



UNIDAD DIDÁCTICA 2

EL COLOR

INTRODUCCIÓN

En esta unidad conocerá el funcionamiento intrínseco del color, los modos estándar, su aplicación, su psicología y el tratamiento que se le confiere en el montaje de escaparates. También se describirá la percepción del color, sus cualidades y su clasificación.

El dominio del color es una disciplina insustituible en la realización de cualquier escaparate, al ser un elemento primordial del código de comunicación visual.

El color es capaz de transmitir, por sí mismo, emociones y mensajes; y también puede resaltar o hacer más discreto un determinado elemento, equilibrar los pesos en la distribución de los artículos, iluminar u oscurecer un producto. En definitiva, otorga vida y contenido a los elementos.

OBJETIVOS

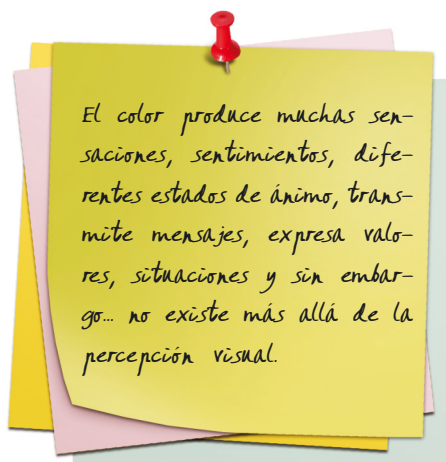
- Conocer los fundamentos del color y el círculo cromático.
- Conocer las reglas básicas del color en la composición.
- Conocer los aspectos psicológicos y emocionales del color.
- Saber combinar el color con los productos del negocio.



1. PERCEPCIÓN DEL COLOR

El color ha sido estudiado, por científicos, físicos, filósofos y artistas. Cada uno en su campo y en estrecho contacto con el fenómeno del color, llegaron a diversas conclusiones, muy coincidentes en algunos aspectos o bien que resultaron muy satisfactorias y como punto de partida para posteriores estudios.

El color según Isaac Newton es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo, causada por una longitud de onda luminosa. El ojo humano interpreta colores diferentes dependiendo de las distancias longitudinales.



Las reacciones individuales hacia el color son muy subjetivas porque varían en función de distintos factores culturales e individuales, lo que hace su manejo muy complicado.

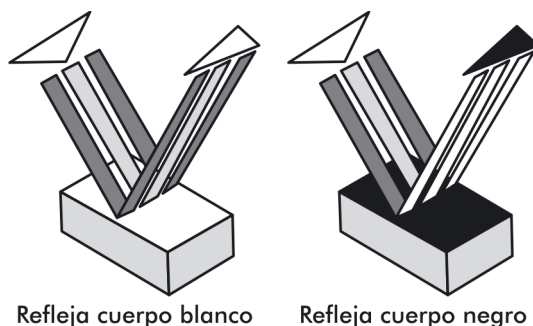
Los colores, además, reaccionan unos con otros al estar próximos, es lo que se llama influencia. El ojo los mezcla y, como consecuencia, ve colores que no hay, es una ilusión visual de la que se hablará en el apartado de percepción visual. Por lo tanto se puede hablar de colores influyentes y colores influidos.

Estudios psicológicos han demostrado que en las reacciones al color intervienen también la sugestión. Un mismo color puede sugerir cosas muy diferentes según quién lo contemple, pero también una misma persona puede reaccionar de distinta forma frente a un color según su estado de ánimo, el momento, lugar, etc.

Cómo son percibidos los colores de los objetos

Un cuerpo opaco, es decir no transparente, absorbe gran parte de la luz que lo ilumina y refleja una parte más o menos pequeña. Cuando este cuerpo absorbe todos los colores contenidos en la luz blanca, el objeto parece negro.

Cuando refleja todos los colores del espectro, el objeto parece blanco. Los colores absorbidos desaparecen en el interior del objeto, los reflejados llegan al ojo humano. Los colores que visualiza, son por tanto los que los propios objetos no absorben, sino los que propagan.



Refleja cuerpo blanco

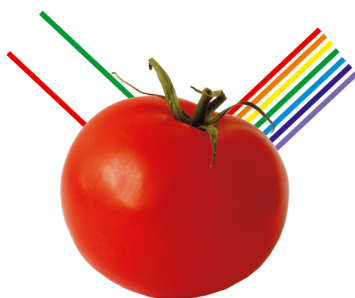
Refleja cuerpo negro

Todos los cuerpos están constituidos por sustancias que absorben y reflejan las ondas electromagnéticas, es decir, absorben y reflejan colores.

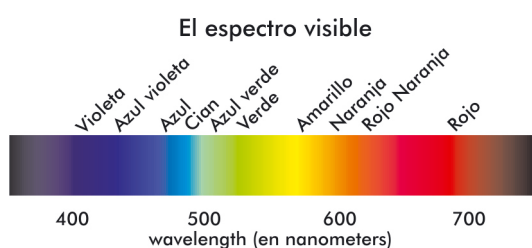
Cuando un cuerpo se ve blanco es porque recibe todos los colores básicos del espectro (rojo, verde y azul) los devuelve reflejados, generándose así la mezcla de los tres colores, el blanco.

Si el objeto se ve negro es porque absorbe todas las radiaciones electromagnéticas (todos los colores) y no refleja ninguno.

El tomate nos parece de color rojo, porque el ojo sólo recibe la luz roja reflejada por la hortaliza, absorbe el verde y el azul y refleja solamente el rojo. Un plátano amarillo absorbe el color azul y refleja los colores rojo y verde, los cuales sumados permiten visualizar el color amarillo.



2. TEORÍA DEL COLOR



El color es un atributo que se percibe de los objetos cuando hay luz. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 kilómetros por segundo. Esto significa que los ojos reaccionan a la incidencia de la energía y no a la materia en sí.

