



EL COLOR



TEORÍAS

Teoría de la percepción del color

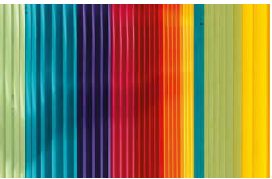
Se toma desde la intuición y ha sido impulsada por escritores, poetas y pintores.

Teoría física

Basada en experimentos y estableciendo leyes que fundamentan los fenómenos del color.

Teoría aristotélica (s. IV a. C.)

El filósofo griego Aristóteles consideraba que los colores eran expresiones divinas por medio de la luz y la oscuridad, en conjunción con los cuatro elementos.

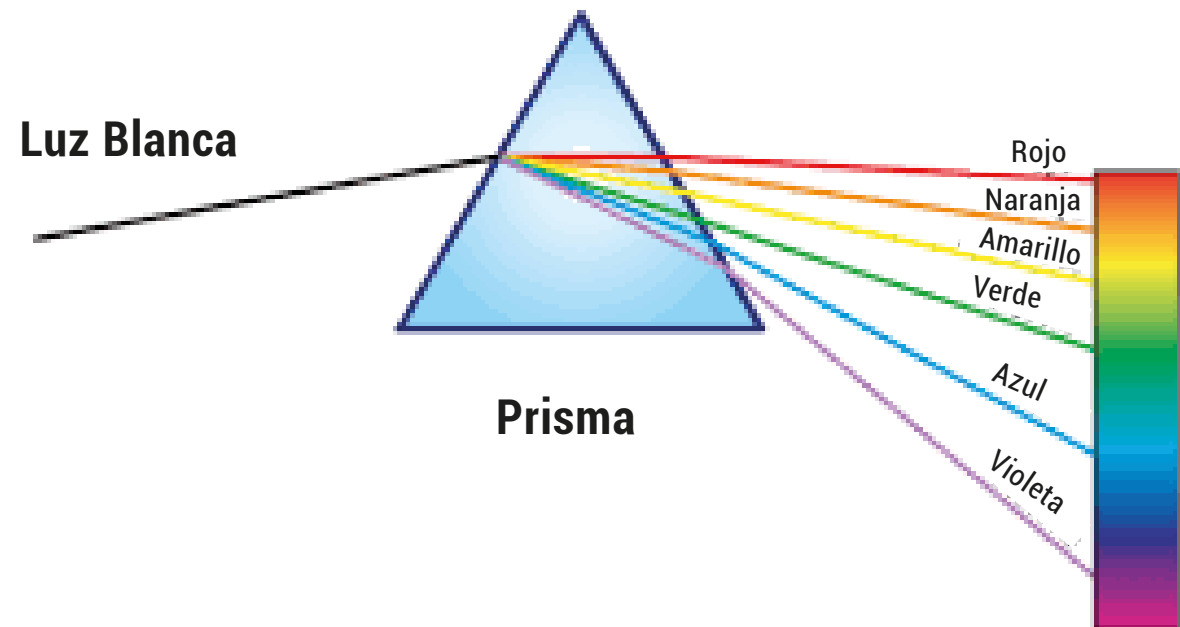


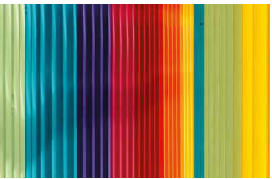
Teoría de Newton

La luz es la condición para que exista el color.

La principal fuente de luz natural es el sol.

Newton define el color como una combinación de luz y oscuridad, siendo el negro puro correspondiente al valor cero, como la ausencia de luz y el blanco puro como el valor máximo de luminosidad.





Nuestra comprensión moderna de la luz y el color comienza con Isaac Newton (1642-1726) y una serie de experimentos que realiza para entender el "fenómeno de los colores". Este científico es el primero en entender el arco iris. Observamos este fenómeno cuando la luz del sol se proyecta sobre las gotas de lluvia dando origen al fenómeno del Arco Iris. Llega a la conclusión de que la luz natural está formada por luces, cuando incide sobre un elemento absorbe algunos de esos colores y refleja otros. Con esta observación dio lugar al siguiente principio: "todos los cuerpos opacos al ser iluminados reflejan todos o parte de los componentes de la luz que reciben". Así, cuando observamos el color verde de la hierba es porque ésta atrapa todas las frecuencias de la luz menos la verde, que es la que percibimos.



