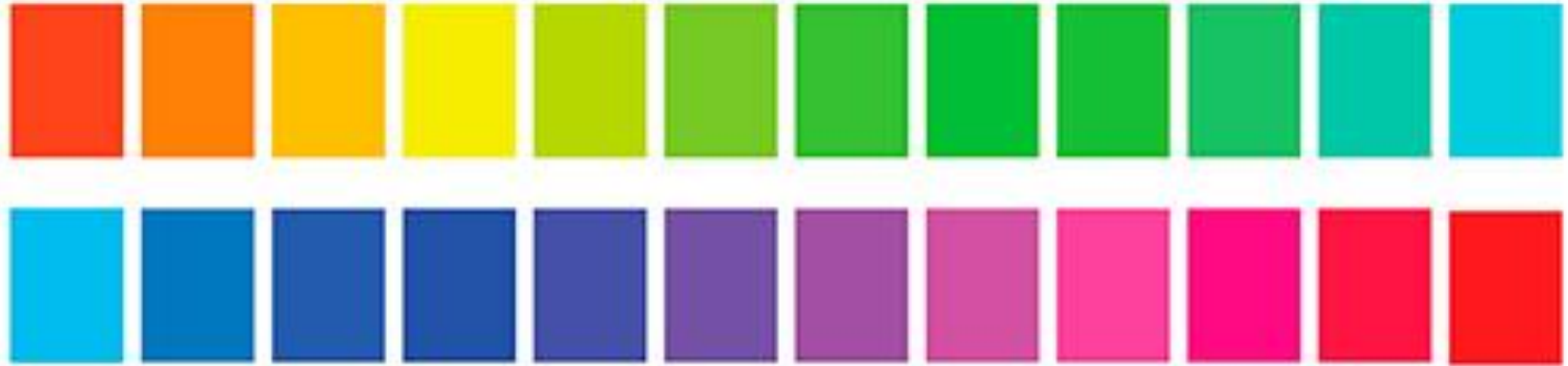
Utilizándolas obtenemos  
más variedad  
y riqueza de colores.





El **tono** es aquello que nos permite distinguir los colores y decir que uno es verde y otro amarillo.

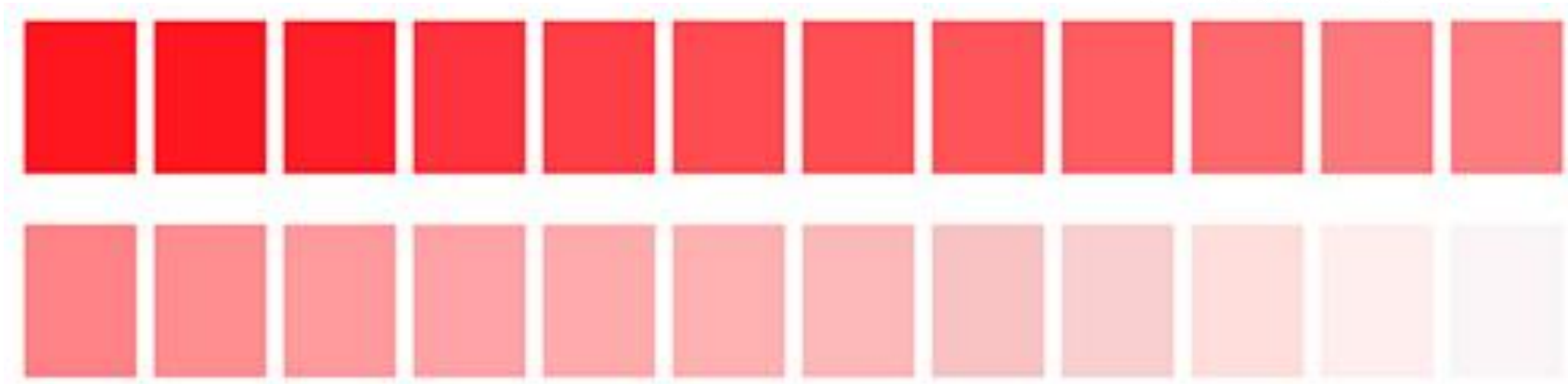
Llamamos tono a cada elemento del círculo cromático (colores puros, sin mezcla de blanco ni negro) y son los primeros en ser procesados en el cerebro.



La **luminosidad** o **valor** se refiere a la cantidad de luz que tiene un color y determina si es oscuro o claro. Hay tonos más luminosos (amarillo) que otros (violeta). Cada tono puede ser más o menos luminoso en función de cuánto se aproxime al blanco o al negro.



