

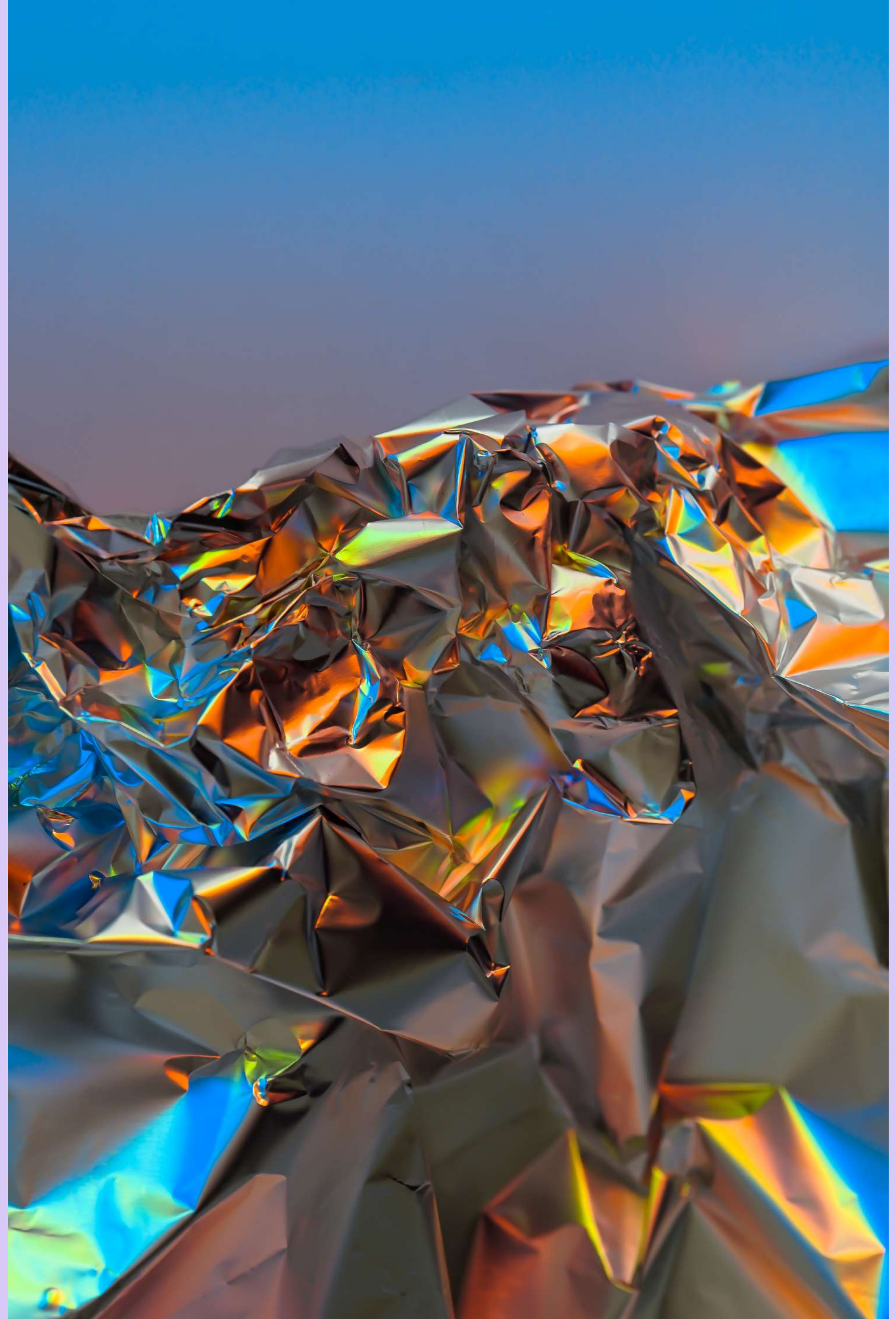
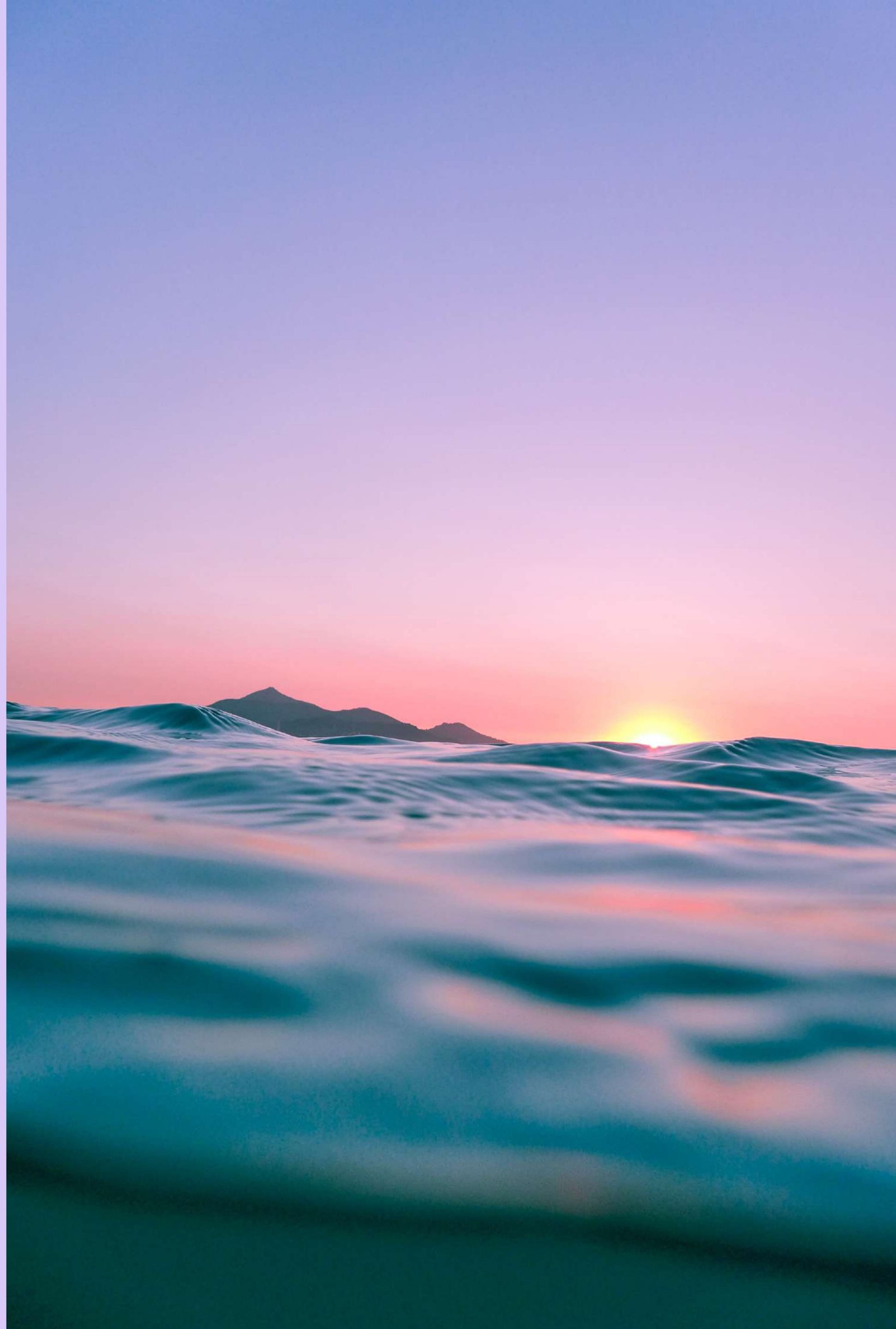
Unidad 1

# TEORÍA DEL COLOR

“El color es una impresión que producen en la retina los rayos de luz reflejados y absorbidos por un cuerpo, (reinterpretada por el cerebro) según la longitud de onda de estos rayos.”

“La percepción de los colores es un fenómeno subjetivo. El color varía según el ambiente y la distancia a la que se encuentra el objeto”.