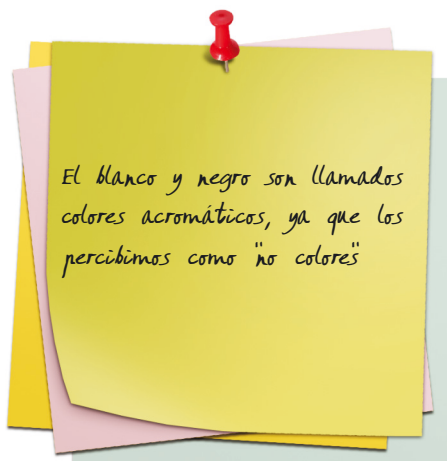
El mundo es de colores, donde hay luz hay color. La percepción de la forma, profundidad o claroscuro está estrechamente unida a la percepción de los colores.

Las ondas forman según su longitud de onda, distintos tipos de luz, como infrarroja, visible, ultravioleta o blanca. Las ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 380 y 770 nanómetros.

Los objetos devuelven la luz que no absorben, hacia su entorno. Nuestro campo visual interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como la palabra "COLOR".

COLORES PRIMARIOS, GENERALIDADES

El conocimiento que tiene y ha adquirido sobre el color en la escuela elemental, hace referencia al color pigmento y proviene de las enseñanzas de la antigua Academia Francesa de Pintura que consideraba como colores primarios (**aquellos que por mezcla producirán todos los demás colores**) al rojo, el amarillo y el azul. En realidad existen dos sistemas de colores primarios: colores primarios luz y colores primarios pigmento.



Color pigmento, síntesis sustractiva

Los colores sustractivos son colores basados en la luz reflejada de los pigmentos aplicados a las superficies. Forman esta síntesis sustractiva, el color magenta, el cian y el amarillo. Son los colores básicos de las tintas que se usan en la mayoría de los sistemas de impresión, motivo por el cual estos colores han desplazado en la consideración de colores primarios a los tradicionales.

La mezcla de los tres colores primarios pigmento en teoría debería producir el negro, el color más oscuro y de menor cantidad de luz, por lo cual esta mezcla es conocida como síntesis sustractiva. En la práctica el color así obtenido no es lo bastante intenso, motivo por el cual se le agrega negro pigmento conformándose el espacio de color CMYK.

Los procedimientos de imprenta para imprimir en color, conocidas como tricromía y cuatricromía se basan en la síntesis sustractiva.



Color luz, síntesis aditiva

Los colores producidos por la luz (en el monitor de nuestro ordenador, en el cine, televisión, etc.) tienen como colores primarios, al rojo, el verde y el azul (RGB) cuya fusión de estos, crean y componen la luz blanca, por eso a esta mezcla se le denomina, síntesis aditiva y las mezclas parciales de estas luces dan origen a la mayoría de los colores del espectro visible.



3. PROPIEDADES DEL COLOR

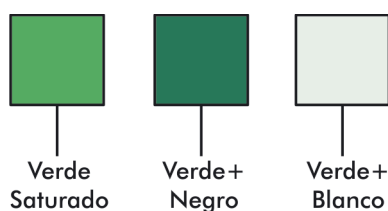
El color en el escaparate tiene una importancia especial en cuanto que determina el equilibrio, la percepción de los objetos, las sensaciones que provoca en el observador, etc. Pero el color como concepto implica conocer sus cualidades siendo inútil tratar de describir un color determinado sin hacer referencia a ellas. Estas son: **tono o tinte, saturación, matiz y luminosidad o brillo.**

TONO, TINTE O CROMA

Es el atributo que diferencia un color de otro y por el cual se designan los colores: rojo, azul, verde, etc. Cuando se dice que el color es rojo, realmente se refiere solo a su tono.

SATURACIÓN

Es la intensidad cromática o pureza de un color. Así, cuando se afirma que el tono es puro, lo que se quiere decir es que no tiene ninguna mezcla, ni con blanco ni con negro, presentando la máxima saturación. Tomando como ejemplo el tono verde, si se mezcla con blanco, se aumenta su luminosidad al tiempo que se desatura la mezcla, resultando el color menos puro, es decir, daría como resultado el verde claro.



MATIZ

Es la variación tonal de un color dentro de su gama cromática, es decir, su desplazamiento de una tonalidad a otra.

LUMINOSIDAD O BRILLO

Es la cantidad de luz que refleja o transmite un color. Se refiere, en concreto, a términos de claro-oscuro y se mide por escalas referidas a cada uno de los colores primarios. Por lo tanto, en una escala de luminosidad del 1 al 10, en el tono o tinte azul, se podría decir que el 1 es el azul marino más oscuro y el 10 un azul celeste muy claro.



Diferencia de Tono o matiz con igual valor y saturación



Diferencia de Brillo, luminosidad o valor, con tono y saturación constante



Diferencia de Saturación con igual valor y color

4. CÍRCULO CROMÁTICO

El ojo humano distingue unos 10.000 colores. Se emplean, también sus tres dimensiones físicas: saturación, brillantez y tono, para poder experimentar la percepción.



COLORES PRIMARIOS Y SECUNDARIOS

El círculo cromático se divide en dos grupos de colores primarios según la aplicación que necesitemos con los que se pueden obtener los demás colores.

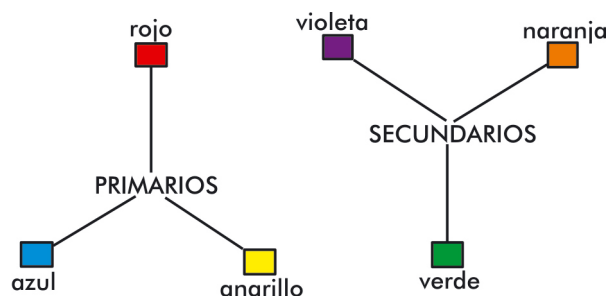
El primer **grupo de primarios según los artistas diseñadores**: amarillo, rojo y azul. Mezclando pigmentos de éstos colores se obtienen todos los demás colores.

El segundo **grupo de colores primarios usados para la impresión**: magenta, amarillo y cyan.

UNIDAD DIDÁCTICA 2

EL COLOR

Definimos como los colores **secundarios**: verde, violeta y naranja. Los colores secundarios se obtienen de la mezcla en una misma proporción de los colores primarios.