PERCEPCIÓN

Culturalmente, las condiciones y nivel de desarrollo social, nos llevan a realizar asociaciones instintivas según los colores que vemos.

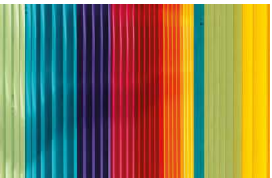
Los mismos tienen connotaciones diferentes y las reacciones que pueden provocar ante ellas, dependen de la cultura, la moda, la edad y las preferencias personales

Es de suma importancia el rol del color en la comunicación visual. Semánticamente nos determina, y en algunos casos refuerza los conceptos o ideas que necesitamos reproducir en las piezas gráficas; produciendo una respuesta emocional en el receptor del mensaje impreso.

Los colores impactan de manera directa sobre nuestros instintos, los cuales son captados por el órgano de la visión.

El color es un elemento indispensable implicado con su propio lenguaje, que trasladará emociones y sensaciones poniendo acento y puntos suspensivos en el diálogo creado por el espectador.

En muchas ocasiones la influencia del color es decisiva para la compra de un producto o toma de decisiones, por ello es un elemento a tener en cuenta en el momento de la generación de un mensaje de comunicación.



COLOR ROJO

La intensidad de este color
inspira excitación y pasión.
Al mismo tiempo, tiene un
efecto de energía e impulsividad.

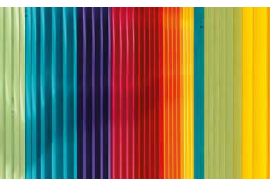
The Nintendo logo, featuring the word "Nintendo" in white, bold, sans-serif font, enclosed within a white rounded rectangle on a solid red background.The Coca-Cola logo, featuring the words "Coca-Cola" in a white, cursive script font, set against a solid red background.



COLOR AZUL

El color azul nos transmite
inteligencia, confianza, seguridad
serenidad lógica, reflexión y calma.
Como así también frialdad, distanciamiento y falta emocional.

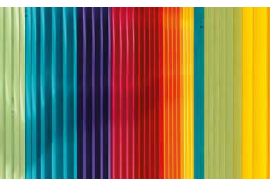




COLOR AMARILLO

Es un color excitante, es el color del sol.
Transmite energía, claridad, diversión, y creatividad.
Es un color muy visible en el entorno urbano.





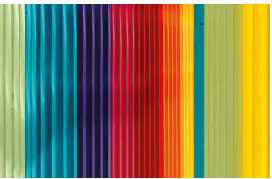
COLOR VERDE

Es un color que remite a la naturaleza, a la esperanza a la prosperidad, a la estabilidad y tranquilidad.

**ANIMAL
PLANET**

Tropicana


ORGANIC



COLOR VIOLETA

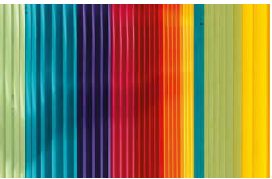


Está relacionado con la creatividad, el misterio, la sensibilidad a la belleza o los grandes ideales, la fantasía y la introspección. Puede significar lujo, poder, nobleza, espiritualidad, sabiduría y misterio.

Syfy

Hallmark

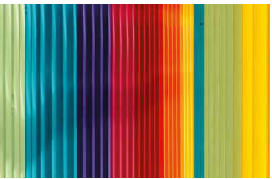
Cadbury



COLOR NARANJA

Se asocia directamente con la abundancia y la fertilidad así como a la sensación de calidez o emoción. Dicen de él que provoca ganas de comer y diversos estudios han demostrado que se asocia con el sabor dulce. Aporta seguridad y fuerza y estimula el deseo. Por otra parte, por su fuerza, el color naranja se utiliza en muchas ocasiones como señal de peligro.





SÍNTESIS ADITIVA / COLORES LUZ

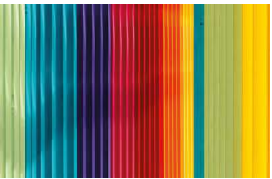
A través de la descomposición de la luz se obtienen los colores **ADITIVOS**.

Este modelo de color es el formado por los colores primarios luz **ROJO, VERDE Y AZUL**.

La combinación de estos tres colores sumados en igual intensidad forman el **BLANCO**.

El **NEGRO** se obtiene a partir de la ausencia total de estos colores.