# COLOR

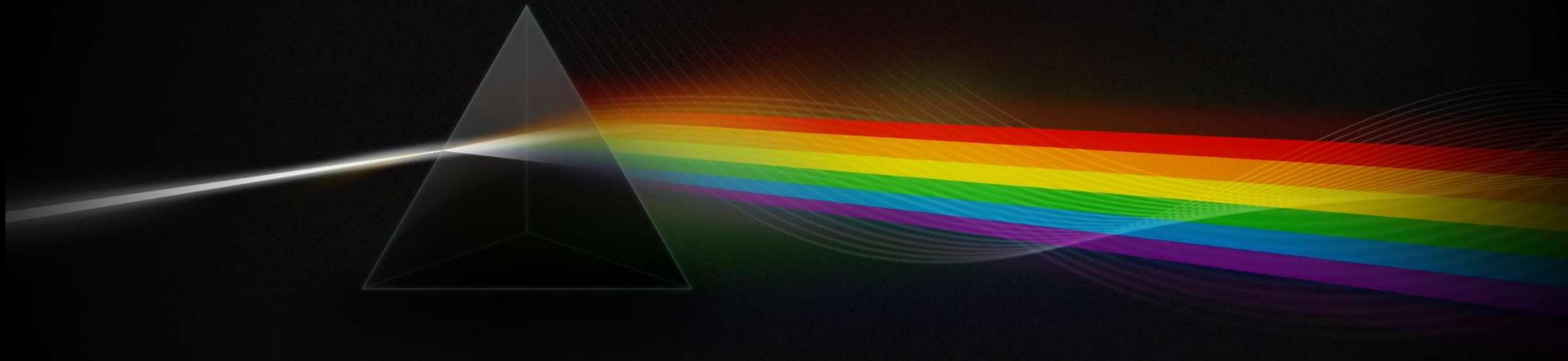
## **DIMENSIÓN FÍSICA**

Relacionada con la luz y  
sus amplitudes de onda

## **DIMENSIÓN PSICOLÓGICA**

Relacionada con la conexión  
emocional con la persona

# ESPECTRO DE COLOR (NEWTON)

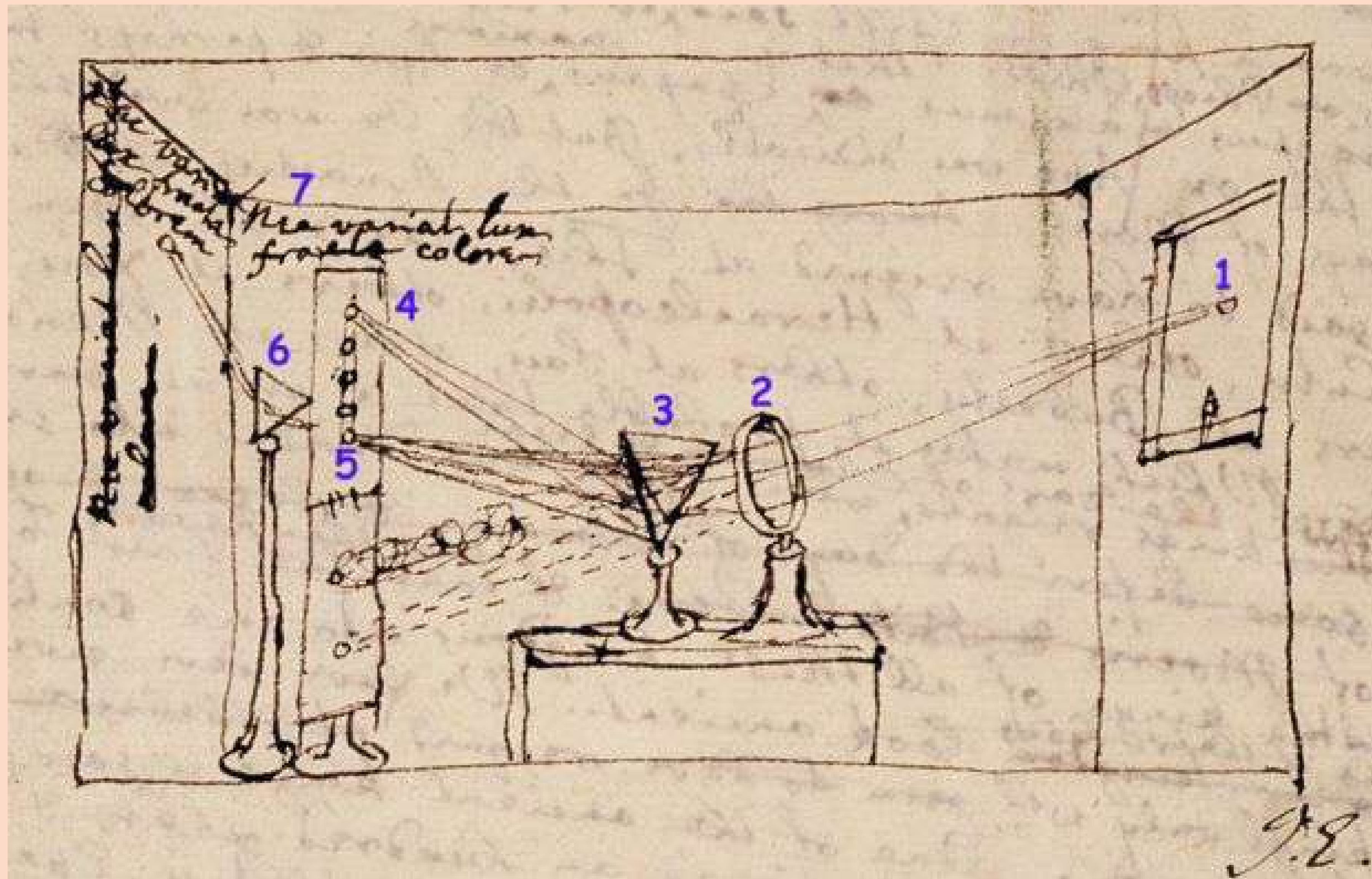


Newton fue el primero en entender lo que era el color cuando a fines de 1660: refractó la luz blanca con un prisma triangular y la descompuso en colores básicos: rojo, naranja, amarillo, verde, azul y violeta.

Newton experimentaba con la luz y los colores, él se convenció de que la luz blanca no era la entidad simple que Aristóteles pensaba que era, sino más bien una mezcla de rayos muy distintos que correspondían a los diferentes colores.

Él descubrió que la luz penetra por una de las caras del prisma y se refracta hasta descomponerse en diferentes colores, debido a que el grado de separación varía en función de la longitud de onda de cada color.

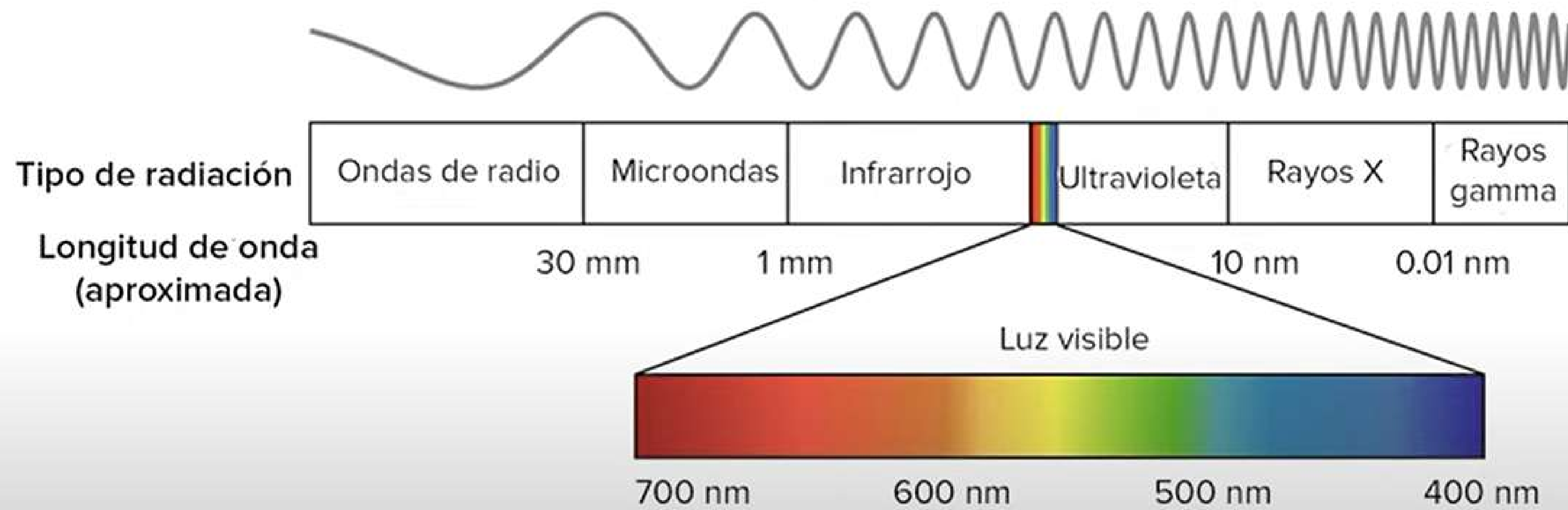
Los prismas actúan de este modo gracias a que la luz cambia de velocidad cuando pasa del aire al cristal del prisma.