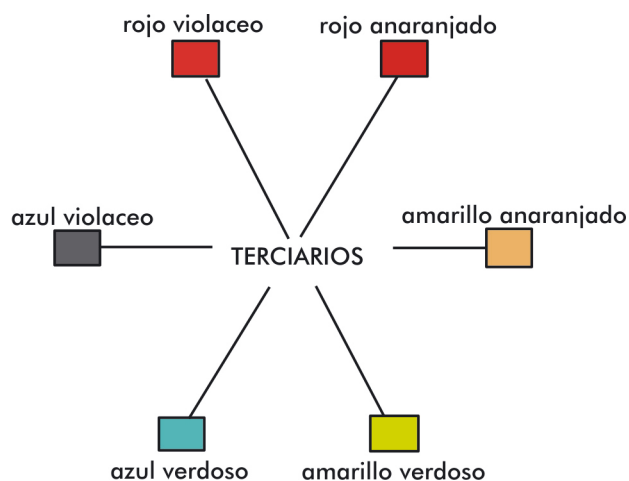
Todos los colores se pueden obtener por mezcla de otros, pero hay tres que no se pueden obtener mezclando ningún otro color. Estos colores se consideran puros y se llaman primarios. De los dos grupos usaremos el primero, el de diseñadores, de esta forma, a partir de ahora nuestros colores primarios serán: el rojo, el azul y el amarillo.

Con estos tres colores primarios, además del blanco y el negro, podemos obtener todos los colores existentes.

Los colores secundarios son los que se obtienen por la mezcla de los primarios entre sí. Estos colores son:

- Rojo + azul = violeta
- Rojo + amarillo = naranja.
- Amarillo + azul = verde.

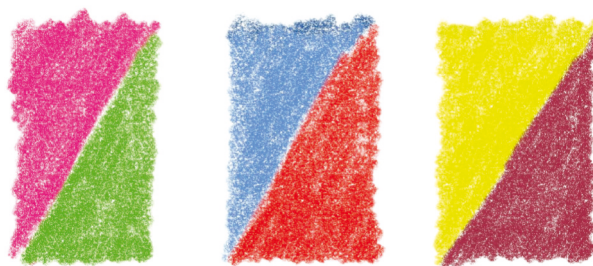
LOS COLORES TERCIARIOS



Se considerará como colores terciarios: rojo violáceo, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo. Los colores terciarios, surgen de la combinación en una misma proporción de un color primario y otro secundario adyacente.

COLORES COMPLEMENTARIOS

Los colores complementarios son aquellos que se encuentran comparando un color primario con el secundario opuesto en el triángulo de color.



GAMA Y COMBINACIÓN COLORES COMPLEMENTARIOS

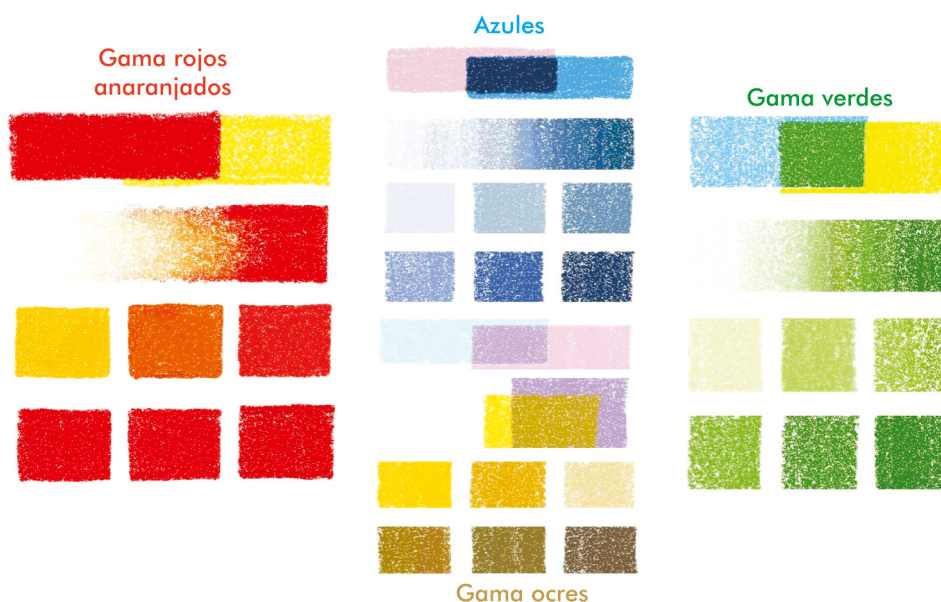
Los colores complementarios son los que proporcionan mayores contrastes en el gráfico de colores.

Para obtener una gama de verdes: los verdes se obtienen mediante la mezcla de azul y amarillo, variando los porcentajes, se obtienen diferentes resultados.

Crear una gama de azules: los colores más oscuros se logran mediante una combinación de púrpura y azul. El color púrpura tiñe con intensidad y su mezcla se debe dosificar bien.

Obtener una gama de rojos anaranjados: mezclando púrpura y amarillo obtendremos diferentes tonos anaranjados.

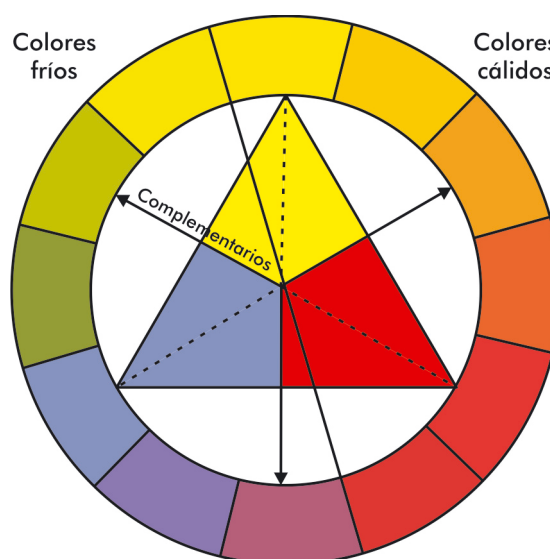
La obtención de una gama de ocre y tierras será a partir de un violeta medio, que se crea a partir de un púrpura y azul, es posible conseguir una extensa gama de colores comprendidos entre el ocre amarillo y el sombra tostada llegando a sienas. Para conseguir esta combinación es preciso añadir amarillo a los distintos violetas que se han creado con los otros dos primarios.