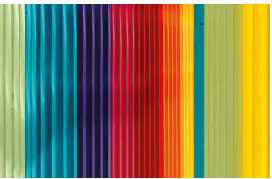


SÍNTESIS ADITIVA / COLORES LUZ

En los televisores y monitores, los componentes de la pantalla contienen impulsos de cada uno de los colores primarios de la luz (RGB).

La síntesis aditiva es el intento tecnológico de imitar la forma de trabajo de la vista. Pantallas de tv, monitores, programas de diseño y manejo fotográfico, orientados a la creación de imágenes cuyo destino sea la publicación Web o una pantalla de proyección.



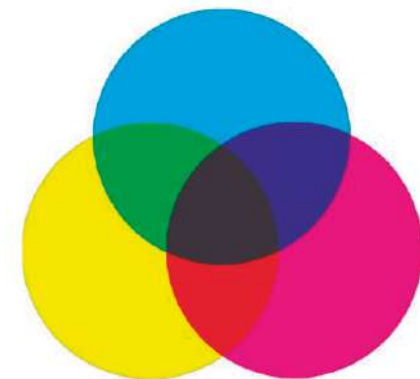


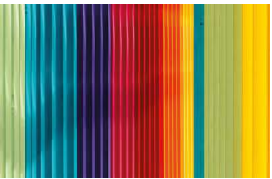
SÍNTESIS SUSTRACTIVA / COLORES PIGMENTOS

Los pigmentos **CIAN, MAGENTA Y AMARILLO**, SUSTRAEN diferentes cantidades de rojo, verde y azul de la luz blanca, actuando como **FILTROS**, para ofrecer una gama limitada de colores del espectro.

Permite que el color reflejado sea únicamente el resultado de las ondas de luz no absorbidas por el resto de los colores, siendo el negro la absorción de todos los colores y su **AUSENCIA, EL BLANCO LA REFLEXIÓN**

Se llama sustractiva porque al ir añadiendo colores pigmento, sustrae el color.