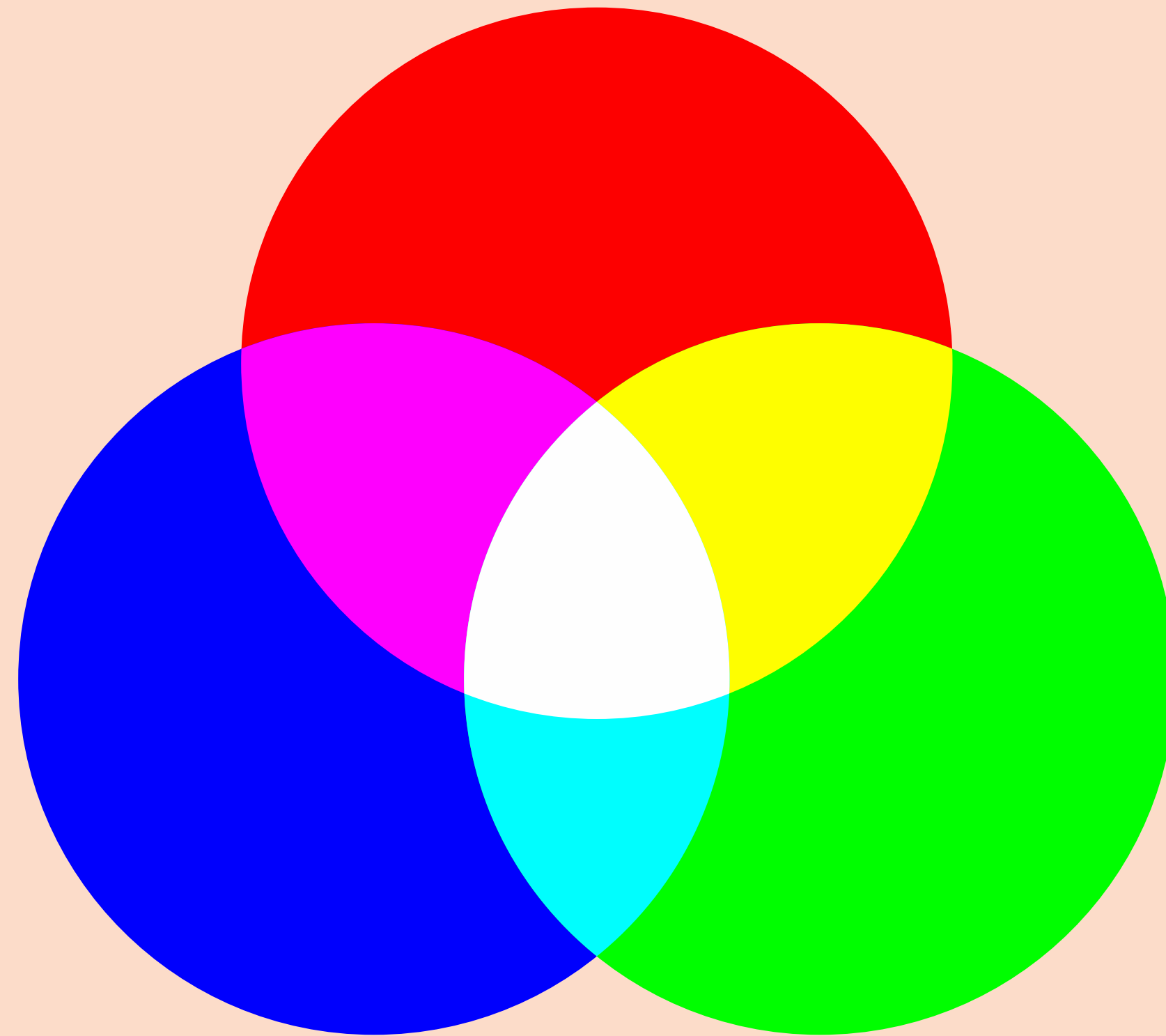
"En una recámara muy oscura, en un agujero redondo de aproximadamente un tercio de pulgada de ancho, coloqué un prisma de vidrio por el cual el rayo de luz del Sol que entraba por ese agujero podía ser refractado hacia la pared opuesta de la recámara y allí formar una imagen coloreada", escribió Newton.

Lo que Newton nos muestra es su habitación, en la que una fuente de luz solar pasa por un pequeño orificio, el obturador (1), es enfocada por una lente (2) y atraviesa el prisma que está sobre la mesa (3). Al pasar a través del prisma, la luz blanca se divide o refracta en sus colores constituyentes, que luego se proyectan en una pequeña tabla que Newton dibujó en la parte posterior (4).





Entre estos colores que forman el espectro luminoso podemos diferenciar tres colores fundamentales o primarios : rojo, azul y verde. De aquí deriva el modo de color: RGB



**SÍNTESIS  
ADITIVA**

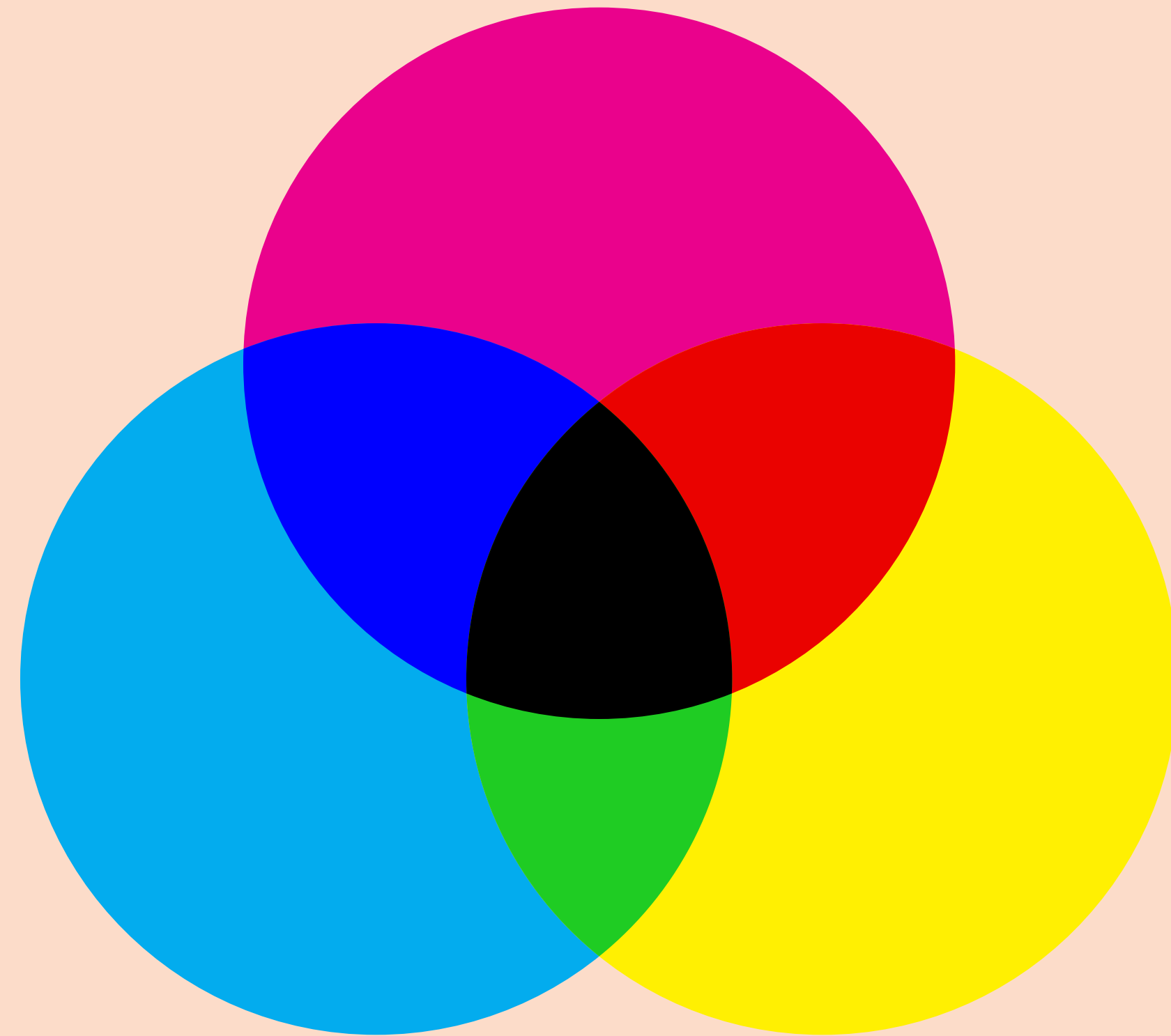


Son colores primarios luz. Su fusión da blanco. Son los colores de la televisión y el cine y todos los canales digitales. Su mezcla se llama ***síntesis aditiva*** porque suman frecuencias de onda.



Por otro lado, están los colores pigmento, o colores producidos por pigmentos o sustancias. Estos absorben de la luz sus colores, menos uno que reflejan y es el que vemos. Los colores pigmento primarios son: magenta, cyan y amarillo.





**SÍNTESIS  
SUSTRACTIVA**

Son colores pigmento, su fusión da el negro. De ahí deriva el modo de color: CMYK. Son los colores utilizados en la imprenta, las tintas y el papel. Su mezcla se llama ***síntesis sustractiva*** y es común en todos los sistemas de impresión, pinturas, tintes y colorantes. De la interrelación de los colores luz y los colores pigmentos surgen los colores que vemos.