COLORES FRÍOS Y CÁLIDOS

Se llaman colores cálidos aquellos que van del rojo al amarillo y los colores fríos aquellos en que las graduaciones van del azul al verde. Esta división de los colores en cálidos y fríos radica simplemente en la sensación y experiencia humana. La calidez y la frialdad atienden a sensaciones térmicas. Los colores de alguna manera, pueden llegar a transmitir estas sensaciones. Un color frío y uno cálido o un color primario y uno compuesto, se complementan.

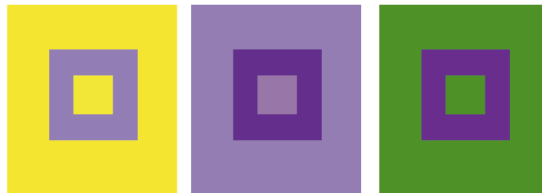
Círculo cromático de los colores cálidos y fríos con sus complementarios.



Los efectos psicológicos del color, de los que luego hablaremos, se hacen evidentes con los primarios azul y rojo. Las personas expuestas al color rojo acusan un aumento de la presión sanguínea y el ritmo cardíaco, mientras que las personas expuestas al azul reaccionan de un modo totalmente opuesto, lo que hace pensar que tiene efectos relajantes.

5. COLOR Y COMPOSICIÓN

Ningún color puede ser considerado un valor absoluto, de hecho los colores se influyen mutuamente si se acercan. Los colores tienen diferente realce según el contexto en el que se dispongan o se encuentren.



Existen dos formas compositivas del color, armonía y contraste.

RELACIONES DE ARMONÍA Y CONTRASTE

Colores Análogos
Adyacentes en CC



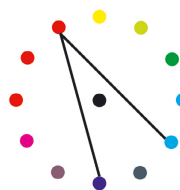
Triada equidistante
Equidistante en el CC



Colores Complementarios
Opuestos en el CC

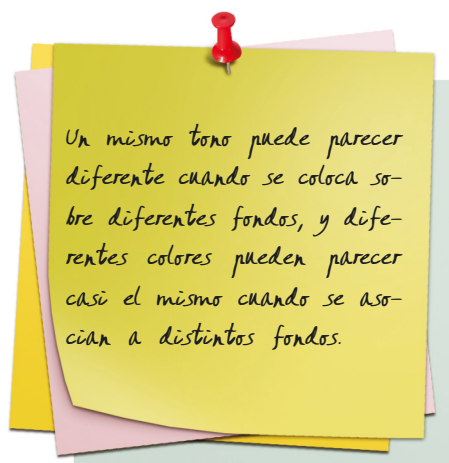


Complementarios divididos
Triada formada por un color
y los adyacentes
al color complementario



Dobles Complementarios
Selección cuaternaria
de pares opuestos





Como ve en este ejemplo el mismo elemento y del mismo color contrastado con fondos de diferentes colores hace que parezcan que cambia su tono y su valor.

Además de las diferencias de tono, los colores reciben influencias que se reflejan en su luminosidad y oscuridad, calidez y frialdad, brillo y sombra y según los colores que los rodeen.

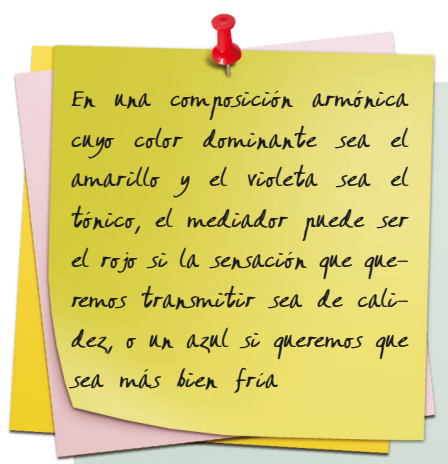
ARMONÍA DEL COLOR

Armonizar significa coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición. Cuando en una composición todos los colores tienen una parte común al resto de los colores componentes. Armónicas son las combinaciones en las que se utilizan modulaciones de un mismo tono, o también de diferentes tonos, pero que en su mezcla mantienen los unos parte de los mismos pigmentos de los restantes.

En todas las armonías cromáticas se pueden observar tres colores: uno dominante, otro tónico y por último otro de mediación.

- **Dominante:** es el más neutro y de mayor extensión y sirve para destacar los otros colores que conforman nuestra composición, especialmente al opuesto.

- **El tónico:** es el complementario del color de dominio, es el más potente en color y valor, y el que se utiliza como nota de animación o audacia en cualquier elemento (alfombra, cortina, etc.)
- **El de mediación:** actúa como conciliador y modo de transición entre cada uno de los dos anteriores, suele tener una situación en el círculo cromático cercano a la de color tónico.



La armonía más sencilla es aquella en la que se conjugan tonos de la misma gama o de una misma parte del círculo, aunque puede resultar un tanto carente de vivacidad. Según diversas teorías la sensación de armonía o concordancia suscitada por una composición tiene su origen exclusivamente en las relaciones y en las proporciones de sus componentes cromáticos. Sería el resultado de yuxtaponer colores equidistantes en el círculo cromático o colores afines entre sí, o de tonos de la misma gama representados en gradaciones constantes, o del fuerte contraste entre tonos complementarios, o de los contrastes más suavizados entre un color saturado y otro no saturado y también de las relaciones entre las superficies que se asignen a cada valor tonal de nuestra composición.

La mezcla de colores consiste simplemente en hallar relaciones entre los tonos. Mezclar dos colores con un tercero, para crear un puente visual entre los dos primeros. El tercer color debe ser un tono nacido de dos colores a los que se parece. Colocar un color mezclado entre los dos colores de los que procede

comporta una armoniosa distribución de los tonos. Los dos tonos originales parecen dos hojas de acetato coloreado que se superponen para formar un tercer color.

La habilidad para hallar similitudes entre los tonos favorece en gran medida el proceso de selección del color, pues permite combinar con armonía y equilibrio todos los colores de un diseño.

EL CONTRASTE DEL COLOR

El Contraste se produce cuando en una composición los colores no tienen nada en común no guardan ninguna similitud.