La **saturación** es la intensidad o pureza de un color. Un color muy saturado tiene un color vivo e intenso, mientras que un color poco saturado parece más descolorido y gris. Podemos bajar la saturación de un color mezclándolo con su color complementario o con gris.



Armonías de color: relaciones estéticas por afinidad o contraste.

## Colores Complementarios, Análogos y Triada



COMPLEMENTARIO

Se encuentran en puntos opuestos del Círculo Cromático.



ANÁLOGO

Ocupan posiciones juntas en el Círculo Cromático.



TRIADA

Compuesto por tres colores equidistantes en el Círculo Cromático.

Una vez más,  
el referente  
para diseñar  
qué nos  
ponemos

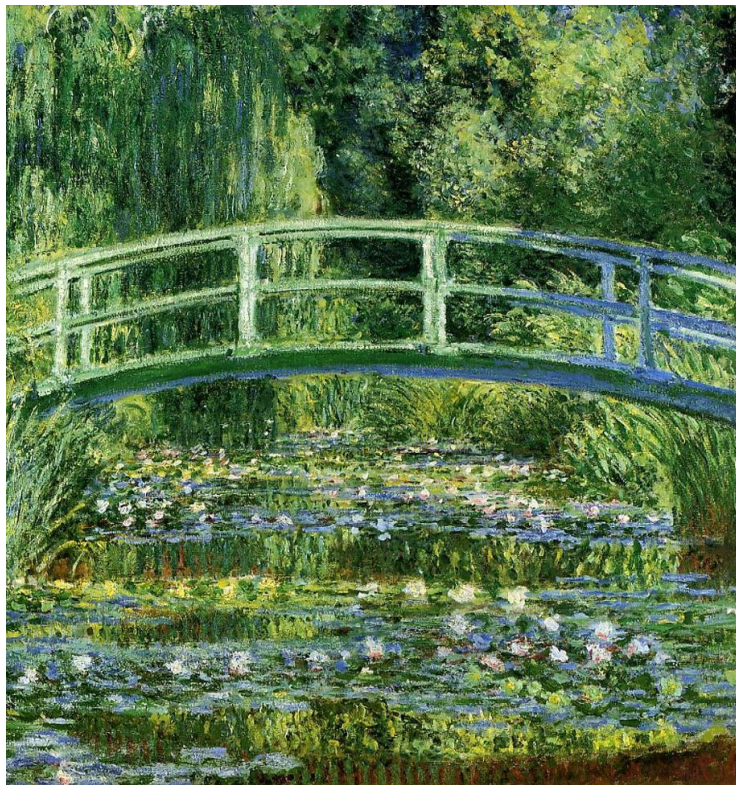
...



dónde vivimos...



o qué pintamos...



Claude Monet

Sonia Delaunay



es la naturaleza.