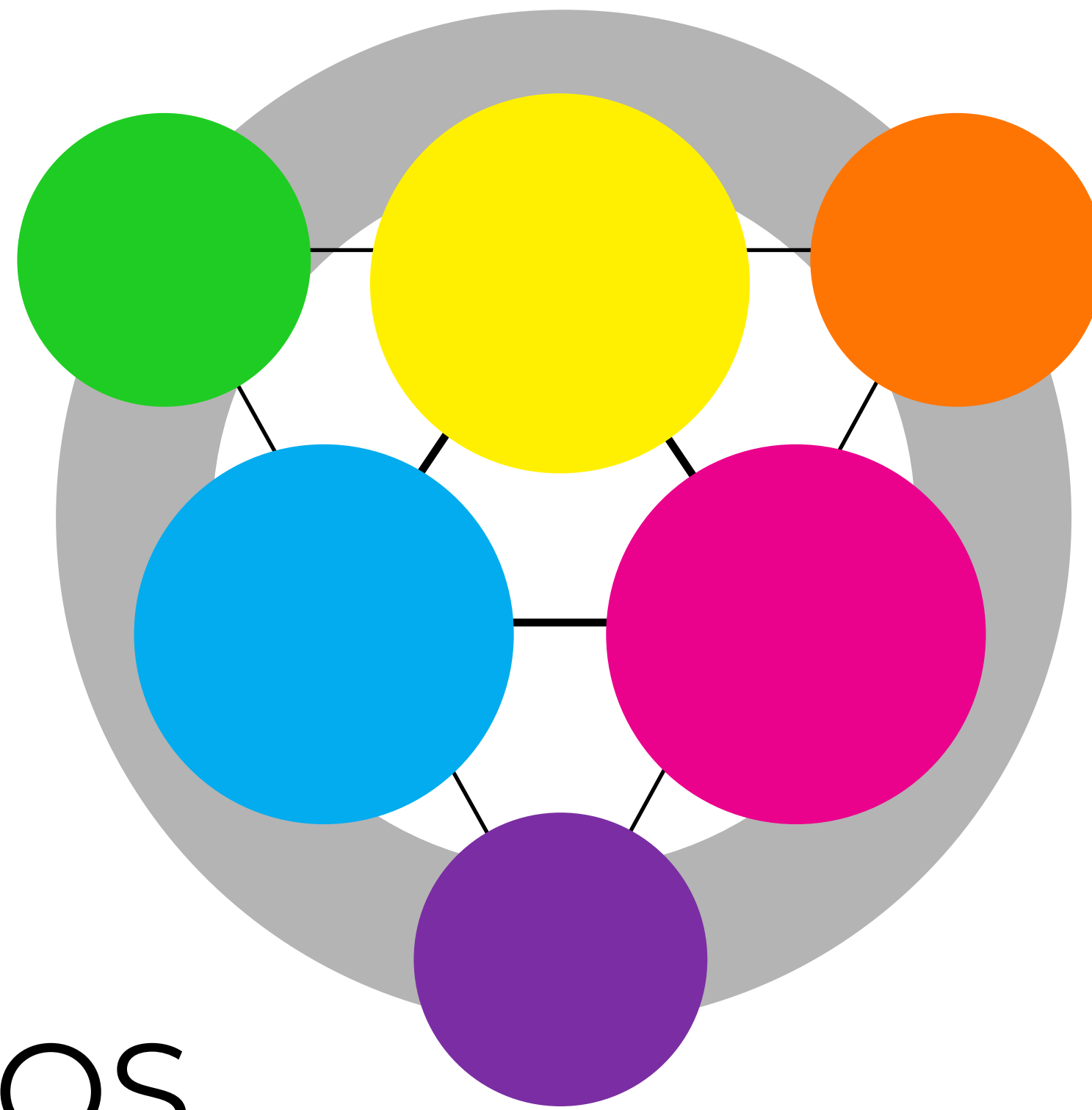




Cuando vemos un cuerpo rojo es porque absorbe el verde y el azul pero refleja el rojo que es el que vemos. Vemos blanco en las cosas porque recibiendo toda la gama de colores primarios (rojo, verde y azul) los devuelve reflejados. Si un objeto se ve negro es porque absorbe todas las radiaciones (todos los colores) y no refleja ninguno. Siendo el negro la ausencia de color y el blanco la suma de todos ellos.



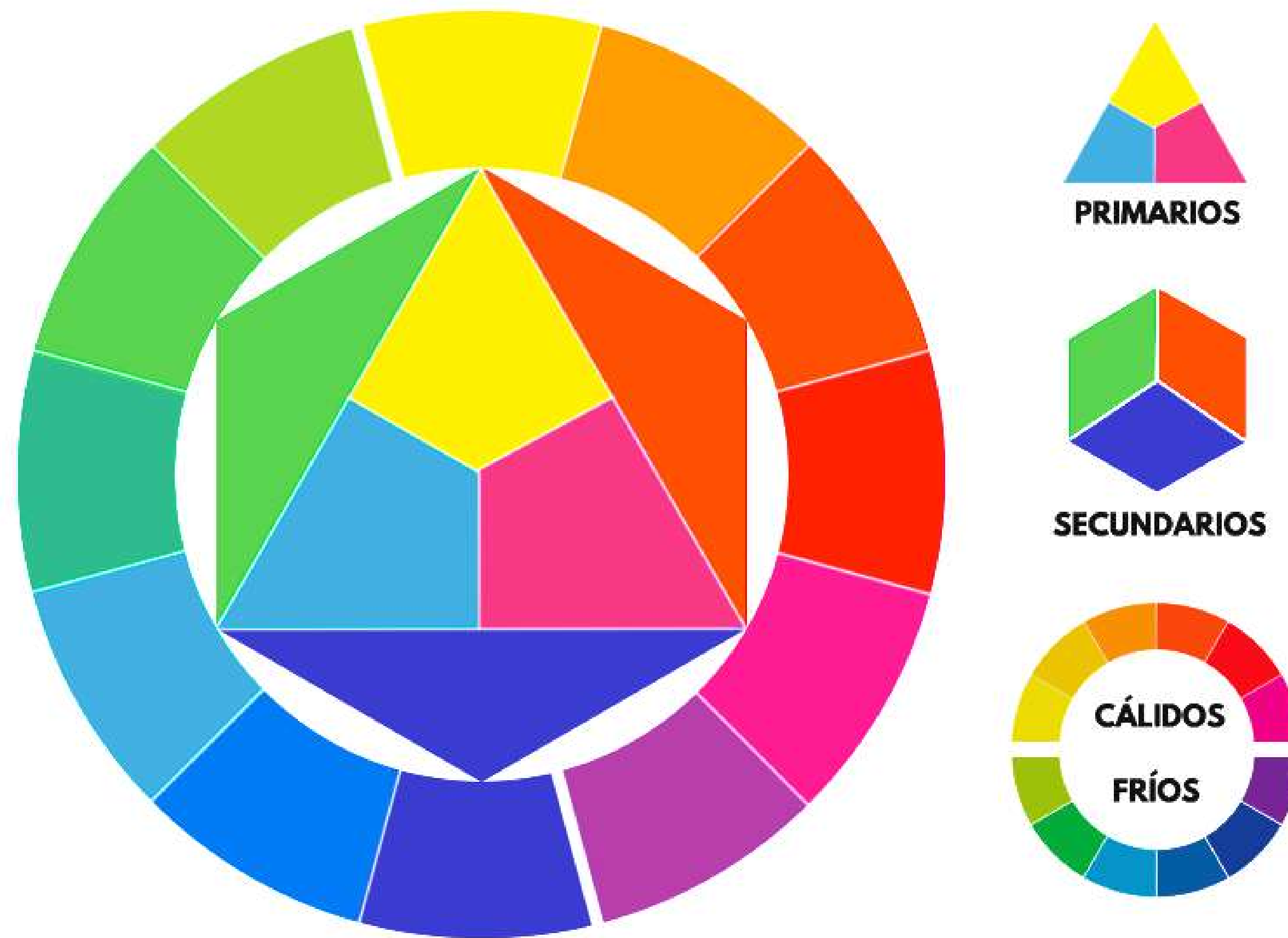
# COLORES PIGMENTO:



PRIMARIOS

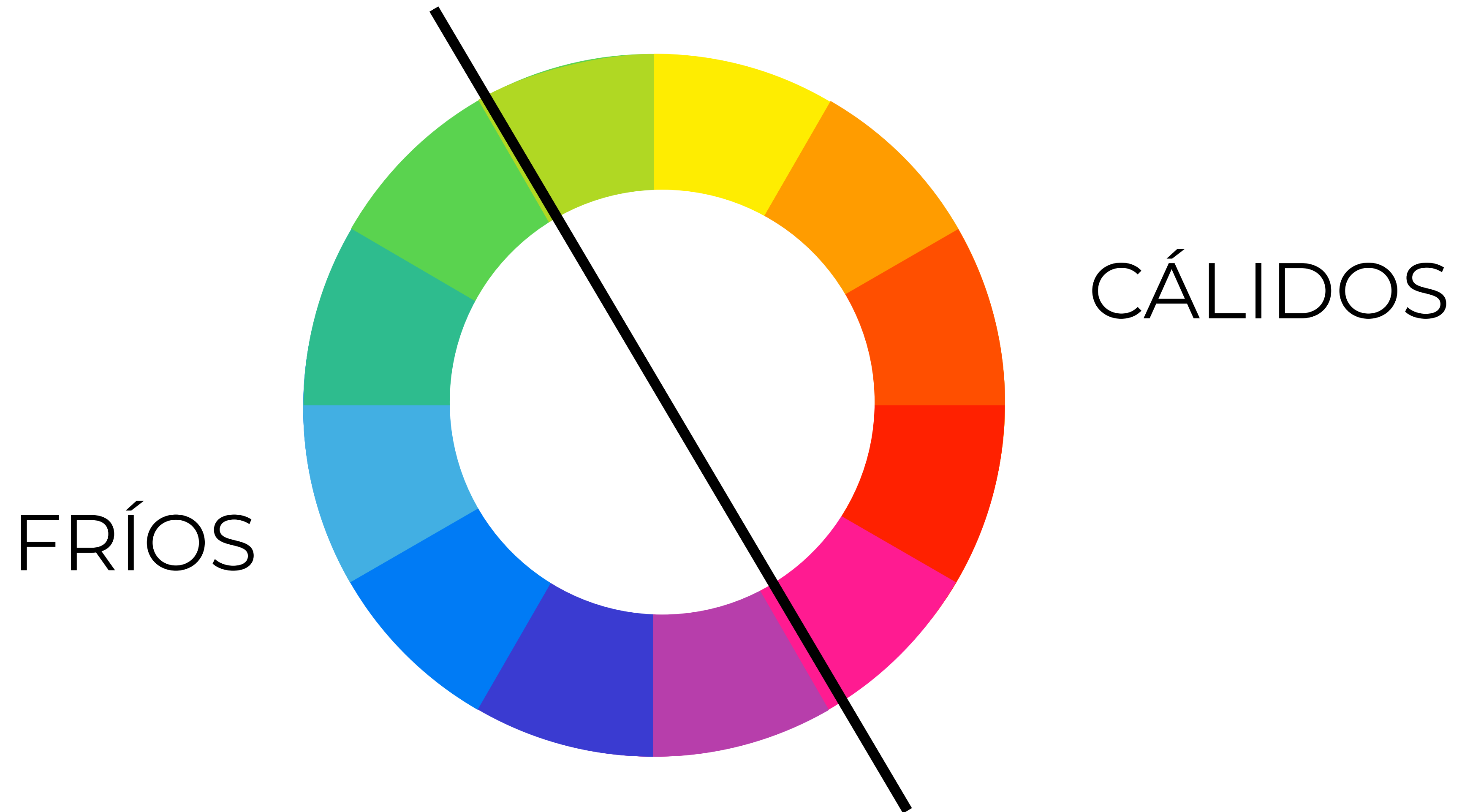
SECUNDARIOS

# CÍRCULO CROMÁTICO





# TEMPERATURA DEL COLOR

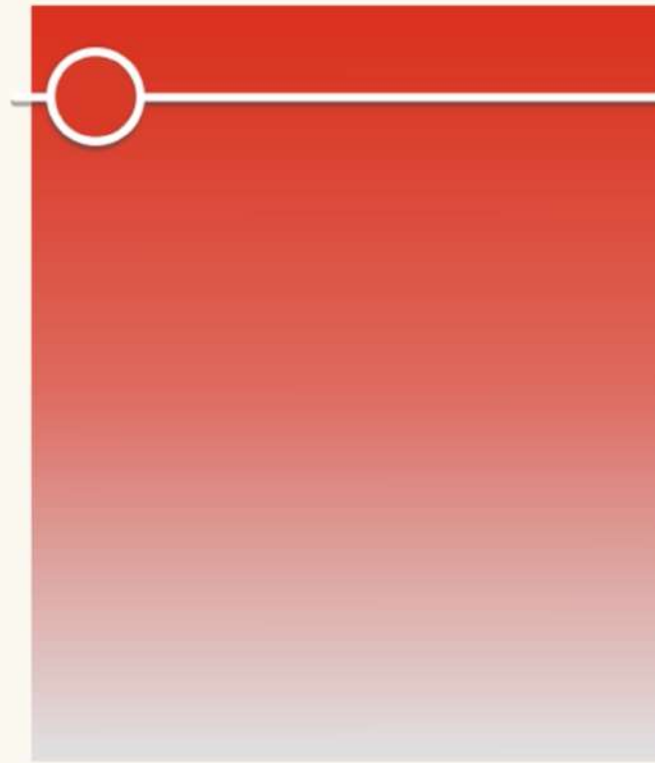


# ***PROPIEDADES DEL COLOR:***



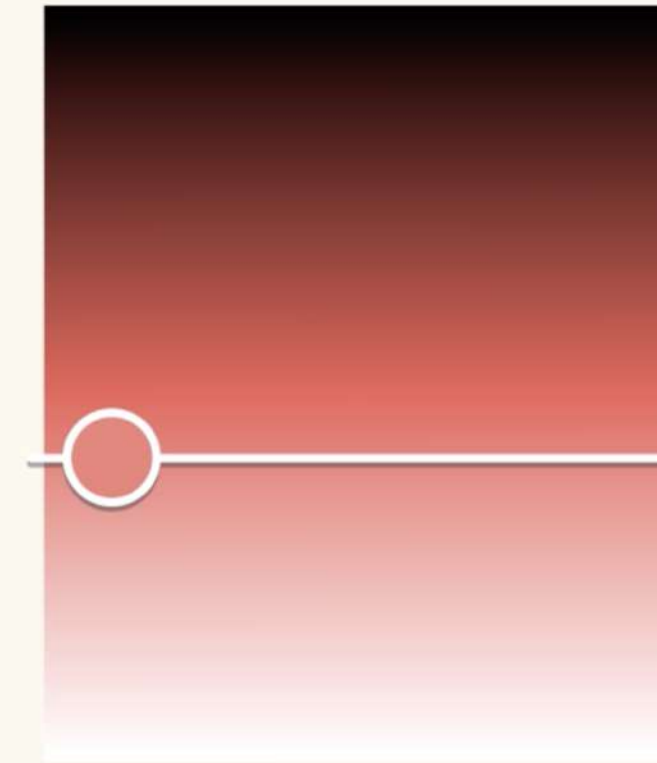
*Tonalidad*

Es la más fácil entre todas. Básicamente, es sinónimo de color. También se le dice tinte o matiz



*Saturación*

Se refiere a la intensidad. Es decir, si el color es más sutil o más fuerte.

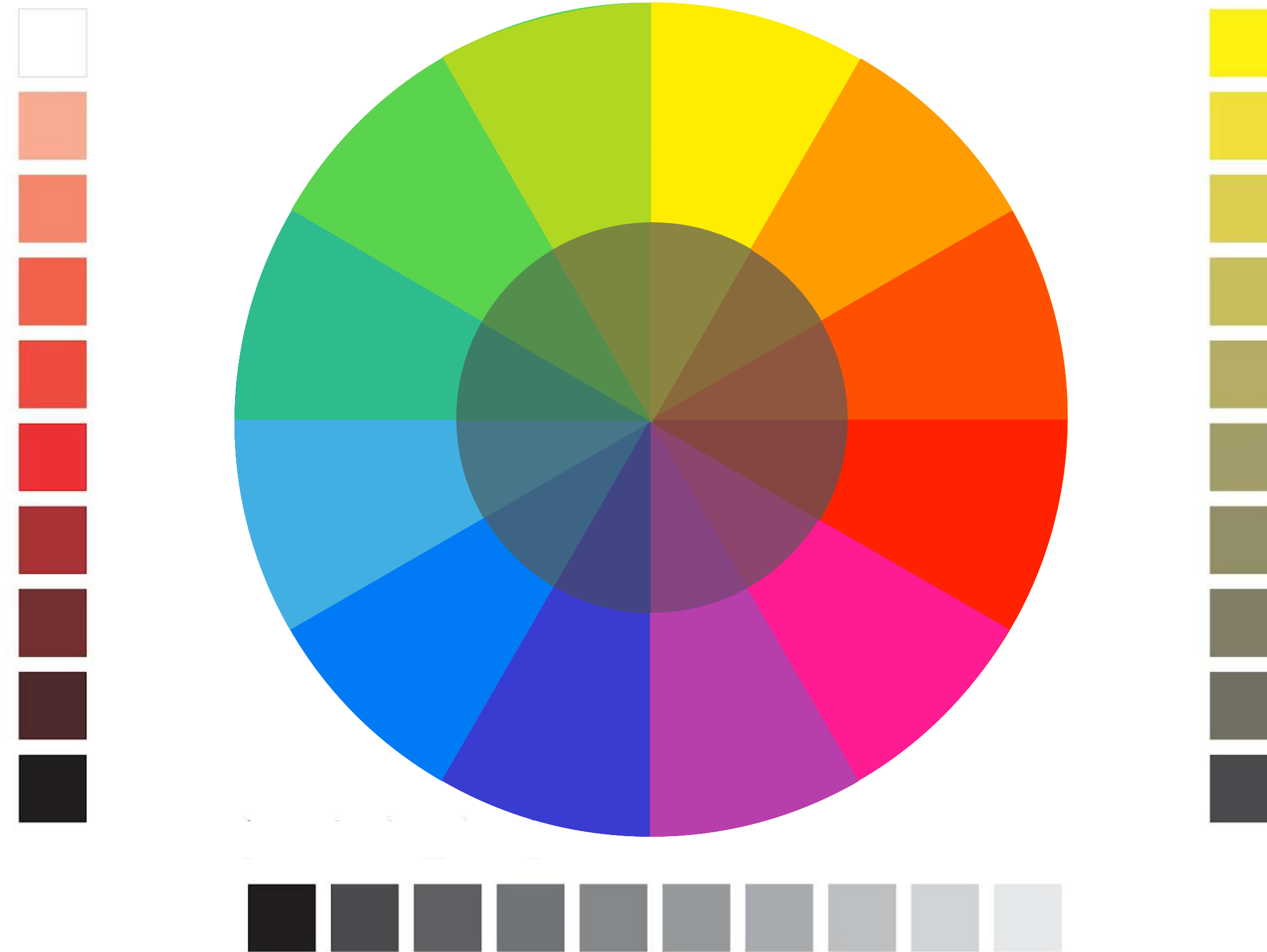


*Brillo*

Indica si el color es oscuro o claro, en un rango de negro a blanco.