Existen diferentes tipos de contraste:

- **De tono:** Cuando utilizamos diversos tonos cromáticos, es el mismo color de base pero en distinto nivel de luminosidad y saturación.
- **Contraste de claro/oscuro o contraste de grises:** El punto extremo está representado por blanco y negro, observándose la proporción de cada uno
- **Contraste de color:** Se produce por la modulación de saturación de un tono puro con blanco, con negro, con gris, o con un color complementario.
- **Contraste de cantidad:** Es igual los colores que utilicemos, consiste en poner mucha cantidad de un color y otra más pequeña de otro.
- **Contraste simultáneo:** Dos elementos con el mismo color producen el mismo contraste dependiendo del color que exista en su fondo.
- **Contraste entre complementarios:** Se colocan un color primario y otro secundario opuesto en el triángulo de color. Para conseguir algo más armónico, se aconseja que uno de ellos sea un color puro y el otro esté modulado con blanco o con negro.
- **Contraste entre tonos cálidos y fríos:** Es la unión de un color frío y otro cálido.

Contraste de Valor



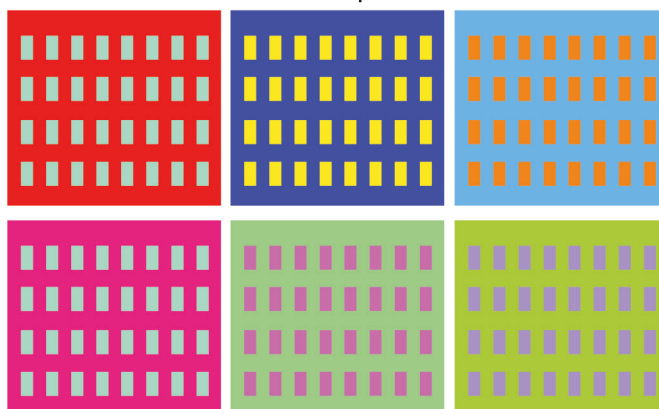
Contraste de Saturación



Contraste de Tono



Contraste de complementarios



PROPORCIÓN Y SIMETRÍA DEL COLOR

Con las formas redondeadas, la proporción y la simetría suelen combinarse, puesto que las formas perfectamente circulares también son simétricas. Por lo que las formas circulares parecen ser menos potentes que las formas oblongas, pero crean impresiones de armonía que resuenan con suavidad y perfección.

Evidentemente el tamaño de un elemento en relación con el resto de los elementos que coloquemos en el espacio del escaparate también tendrá diferentes significados. **Las formas grandes, altas o anchas, suelen ser percibidas como potentes o fuertes, mientras que las formas pequeñas, cortas o finas, nos parecen delicadas y débiles.** La interpretación del tamaño, más que de las demás dimensiones de la forma, varía sorprendentemente según las culturas y los países. En occidente, la pequeñez se percibe como falta de talla humana, sin embargo en el oriente, lo grande se suele percibir como raro y aparatoso.

Todos los elementos visuales tienen capacidad para modificarse y definirse unos a otros, este proceso se llama escala: el color es brillante o apagado en yuxtaposición con otros valores, asimismo no puede existir lo grande sin lo pequeño. Pero incluso cuando establecemos lo grande a través de lo pequeño, se puede cambiar toda la escala con la introducción de otra modificación visual, por ejemplo en relación con el campo visual o el entorno.



UNIDAD DIDÁCTICA 2

EL COLOR

Como ve en este ejemplo las sensaciones de estos dos cuadrados de la misma dimensión pero con diferente color y en diferentes contextos, transmiten mensajes muy distintos: su posicionamiento con respecto al contexto, el color de los elementos y las dimensiones de su ubicación.

El color amarillo del cuadrado le permite defenderse mejor frente a la forma más grande, ya que los colores claros son expansivos, mientras que los colores oscuros se contraen visualmente.

6. CONNOTACIONES DEL COLOR

Hablaremos en esta parte de una característica fundamental del color, que es tenerlo en cuenta como elemento expresivo que puede ser utilizado para cualquier composición. Aquí estudiará tres diferentes aplicaciones del color en el ámbito estético: el color denotativo, el color connotativo y el color esquemático.

EL COLOR DENOTATIVO

El color como atributo realista o natural de los objetos o figuras. En el color denotativo podemos distinguir tres categorías: icónico, saturado y fantasioso, aunque siempre reconociendo la iconicidad de la forma que se presenta.

El color icónico: la expresividad cromática en este caso ejerce una función de aceleración identificadora: la vegetación es verde, los labios rosados y el cielo es azul. El color es un elemento esencial de la imagen realista ya que la forma incolora aporta poca información en el desciframiento inmediato. **La adición de un color natural acentúa el efecto de realidad, permitiendo que la identificación sea más rápida.** Así el color ejerce una función de realismo que se superpone a la forma de las cosas: una naranja resulta más real si está reproducida en su color natural.

El color saturado: una segunda variable del color denotativo es el color saturado. Este es un cromatismo exaltado de la realidad, más brillante, más llamativo. Son colores más densos, más puros, más luminosos. **El color saturado obedece a la necesidad creada por la fuerte competitividad que nos asedia, donde la exageración de los colores forma parte del triunfo como espectáculo visual de nuestro entorno cotidiano.** El mundo resulta más atractivo de esta forma. El cine, la fotografía, la ilustración, la televisión, los carteles, los embalajes... ofrecen una imagen cromática exagerada que crea una euforia colorista.

El color fantasioso: otro matiz de la denotación cromática realista es el color fantasioso, en el que la fantasía o manipulación nace como una nueva forma

expresiva. Por ejemplo las fotografías solarizadas o coloreadas a mano, en las que no se altera la forma, pero sí el color.

De esta forma se crea una ambigüedad entre la figura representada y el color expresivo que se le aplica, creando una fantasía de representación. La forma permanece mientras que el color se altera.

EL COLOR CONNOTATIVO

La connotación es la acción de factores no descriptivos, sino precisamente psicológicos, simbólicos o estéticos, que suscitan un cierto clima y corresponden a amplias subjetividades. **Es un componente estético que afecta a las sutilezas perceptivas de la sensibilidad.**

EL COLOR ESQUEMÁTICO

El color esquemático proviene de la heráldica, donde el color «distintivo» de los escudos permitía identificar a los caballeros entre la multitud.