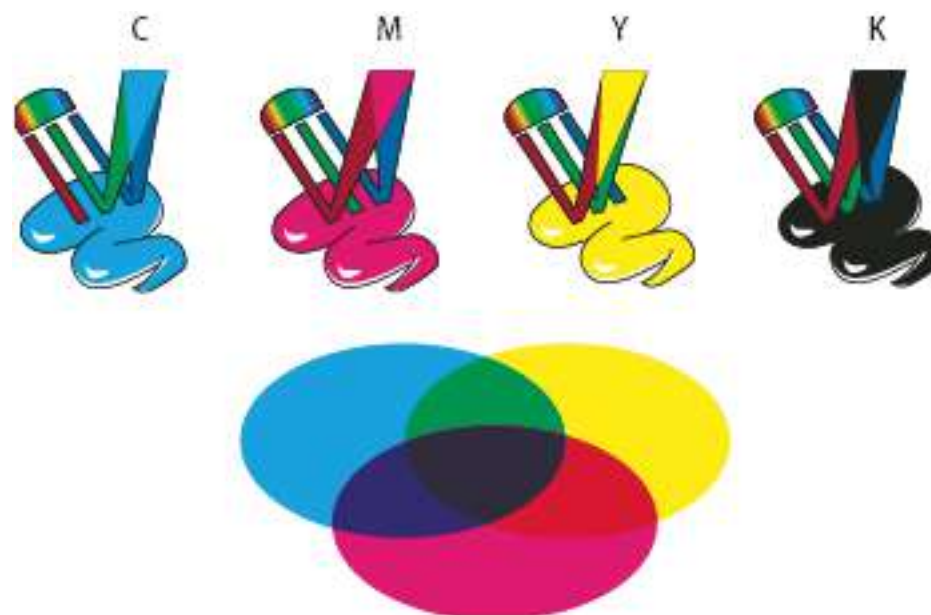


SÍNTESIS ADITIVA / RGB





SÍNTESIS SUSTRATIVA / CMYK





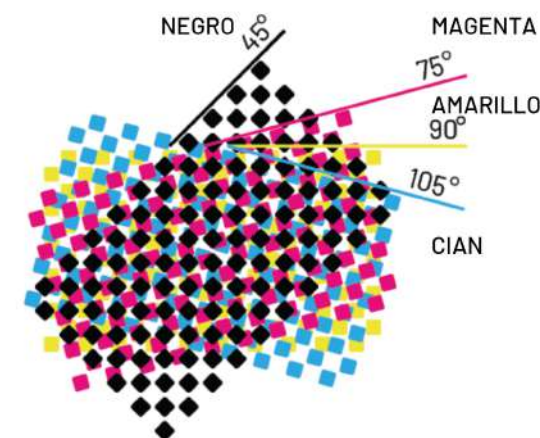
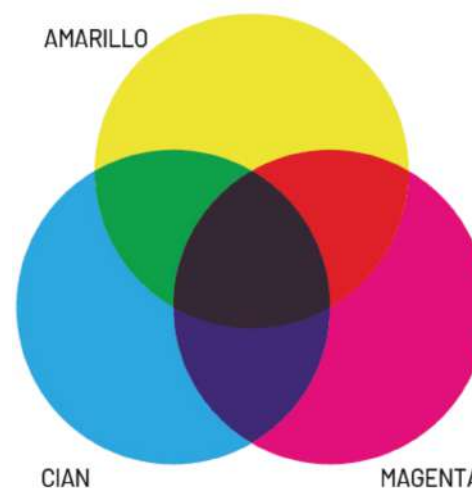
SÍNTESIS SUSTRACTIVA / CMYK

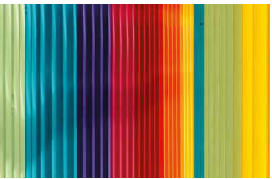
En el proceso de reproducción por cuatricromía se utilizan como colores primarios PIGMENTOS, EL CIAN / MAGENTA / AMARILLO para poder reproducir el resto de los colores.

Combinados puros tienden a formar negro y se aproximan al blanco cuando se reducen sus niveles.

Pero no se llega a obtener el NEGRO PURO.

Por eso se imprime además con (K)





ATRIBUTOS DEL COLOR

Tono

Es la propiedad a la que nos referimos cuando llamamos a un color por su nombre
ej: rojo, morado, o verde azulado

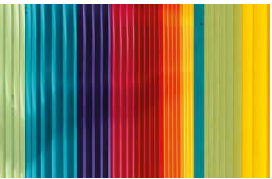
TONO



Matiz (tono, tinte, hue)

Es la cualidad que nos permite diferenciar un color de otro y la que

le da nombre



ATRIBUTOS DEL COLOR

Saturación

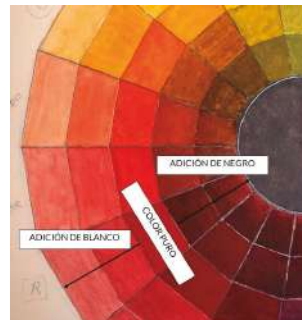
Describe la intensidad del color y su alejamiento del gris.

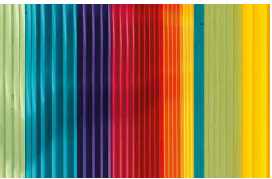
Puede variar de muy intenso a débil.

Está relacionado con la pureza del color (a mayor saturación, mayor es la pureza del color).

Se refiere al grado de pureza.

Esta propiedad diferencia un color intenso de uno pálido.





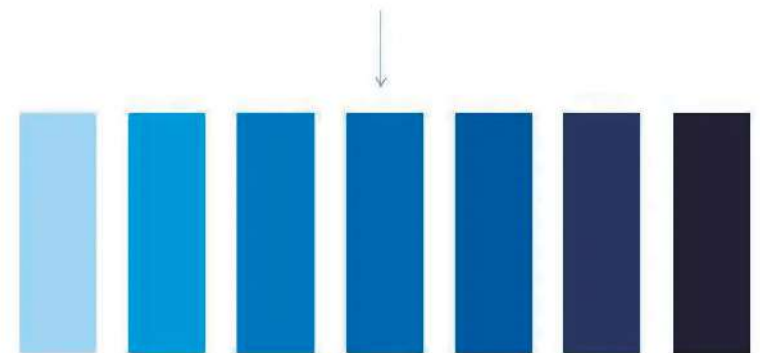
ATRIBUTOS DEL COLOR

Valor o luminosidad

También llamado brillo o luminosidad, indica la claridad u oscuridad de un color, es decir cuánto se aproxima al blanco o al negro.

Sólo cambian los valores, el tono del color queda igual. El valor más oscuro lo podríamos llamar «azul noche» y el más claro «azul celeste», pero siguen siendo el mismo tono o matiz de azul.

No ha cambiado la proporción de colores que crea este matiz de azul, sólo se ha añadido blanco o negro.





Cada dispositivo que utilizamos tiene su propio espacio cromático, su propia gama.