LUMINOSIDAD

SATURACIÓN



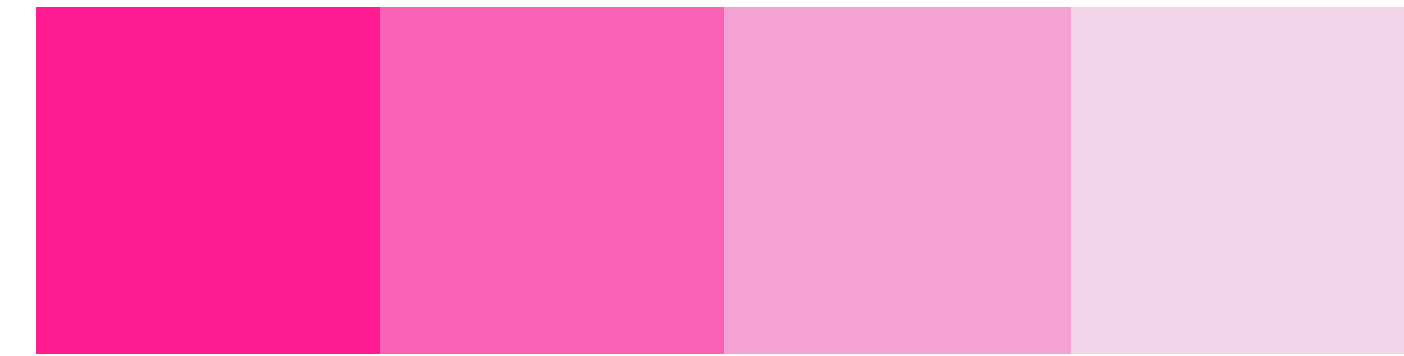
ESCALA DE GRISES



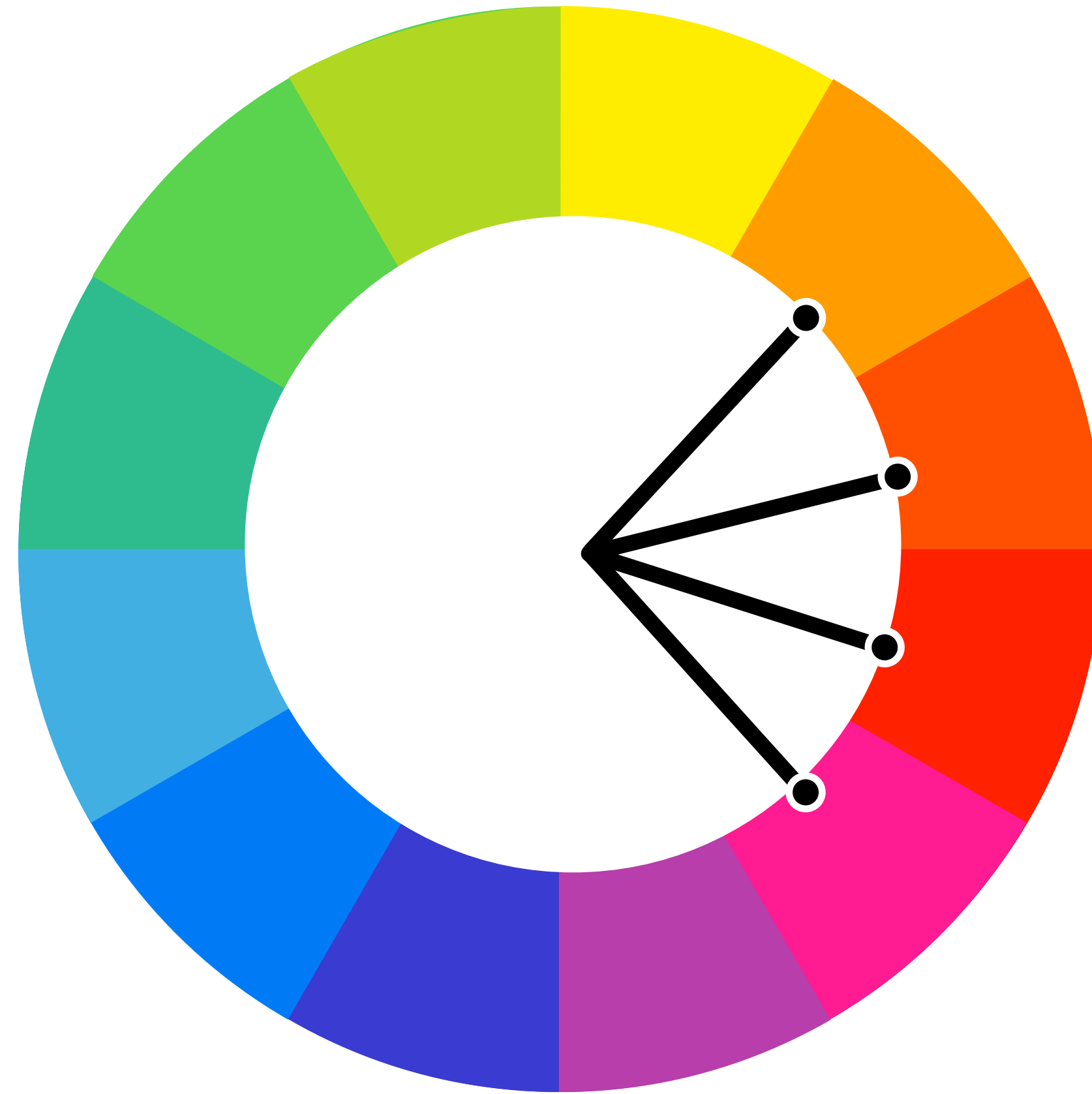
# ARMONÍAS DE COLOR



# FÓRMULA MONOCROMÁTICA



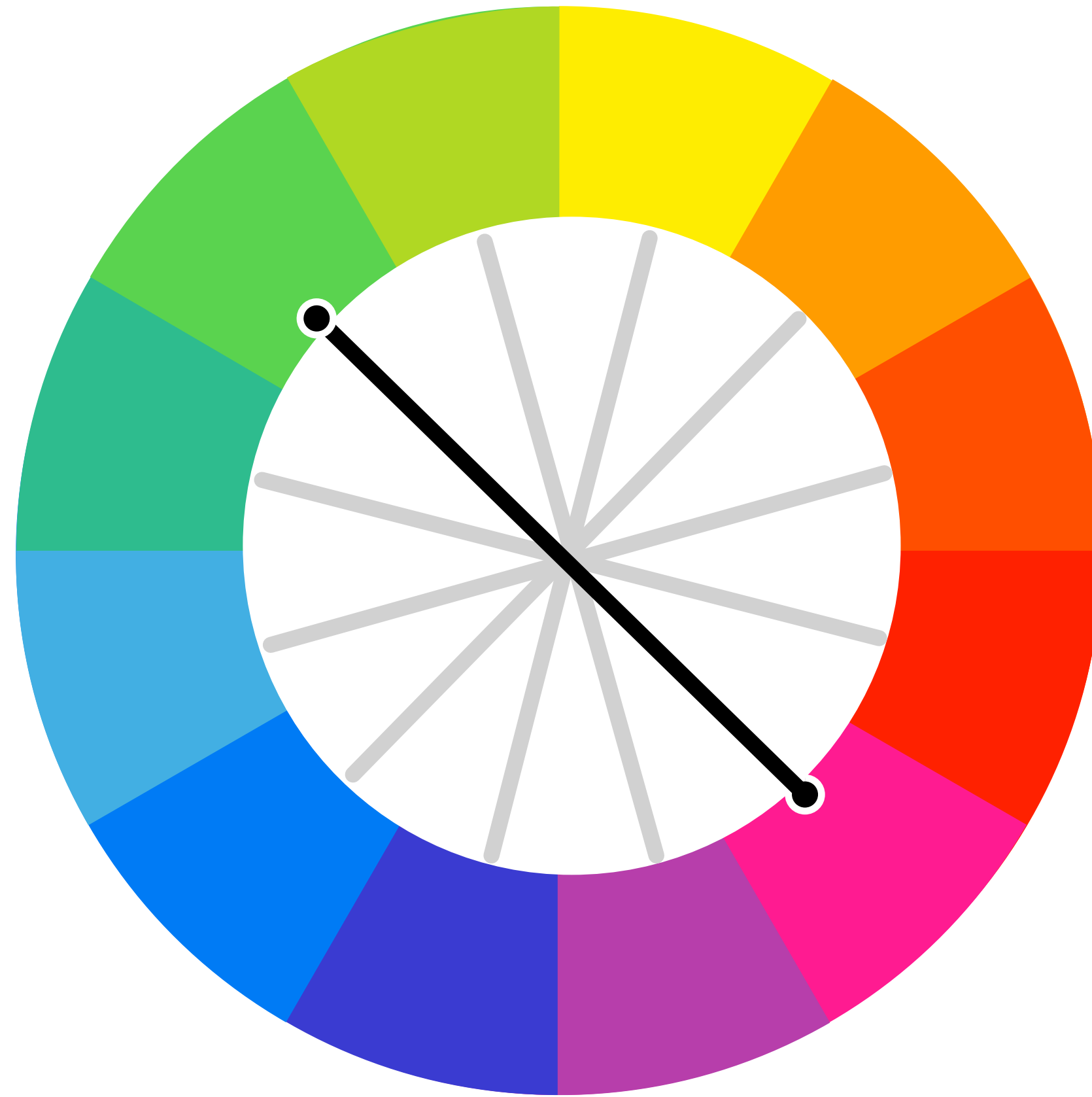
Utiliza un solo color. Elige un punto del círculo y usa tus conocimientos sobre saturación y brillo para crear variaciones en el tono. Lo mejor sobre este tipo de paletas es que tienes la garantía que combinarán.