Podemos encontrar éstas simbologías:

- **Azul:** la lealtad, la justicia, la fidelidad. La buena reputación y la nobleza.
- **Rojo:** significa el amor, audacia, valor, coraje, cólera, crueldad.
- **Verde:** el honor, la cortesía, el civismo, la esperanza y el vigor.
- **Púrpura:** representaba la fe, la devoción, la templanza y la castidad.
- **Negro:** luto, la aflicción.
- **Dorado:** la sabiduría, el amor, la fe, las virtudes cristianas y la constancia.
- **Plata o blanco:** la prudencia, la inocencia, la verdad, la esperanza y la felicidad.
- **Naranja:** inestabilidad, disimulo e hipocresía.
- **Marrón:** penitencia, pena, la traición y la humildad.

Los colores de las naciones, escudos y banderas, tienen también orígenes perdidos en el Tiempo, y siguen la misma lógica del color puro, plano y saturado. Lo mismo nos ocurre con las señales de tráfico.

Todo lo que hemos comentado hasta ahora de los colores ha sido teniéndolos en cuenta individualmente, pero cuando realizamos -como es habitual- una

utilización del color combinando una gama, nos encontramos con que las significaciones cambian, eclipsando las asociaciones de los colores que lo componen. Es frecuente que una combinación de colores evoque una imagen muy específica.

Las combinaciones de colores también pueden evocar determinados significados por su asociación con las banderas nacionales. Así, en muchos productos se utiliza una combinación de color que nos puede evocar la nacionalidad de ese producto, haciendo más fácil su identificación y origen de producción.

Aquí consideramos el color extraído de su contexto, icónico o denotativo, y considerarlo sólo en cuanto a materia cromática. Se convierte así en una propiedad autónoma. El color esquemático es combinable infinitamente con todos sus tonos y matices, pero siempre color plano.

EL COLOR PSICOLÓGICO

Son las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia, etc. La psicología de los colores fue ampliamente estudiada por Goethe, que examinó el efecto del color sobre los individuos:

El blanco: como el negro, se hallan en los extremos de la gama de los grises. Tienen un valor límite, frecuentemente extremos de brillo y de saturación, y también un valor neutro (ausencia de color). También **es un valor latente capaz de potenciar los otros colores vecinos**. El blanco puede expresar paz, soleado, feliz, activo, puro e inocente; crea una impresión luminosa de vacío positivo y de infinito. **El blanco es el fondo universal de la comunicación gráfica.**

El negro: es el símbolo del silencio, del misterio y, en ocasiones, puede significar impuro y maligno. Confiere nobleza y elegancia, sobre todo cuando es brillante.

El gris: es el centro de todo, pero es un centro neutro y pasivo, que simboliza la indecisión y la ausencia de energía, expresa duda y melancolía.

Simbólicamente, el blanco y el negro, con sus gradaciones de gris, son el color de la lógica y de lo esencial: la forma. Por otra parte, el blanco y el negro junto con el oro y plata, son los colores del prestigio.

Los colores metálicos tienen una imagen lustrosa, adoptando las cualidades de los metales que representan. Dan impresión de frialdad metálica, pero también dan sensación de brillantez, lujo, elegancia, por su asociación con la opulencia y los metales preciosos. Una imitación debe evocar la imagen subyacente

de valor, puesto que de lo contrario se conseguirá un efecto contraproducente, y dará la impresión de falsificación, de baratija.

El amarillo: es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intenso y agudo. Suelen interpretarse como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos. Está también relacionado con la naturaleza.

El naranja: más que el rojo, posee una fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.

El rojo: significa la vitalidad, es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Color fundamental, ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad, la energía; es exultante y agresivo. El rojo es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo. En general los rojos suelen ser percibidos como osados, sociables, excitantes, potentes y protectores. Este color puede significar cólera y agresividad. Asimismo se puede relacionar con la guerra, la sangre, la pasión, el amor, el peligro, la fuerza, la energía... Estamos hablando de un color cálido, asociado con el sol, el calor, de tal manera que es posible sentirse más acalorado en un ambiente pintado de rojo, aunque objetivamente la temperatura no haya variado.

El azul: es el símbolo de la profundidad. Inmaterial y frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta de la calma o reposo terrestres, propios del verde. Es un color reservado y entra dentro de los colores fríos. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego... y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder. Este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo. Cuanto más se clarifica más pierde atracción y se vuelve indiferente y vacío. Cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito.

El violeta: (mezcla del rojo y azul) es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico y podría representar también la introversión. Cuando el violeta deriva el lila o morado, se aplanan y pierde su potencial de concentración positiva. Cuando tiende al púrpura proyecta una sensación de majestad.

El verde: es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor y la naturaleza. Es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada. El verde que tiende al amarillo, cobra fuerza activa y soleada; si en él predomina el azul resulta más sobrio y sofisticado.

El marrón: es un color masculino, severo, confortable. Es evocador del ambiente otoñal y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es el color realista, tal vez porque es el color de la tierra que pisamos.

Cada dimensión del color está relacionada con una reacción diferente. Por ejemplo, cuanto más se satura un color, mayor es la impresión de que el objeto se está moviendo. Cuanto más brillante es el color, mayor es la impresión de que el objeto está más cerca de lo que en realidad está. Las tonalidades de la parte alta del espectro (rojo, anaranjado, amarillo) suelen ser percibidas como más enérgicas y extrovertidas, mientras que las de las partes bajas (verdes, azules, púrpuras) suelen parecer más tranquilas e introvertidas. Los verdes y los azules se perciben calmados, relajados y tranquilizantes. A la vez, los rojos, naranjas, y amarillos son percibidos como colores cálidos, mientras que los azules, verdes y violetas son considerados colores fríos. Las diferentes tonalidades también producen diferentes impresiones de distancia: un objeto azul o verde parece más lejano que un rojo, naranja o marrón.

EL COLOR SIMBÓLICO

Aquí se analizará el color no en cuanto a su significado psicológico, sino como una significación simbólica o codificación cultural.