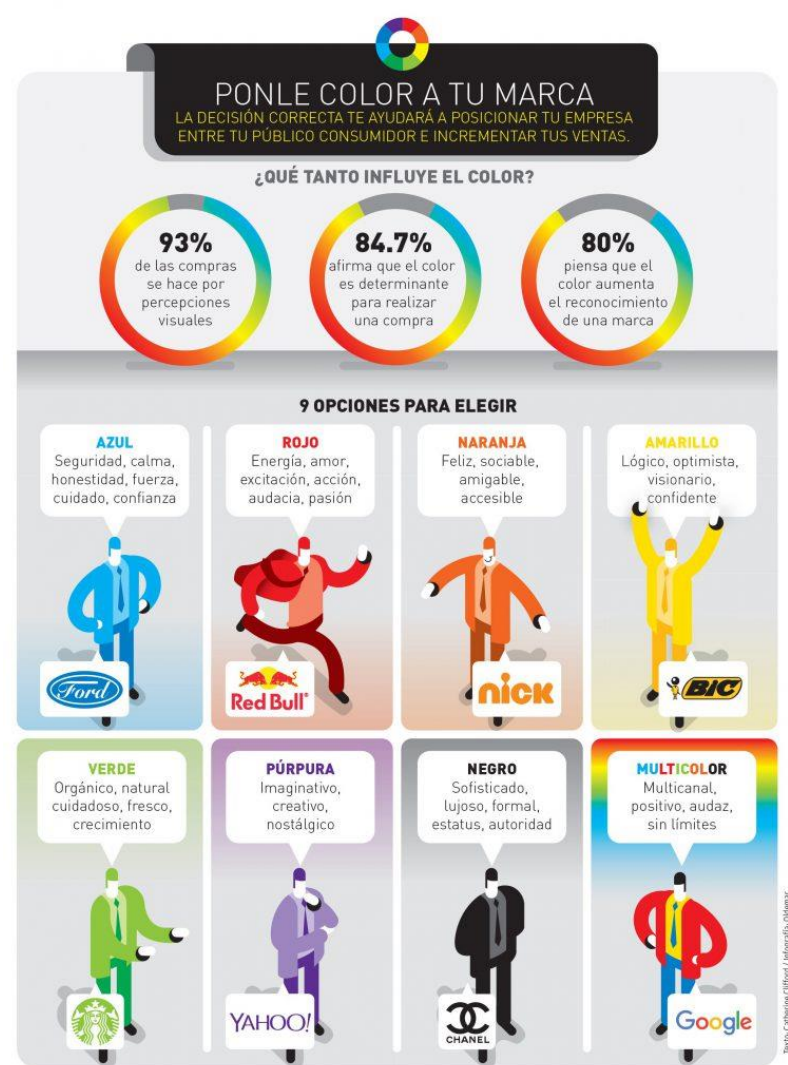


De nuestra experiencia en el entorno nace también la división en gamas de colores fríos y cálidos.

Las mezclas de dos primarios cálidos también lo serán... Pero ¿qué ocurre con aquellos colores que son resultado de la mezcla de un cálido y un frío?



A pesar de que cada persona percibe el color de manera diferente y de que hacemos asociaciones basadas en nuestros gustos y experiencias, existe en cada cultura una asociación de los colores con determinados significados. Esto ha sido clave en la creación De todo tipo de imágenes, pero especialmente en publicidad y política.



# AMARILLO

El color es usado para llamar la atención y en los últimos años se ha convertido en una opción para las marcas que desean transmitir energía, positivismo y creatividad.

*Yi Min Shum*  
**REPRESENTA**

+CALIDEZ

+AMABILIDAD

+ALEGRÍA

+ESTIMULANTE

+OPTIMISMO

+PODER

+GLORIA

+SABIDURÍA

+DIVERSIÓN

+ATRACCIÓN

+CULTURA

+CREATIVIDAD

+CONOCIMIENTO

+AMISTAD

+ÉXITO



@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# AZUL

Es un color atemporal, por ello los diseñadores y mercadólogos lo utilizan en cualquier época, para diversas campañas publicitarias, proyectando seguridad.



## REPRESENTA

+SERENIDAD

+REFRESCANTE

+PACIENCIA

+FIDELIDAD

+ESTABILIDAD

+LEALTAD

+CONSTANCIA

+ELEGANCIA

+HONRADEZ

+CONFIANZA

+PROFUNDIDAD

+SIMPATÍA

+TRANSPARENCIA

+LIBERTAD

+CREDIBILIDAD



SAMSUNG



facebook



Oral-B

@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# ROJO

Es un color que nos hace recordar y asociarlo de manera inmediata como el fuego y la sangre; su significado puede variar en cada cultura y persona.

*Yi Shum*  
**REPRESENTA**

+AMOR

+PASIÓN

+SENSUALIDAD

+PROHIBIDO

+TENTACIÓN

+PELIGRO

+AGRESIVIDAD

+FUERZA

+PODER

+AUDACIA

+EXCITACIÓN

+EROTISMO

+VALOR

+DESEO

+ENERGÍA



@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# VERDE

En los últimos años se ha usado el color para los rubros de salud y supermercados con tonos claros o vivos, y en el rubro de la banca y finanzas con un tono más oscuro.

*Yi Shum*  
**REPRESENTA**

+ESPERANZA

+RENOVACIÓN

+ÉTICA

+VIDA

+ARMONÍA

+ORGÁNICO

+FERTILIDAD

+TRANQUILIDAD

+JUVENTUD

+DINERO

+SALUD

+PROMESA

+CRECIMIENTO

+FRESCURA

+NATURALEZA



@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# ROSA

Este color se usa para los productos femeninos. No obstante, en los últimos años se ha asociado en los productos y servicios para el público masculino.

  
**REPRESENTA**

+CORTESÍA

+FANTASÍA

+TERNURA

+SENSIBILIDAD

+INOCENCIA

+DULZURA

+NOBLEZA

+PASIÓN

+TIMIDEZ

+ROMANCE

+AMABILIDAD

+INTIMIDAD

+FEMENINO

+PUREZA

+DELICADEZA

**donutking.**<sup>®</sup>



**COSMOPOLITAN**



*Barbie*

**T-Mobile**

@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# MORADO

Es un color que se ha usado con frecuencia en los últimos años en diseños y material publicitario, en la cual, vende la exclusividad del producto o servicio.