## FÓRMULA ANÁLOGA



Con la fórmula análoga se eligen los colores que se siguen uno al otro en la rueda.

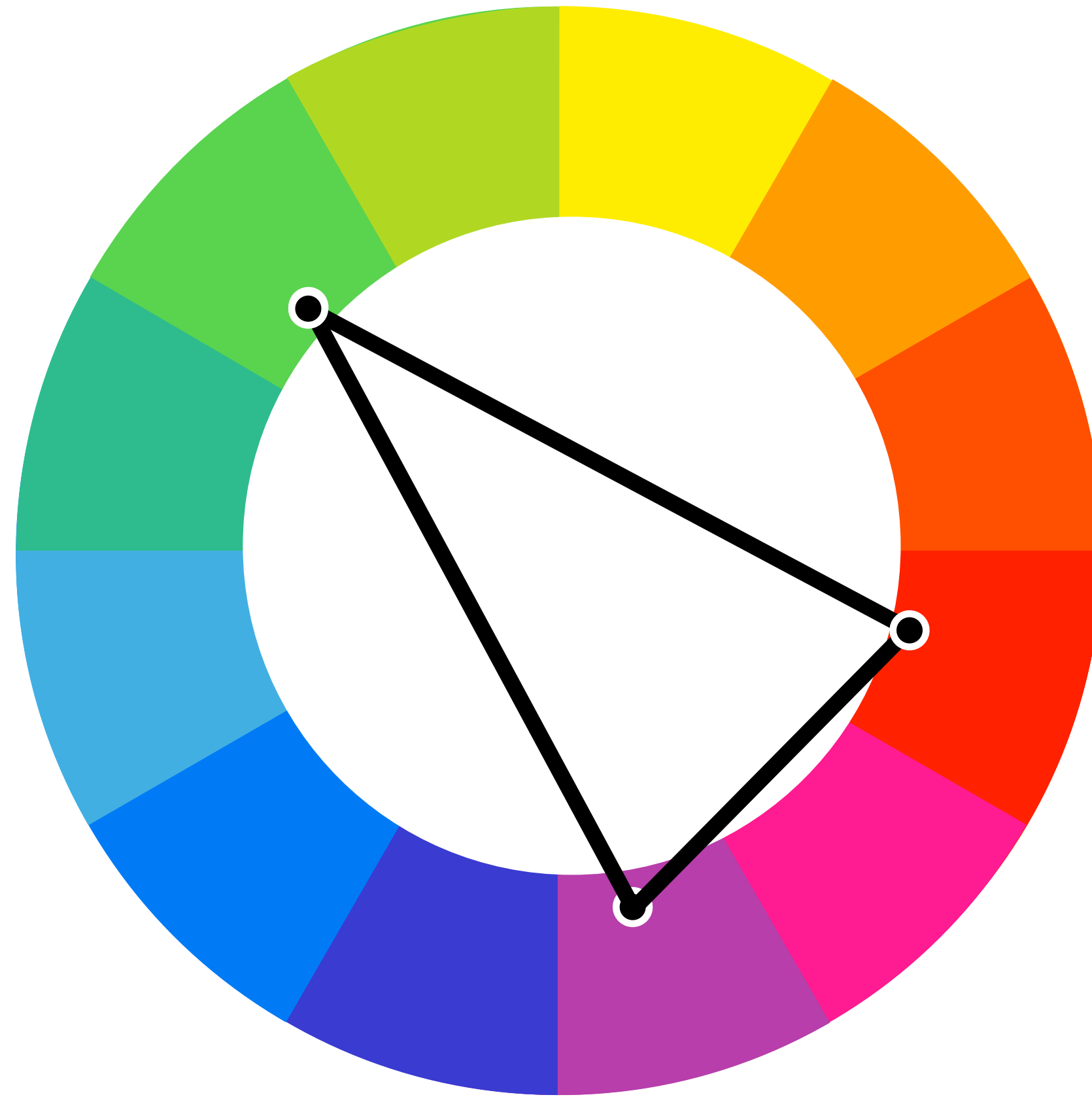


# FÓRMULA COMPLEMENTARIA



Los colores complementarios son opuestos uno al otro en la rueda.  
Para evitar que la paleta te quede muy simple, podés agregar  
tonos más claros, oscuros o con distinta saturación.