Un símbolo es un elemento sensible que está en el lugar de algo ausente, y que no hay entre ambos relación convencional. Las religiones y las civilizaciones han hecho un uso intencionado del color. Por ejemplo, veamos los significados de algunos colores en el catolicismo:

Blanco: pureza, luz, expresa la alegría y la inocencia, el triunfo, la gloria y la inmortalidad. Se emplea en las fiestas del Señor, de la Virgen, de los santos, ángeles y de los confesores en las ceremonias nupciales.

El rojo: simboliza el fuego, la sangre y el amor divino. Se utiliza en las fiestas del Espíritu Santo, iluminando la llama del amor divino, y en las fiestas de los Mártires, en la Pasión, y el Pentecostés.

El verde: significa la esperanza, los bienes que han de venir, el deseo de vida eterna. Es el color propio del año eclesiástico y de gran número de fiestas, así como de ciertos domingos antes de Pentecostés.

El Negro: representa el luto y se reserva para las misas de difuntos y el Viernes Santo.

El Violeta: es la enseña de la penitencia. Se emplea por el Adviento, en Cuaresma, en las Vigilias y Cuatro Tiempos, Septuagésima y Rogaciones.

Además de estos cinco colores litúrgicos, se utilizan también el Amarillo, para la fiesta de San José, y el Azul, color del cielo, para las fiestas de los ángeles.

Pero si nos fijamos en la iglesia anglicana, nos damos cuentas de que los mismos colores significan cosas diferentes de las anteriores:

- **Rojo:** caridad, mártires de la fe.
- **Verde:** contemplación, bautismo.
- **Azul:** esperanza, amor de las obras divinas, sinceridad, piedad, paz, conciencia, prudencia cristiana, amor a lo bello.
- **Amarillo:** los confesores.
- **Púrpura:** dignidad de la justicia.
- **Oro:** gloria, potencia. Gris: Tribulaciones.

Pero como se ha dicho antes, el significado del color puede cambiar en los diferentes países. En China el rojo se asocia con las bodas y representa buena suerte y en la India este color está unido a la caballería. Tradicionalmente se relaciona con los celos, la envidia, la adolescencia, la risa y el placer, e incluso en algunos casos se le denomina como el color de la mala suerte.

Por otro lado un color amarillo suave y cálido incita también a la concentración y el dinamismo. En algunas religiones como en la china, el amarillo es un color Sagrado, sin embargo en otras no significa nada trascendental.

El simbolismo de los colores es aplicado al ámbito comercial, publicidad o comunicación de productos. El rojo coca cola se asocia a la euforia, la exaltación y la vitalidad, el amarillo Kodak significa la luz, el azul de Ciba-Geigy evoca la calma y la higiene o el naranja butano significa energía.

Aún podemos destacar otros tres tipos de colores más, que son:

El color emblemático:

Un color que se ha erigido en emblema para su uso social. Los colores de los cinco aros olímpicos son emblemáticos, la cruz roja, las banderas nacionales y los colores institucionalizados de los uniformes. Se trata de un simbolismo práctico, utilitario, creado bajo el espíritu corporativista, para ayudar a identificar y memorizar, a través del emblema cromático, las organizaciones, los servicios públicos y las instituciones del entorno social.

El color púrpura es un color mágico. Usado por los emperadores, era símbolo de poder, evoca la gloria y majestad, dignidad y realeza. Asimismo emblemático para todos los fumadores es el color verde que, asociado a cualquier marca o embalaje de tabaco significa mentolado. O el caso de la «etiqueta negra» que designa una cualidad especial en ciertos productos de consumo.

El color señalético:

La variable señalética saca del color toda su potencia esquemática, para convertirse en la base del repertorio simbólico de un código fuertemente sensitivo: el código señalético. Se aplica para señalar, es decir, para incluir señales al mensaje gráfico para centrar la atención en determinados puntos. Marca la presencia y el rol de ellos. Estos colores siguen la señalización utilizada en la circulación rodada, en el código aéreo y marítimo. Se tratan, por tanto, de colores de alta saturación y que son empleados en su condición de «planos», en su grado de mayor esquematización y visibilidad.

Los colores de base de seguridad codificados universalmente para la industria son:

- **Amarillo:** peligro.
- **Rojo:** parada absoluta. Material de incendio.
- **Verde:** vía libre. Puestos de socorro.
- **Blanco y negro:** trazados de recorrido.
- **Azul:** para atraer la atención.

El color convencional:

Se trata de usar el color en una absoluta libertad de abstracción, al margen de la representación. Este no está orientado a la representación mimética: las masas cromáticas en la relación figura-fondo, donde las primeras son figuras generalmente geométricas.

Se busca aquí una expresividad por el color, por ejemplo en las compaginaciones tipográficas, o cuando se colorean los esquemas, gráficos estadísticos, diagramas y otras visualizaciones esquemáticas no sujetas al código de la realidad.

Tiene capacidad de expresión, significado y provoca una reacción o emoción. Cuanto más intensa o saturada es la coloración, más cargado está de expresión y emoción.

Porque todo color posee un significado propio, es capaz de comunicar una idea. El color no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de la experiencia, sino que tiene también un valor independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente.

Por tanto, hay que tener siempre presente la importancia del color en nuestras composiciones:

- El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador. Dado que **la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.**
- Tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le dé.
- Los colores también dan sensación de movimiento.
- Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma una parte fundamental de la base de un buen diseño.
- El color, como elemento claramente evidenciado de nuestro diseño, puede ser la clave de nuestro éxito. Tanto si pensamos en ello como si no, si nos damos cuenta o no de ello, estamos cargando de significados cuando elegimos un color.

Cada color tiene un significado y expresa una sensación agradable o desagradable, fría o cálida, positiva o negativa. El estudio de la influencia psicológica de los colores, es hoy en día una ciencia que se aplica a muy diferentes campos debido a la importancia que puede tener en los ambientes, en la vida diaria y en la publicidad. También hay que tener en cuenta, que el color puede cambiar su significado dependiendo del país y su cultura, y al igual que el color, hay otros elementos (circulo, cuadrado u otra forma) que las personas pueden asociar con un concepto diferente al que normalmente se le atribuye a dicho elemento. La función de los elementos gráficos, no es simplemente adornar, sino atraer.