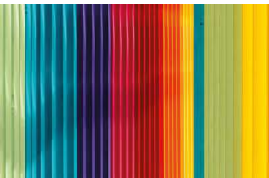
A medida que una imagen pasa de la digitalización al diseño, a las pruebas, y a la impresión final, cada dispositivo del flujo de trabajo introduce sutiles cambios en el color.

Lo que generalmente vemos en pantalla no coincide al 100 % con lo que vemos en el impreso.

La gestión del color es el proceso que consiste en armonizar los colores de una manera previsible y reproducible a lo largo de la cadena gráfica. La cámara fotográfica, el escáner, las pantallas, la impresora, la tecnología de tinta y el papel son elementos de esta cadena gráfica que ven o interpretan y reproducen los colores de diferentes maneras.

El sistema Pantone es una guía de colores que están identificados con un código. La primera se publicó en 1963, con el objetivo de crear «un lenguaje cromático universal que permita a marcas y productores tomar decisiones críticas relativas al color en todas las fases del flujo de trabajo».





APLICACIONES

Pedro Almodóvar es conocido por su uso intensivo y estratégico del color en sus películas, convirtiéndolo en una herramienta narrativa clave. Su paleta de colores suele estar dominada por tonos vibrantes y saturados, especialmente el rojo, que a menudo simboliza la pasión, el deseo y la intensidad emocional.

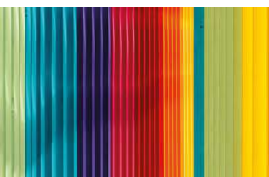
El uso del color en las películas de Almodóvar:

El rojo:

El rojo es quizás el color más emblemático de Almodóvar. Se utiliza de manera frecuente en el vestuario, los decorados y los objetos de la escena, creando una atmósfera dramática y resaltando momentos clave de la historia.

El azul:

El azul se asocia a menudo con la tristeza, la reflexión y la calma, y puede ser utilizado para crear una atmósfera más sombría o para representar la melancolía de un personaje.



El verde:

El verde puede representar la esperanza, la renovación y la naturaleza, aunque también puede utilizarse para simbolizar el engaño o la envidia.

El amarillo:

El amarillo puede transmitir alegría, energía y vitalidad, pero también puede ser utilizado para representar la locura o la paranoia.

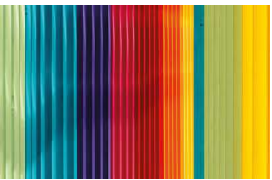
El negro:

El negro se utiliza para crear una atmósfera de misterio, oscuridad y tristeza, y puede ser utilizado para representar la muerte o la desesperación.

Ejemplos de uso del color en sus películas:

En Mujeres al borde de un ataque de nervios, el color rojo se utiliza para resaltar la pasión y la intensidad emocional de los personajes, mientras que el azul se utiliza para crear una atmósfera de calma y reflexión.

En Todo sobre mi madre, el color rojo se utiliza para representar la intensidad del dolor y la tristeza, mientras que el verde se utiliza para representar la esperanza y la renovación.



El color como lenguaje

Significado del color en las películas de Almodóvar:

Almodóvar utiliza el color como un lenguaje visual para transmitir emociones, simbolizar ideas y crear una atmósfera específica en sus películas.

El color como parte de la narrativa:

El uso del color no es simplemente decorativo, sino que forma parte integral de la narrativa y contribuye a contar la historia de una manera más efectiva.

El color como reflejo de la psicología de los personajes:

Los colores utilizados en las películas de Almodóvar a menudo reflejan la psicología de los personajes y sus estados de ánimo.

En resumen, Almodóvar es un maestro en el uso del color como una herramienta narrativa poderosa, capaz de transmitir emociones, simbolizar ideas y crear atmósferas específicas en sus películas.

Su paleta de colores, dominada por tonos vibrantes y saturados, se ha convertido en un sello distintivo de su estilo cinematográfico.



El color luz y el color pigmento son dos modelos fundamentales para comprender y representar el color en diferentes contextos. Ya sea en el diseño gráfico, el arte visual o la impresión física, la comprensión de las diferencias entre el color luz y el color pigmento es esencial para crear imágenes visualmente impactantes y efectivas. Al dominar estos conceptos, los artistas, diseñadores y profesionales de la imagen pueden aprovechar al máximo las posibilidades creativas del color en sus proyectos y obras.

***“El color es un medio
para influir directamente en el alma”***
(Wassily Kandinsky)