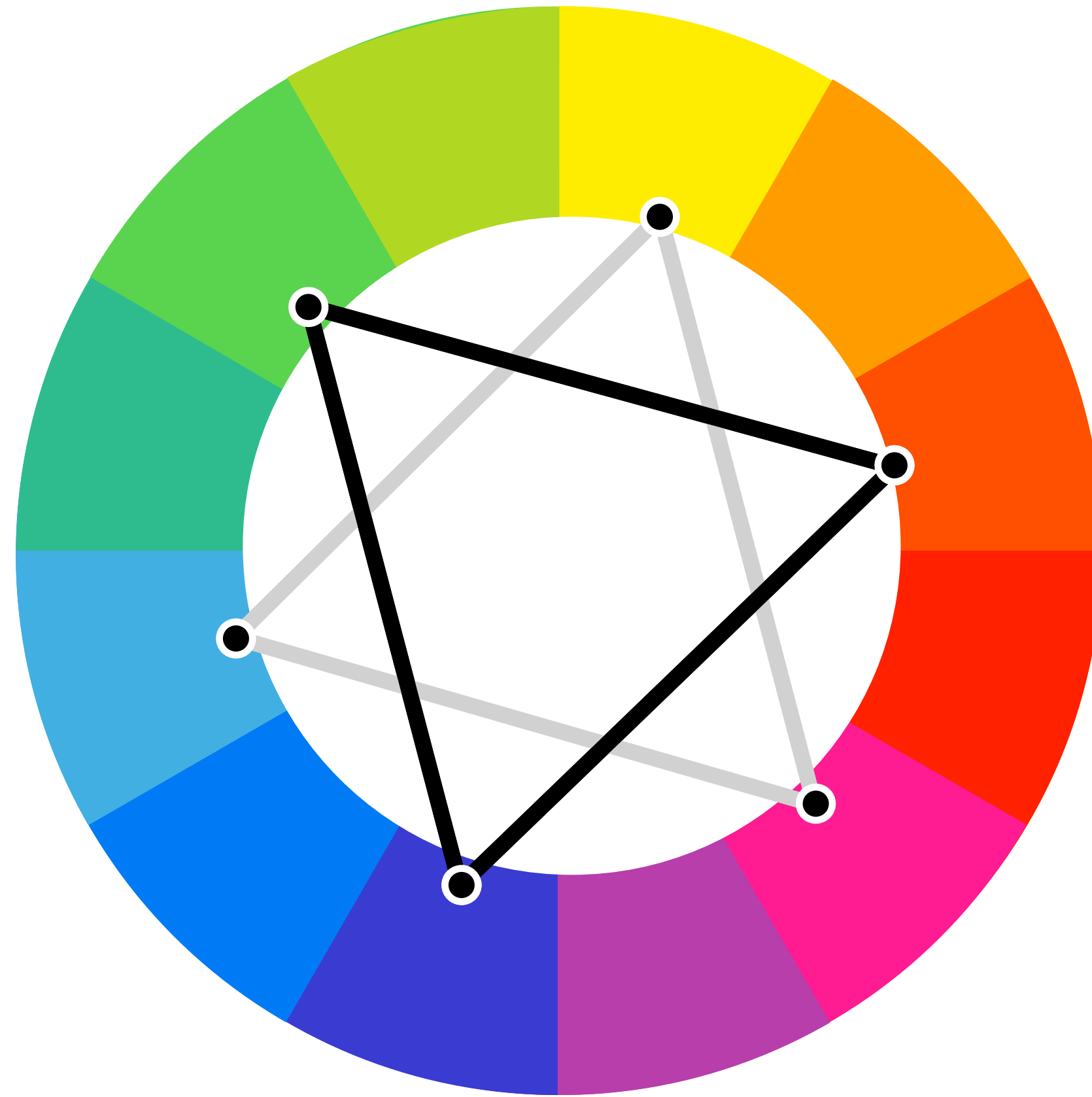




# FÓRMULA COMPLEMENTARIOS DIVIDIDOS



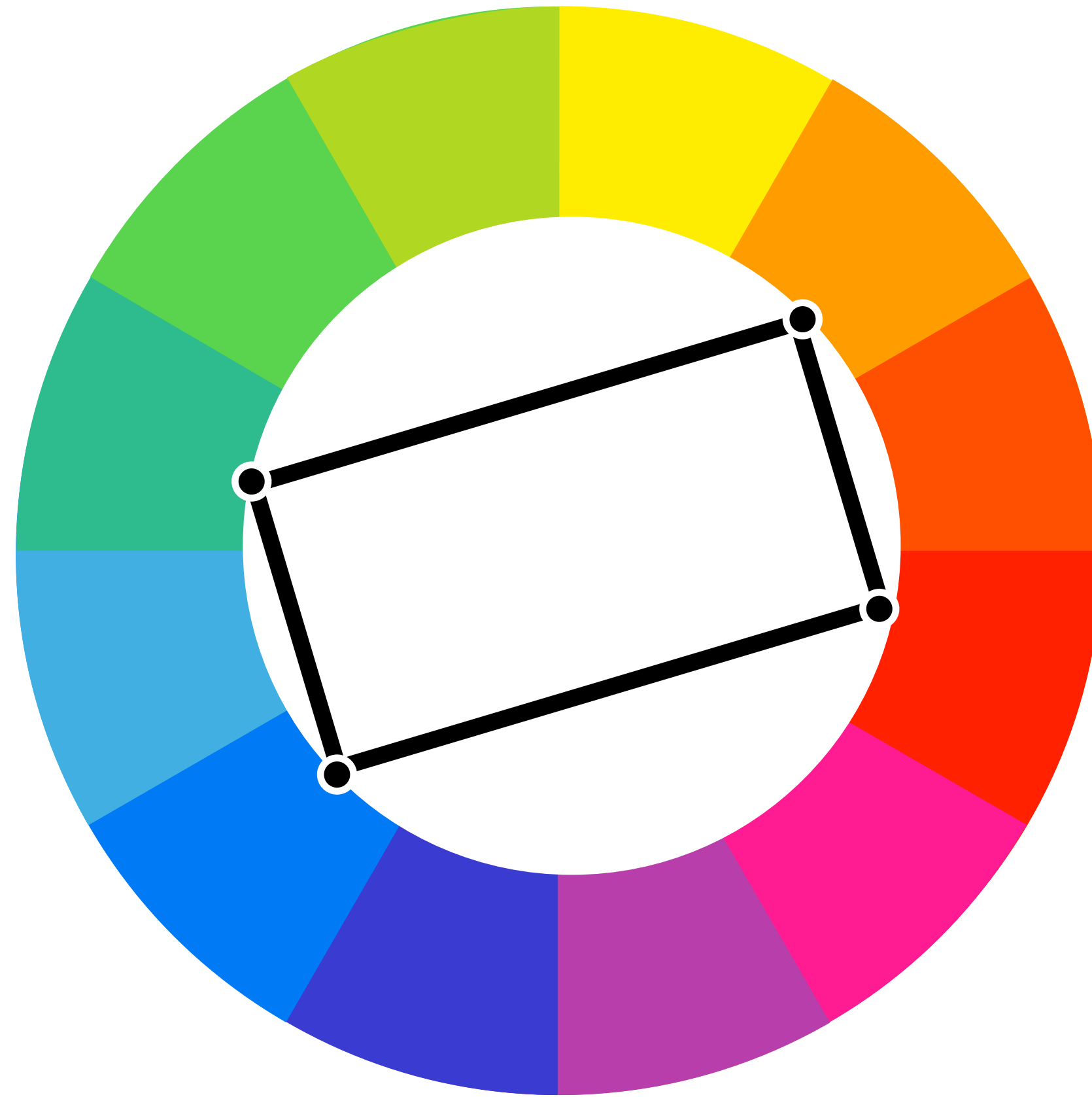
Con los complementarios divididos, se utilizan los colores que están junto al color complementario.  
Esto te da el mismo nivel de contraste, pero más opciones de tonos y, posiblemente,  
resultados más interesantes.



# FÓRMULA TRÍADA



Con la tríada se forma un triángulo en el círculo cromático y se usan los colores que están en cada esquina. Estas combinaciones tienden a ser bastante impactantes.



# FÓRMULA TETRAÉDRICA



Usá dos pares de colores complementarios. Esta fórmula funciona mejor si dejás un color como dominante y los otros tres como auxiliares.

# **GENERADORES DE PALETAS DE COLOR**



**<http://colrd.com/>**

**<https://color.adobe.com/es/create>**

**<http://paletton.com>**

**<https://colorhunt.co>**

**<https://color.hailpixel.com/>**

# PSICOLOGÍA DEL COLOR



En una dimensión puramente psicológica de los colores.

Parece haber un acuerdo general sobre el hecho de que cada uno de los colores posee una expresión específica.







Desde que abrimos los ojos nuestra vida está mediada por el color: pigmentos, colorantes, pinturas, luces, tintes, tonalidades. Nos relajamos, nos alegramos, nos impacientamos gracias a esta maravillosa percepción visual. Sin embargo, este efecto mágico, más intuitivo que racional, es el resultado de:

un proceso físico,  
un arraigo cultural  
un contexto: dónde se encuentra, quién lo ve,  
qué colores lo acompañan. No es lo mismo un rojo en la playa que un rojo en la nieve.

Pero cada color puede producir varios efectos, a veces contradictorios. ¿Lo pensaste? Un mismo rojo puede alertar o abrazar. Un mismo verde puede parecer saludable o venenoso. Un amarillo puede generar alegría o recelo .

En la pintura y en el diseño gráfico el color nunca es un simple atractivo estético de gusto personal, es la forma más efectiva de comunicar emociones e influir directamente en los estados de ánimo.

De acá que arrastra un significado según la psicología del color.

Por eso, para lxs que trabajamos con colores en el diseño, antes de la elección de cualquier color es importante ser consciente de su bagaje conceptual, emocional y además evaluar el contexto en el que se presentará: lugar físico, plataforma, público, rubro.

El color, mucho antes que la palabra te conecta con tu audiencia de manera visceral. Una persona puede experimentar placer o rechazo en cuestión de segundos y decidir si le gusta o no le gusta cierta combinación. Por eso es tan importante que aprendas a usarlo correctamente.

# PSICOLOGÍA DEL COLOR

QUÉ TRANSMITEN Y QUÉ MARCAS LO USAN

 <b>ROJO</b>	 <b>AZUL</b>	 <b>VERDE</b>	 <b>AMARILLO</b>	 <b>NARANJA</b>	 <b>VIOLETA</b>	 <b>ROSA</b>	 <b>MARRÓN</b>	 <b>GRIS</b>	 <b>NEGRO</b>
DINAMISMO CALIDEZ AGRESIVO PASIÓN ENERGÍA PELIGRO	PROFESIONAL SERIEDAD INTEGRIDAD SINCERIDAD CALMA INFINITO	NATURALEZA ÉTICA CRECIMIENTO FRESCURA SERENIDAD ORGÁNICO	CALIDEZ AMABILIDAD POSITIVIDAD ESTIMULANTE ALEGRÍA LUMINOSO	INNOVACIÓN MODERNIDAD JUVENTUD DIVERSIÓN ACCESIBILIDAD VITALIDAD	LUJO REALEZA SABIDURÍA DIGNIDAD MISTERIO ESPIRITUAL	DIVERSIÓN PRESUMIDO INOCENCIA FEMENINO DELICADEZA ROMÁNTICO	MASCULINO RURAL NATURAL TIERRA SIMPLICIDAD RÚSTICO	AUTORIDAD OPACIDAD SENCILLEZ RESPETO NEUTRAL HUMILDAD	PODER SOFISTICADO PRESTIGIO VALOR ATEMPORAL MUERTE
  	  	  	  	  	  	  	  	  	  



# COLORES PARA TU MARCA



Amor, calor, valor, pasión, poder, espontaneo, ira e incluso peligro.	ROJO	Nintendo® Coca-Cola
Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión.	NARANJA	THE HOME DEPOT FOX™
Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, temporalidad.	AMARILLO	McDonald's® NATIONAL GEOGRAPHIC
Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad.	VERDE	Spotify® Starbucks™
Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia.	AZUL	Facebook BLU CACUS DIGITAL MARKETING Tu éxito es nuestro éxito
Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico.	MORADO	Syfy gandhi.® libros·música·video·café
Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto.	ROSA	Barbie™ VICTORIA'S SECRET
Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico.	CAFÉ	ups™ HERSHEY'S