## REPRESENTA

+REALEZA

+ESPIRITUALIDAD +IMAGINACIÓN

+SABIDURÍA

+VOLUNTAD

+FANTASÍA

+PODER

+MAGIA

+ÉXITO

+SENSUALIDAD

+EROTISMO

+ARROGANCIA

+MISTERIO

+CREATIVIDAD

+TENTACIÓN



**FedEx**



**yahoo!**



@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)



# NARANJA

Es un color con un gran poder para atraer a la masa juvenil, incitando a la compra y proyectar la vitalidad hacia la vida y las aventuras.



## REPRESENTA

+CREATIVIDAD

+MODERNIDAD

+OPTIMISMO

+INNOVACIÓN

+ENTUSIASMO

+JUVENTUD

+FELICIDAD

+ATRACCIÓN

+CONFIANZA

+ÉXITO

+DETERMINACIÓN

+ESTÍMULO

+GENEROSIDAD

+VITALIDAD

+ACCESIBILIDAD

amazon

FedEx



nick

@YIMINSHUM + WWW.YIMINSHUM.COM

# MARRÓN

Representa el confort, rural y natural. Es un color usado por las marcas para representar lo rústico, la fuerza, lo clásico y confiable.

*Yi Shum*  
**REPRESENTA**

+TIERRA

+NATURALEZA

+RÚSTICO

+FUERZA

+CLÁSICO

+CONFIABLE

+MASCULINO

+RURAL

+SIMPLICIDAD

+EQUILIBRIO

+HUMILDAD

+INMOVIL

+CALIDEZ

+TRADICIÓN

+SERENIDAD



**HERSHEY'S**



**m&m's**

*McCafé*



@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# BLANCO

El blanco es un color que representa la perfección, lo inmaculado, por ello en muchas ocasiones es utilizado por marcas que tienen el objetivo de imponer presencia.

*Yi Min Shum*  
**REPRESENTA**

- |             |              |             |
|-------------|--------------|-------------|
| +PULCRO     | +SIMPLICIDAD | +SUAVIDAD   |
| +INMACULADO | +PUREZA      | +ELEGANCIA  |
| +PERFECCIÓN | +NOBLEZA     | +SINCERIDAD |
| +SEGURIDAD  | +UNIÓN       | +CALMA      |
| +CONFIANZA  | +PAZ         | +INGENUIDAD |

**SONY**



**Uber**



@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# NEGRO

Es un color enigmático. Se usa con frecuencia como tipografía dentro de los logos y elementos funcionales que resaltarán los valores de la marca.

*Yi Shum*  
**REPRESENTA**

+SOFISTICADO

+PODER

+ESTILO

+ELEGANCIA

+VALOR

+AUTORIDAD

+SENSUALIDAD

+SOBRIO

+FORMALIDAD

+OSCURIDAD

+ATEMPORAL

+FUERZA

+PRESTIGIO

+MODERNIDAD

+SERIEDAD



@YIMINSHUM + [WWW.YIMINSHUM.COM](http://WWW.YIMINSHUM.COM)

# GRIS

Aunque los diseñadores gráficos suelen usar el color gris, como un color complementario y combinarlo con colores llamativos que proyecta vida, energía, juventud y pasión.



## REPRESENTA

+SOFISTICADO

+ROBUSTO

+NEUTRALIDAD

+ELEGANCIA

+PODER

+MODESTIA

+CONFIABLE

+VALOR

+RESERVA

+CALIDAD

+PRESENCIA

+PRACTICIDAD

+SOBRIO

+CONFIANZA

+SOBRIEDAD



2 SWAROVSKI



Wii.



@YIMINSHUM + WWW.YIMINSHUM.COM

Si conocemos algunas cosas sobre una herramienta tan poderosa visualmente como el color conseguiremos crear imágenes equilibradas, que simulen profundidad, provoquen reacciones en el espectador y transmitan mensajes.

# ALGUNOS RECURSOS PARA EL AULA:

Teoría, usos, psicología y estilo en el cine

EL COLOR EN EL CINE

ANÁLISIS DEL COLOR EN AMÉLIE



Google arts

[explorar obras de arte por colores](#)

El color es vida. El universo de color de Esteban Vicente:

AMARILLO

ROJO

NARANJA

ROSA

AZUL

VERDE

Vivenciar el color: Olafur Eliasson  
(*Abstract: the art of design, NETFLIX*)

ESPACIO PARA UN COLOR

COLOR CARNE:  
*Humanae* de Angélica Dass

¿De qué color es el color carne?

¿Cómo llamamos a los colores?

PELLIZCOS: Nombrar el color

Collage abstracto para dar color a imágenes figurativas:

[A TODO COLOR. Colorear con papel](#)

Agua y color, la sensualidad de la acuarela:

RÍOS DE COLOR. Pintar con agua

La diversidad del color:

[EN VERDE. Plantar un bosque de papel](#)