7. LA DECORACIÓN Y EL COLOR

Cuando nos planteamos qué color elegir para las paredes y demás elementos decorativos de nuestro escaparate, hay que decidir qué colores nos gustan, qué efecto van a producir en el espacio y cómo van a afectar anímicamente.

Normas para una correcta elección de los colores:

- **No mezclar demasiados colores. Podemos elegir tres colores y distribuirlos según la importancia que queramos darles. El color dominante sería el que ocupa una mayor superficie, y el menos importante el que sólo se aprecia en pequeños detalles y el tercer color que hará de puente entre los otros dos.**
- **Seleccionar el tono principal y a partir de él elegir la gama que mejor le acompañe.** Debemos tener en cuenta siempre la luminosidad del escaparate y el uso que se hará de ella.
- **Elegir los complementos siempre después de decidir el color de las paredes, tapicerías y suelos.** El resultado final quedará más uniforme.
- **Para renovar un ambiente basta con cambiar los complementos, unos toques de amarillo o rojo añadirán calidez mientras que en azul o verde frescor.**
- **Una vez decididos los colores a utilizar se recomienda usar los tonos más suaves para los fondos y grandes superficies y los más intensos para los complementos.**

EL BLANCO

En sus diferentes matices es uno de los más utilizados para pintar los fondos ya que agranda el espacio, refleja la luz y la multiplica y hace que los techos parezcan más altos. Es muy apropiado para espacios pequeños. Combina con todo tipo de complementos y estilos.

Hace destacar los productos y complementos, sobre todo si éstos son de tonalidades oscuras. Puede mezclarse con todos los colores para contrarrestar su pureza, así quedará bien con tonos desde lilas y azules a verdes o naranjas, rojos, morado, etc.

Al utilizarlo en decoración puede jugarse con diferentes acabados como decapados o las texturas en las telas, consiguiendo así más contraste. Para tamizar la luz excesiva de una estancia debemos elegir un color hueso o blanco roto más bien que un blanco puro.

EL AMARILLO

Es un color radiante, lleno de luz y fuerza. Siempre resulta alegre aún combinado con colores oscuros.

Al reflejar la luz solar, el amarillo potencia la claridad de los escaparates pintados con él. **En cualquiera de sus tonalidades el resultado es acogedor y envolvente, apto para espacios reducidos o amplios.** Por su cualidad de transmitir energía encaja bien en muchos de los escenarios que queramos crear en nuestro escaparate.

Los elementos que decoren un escaparate pintado de amarillo pueden ser tanto de tonalidades claras con las que creará un ambiente armónico, como de tonalidades oscuras que se verán resaltadas.

Para combinarlo podemos elegir entre tonos neutros como el verde para crear ambientes equilibrados o tonos rojizos o azules para producir un mayor contraste. Si lo que queremos es restarle fuerza a un amarillo intenso debemos utilizar complementos en colores afines, cercanos en el círculo cromático o utilizar el blanco con el que transmitirá serenidad.

EL NARANJA

Es capaz por sí mismo de dar carácter a un escaparate. Combinado con tonos beige o tierras crea ambientes muy acogedores. Encaja en todo tipo de estilos y como fondo realza la belleza de las texturas naturales como la madera, el cuero, las fibras vegetales y los tejidos naturales. **Puede servirnos para personalizar el escaparate o un rincón del comercio pero al ser un color muy intenso es mejor equilibrarlo con complementos ligeros en tonalidades claras o en color blanco.**

Si lo queremos utilizar sólo en los complementos quedará muy bien sobre colores neutros. Los complementos en este color aportarán vivacidad a un fondo crema o una tapicería beige.

Los tonos claros aportan a la estancia frescura y alegría por lo que son adecuados para los escaparates primaverales o veraniegos.

Los tonos intensos de naranja resultan aún más cálidos potenciando el efecto de acercar las paredes por lo se recomienda utilizarlo sólo en escaparates muy amplios. Pintar el techo en blanco ayudará a dar profundidad y ligereza al espacio.

EL ROJO

Es un color sumamente intenso por lo que sólo debe usarse como fondo en escaparates realmente amplios y luminosos. Además es conveniente contrarrestarlo con otros colores claros. El blanco o el beige son buenas elecciones para los complementos, ya que ayudarán a ganar en frescura y ligereza. **Los rojos profundos crean ambientes envolventes mientras que los más claros son menos clásicos e informales. Un escaparate decorado con rojo tendrá una fuerte personalidad y no es adecuado recargarla con demasiados elementos decorativos.**

Tanto los tonos profundos como los suaves van muy bien con el estilo clásico y el rústico. El resultado sobre la pared será más intenso que en el muestrario, así que conviene inclinarse por un tono más claro. Absorben la luz por lo que hay que emplearlos sólo en escaparates muy luminosos y teniendo en cuenta disponer de una buena iluminación artificial para que no queden zonas con sombras oscuras.

El rojo es una opción muy versátil para los complementos. Combina muy bien con otros colores cálidos como el dorado, con el que resultará muy elegante. También podemos mezclarlo con verde para un resultado clásico o con tonos grises para un ambiente más moderno y sofisticado.

EL VERDE

Este color es perfecto para decorar tanto el espacio de nuestro escaparate como parte del comercio. **Las paredes pintadas en verde crean profundidad, sensación de amplitud y ambientes frescos.** Los verdes amarillentos resultan cálidos. Los tonos menos comprometidos son los que tienen tendencia al gris como el verde musgo.

Combina fácilmente con todo tipo de decoraciones desde las clásicas a las más modernas. Potencian las decoraciones rústicas ya que el verde evoca la naturaleza y el campo. Proviene de la mezcla de un color frío (el azul) y uno cálido (el amarillo) por tanto resultará tanto más frío cuanto más azul intervenga en su composición o más cálido cuanto más amarillo lo componga. De hecho puede combinar con prácticamente cualquier color.

El uso del verde puede crear una ambiente primaveral. Combina muy bien con el color rojo. Con un rojo intenso creará sensación de elegancia, con tonos rosados un efecto más alegre. Para zonas poco luminosas una mezcla muy acertada es el verde claro o manzana con los tonos lavanda dando un resultado suave y actual.

EL AZUL

El tono añil puede emplearse en escaparates con poca luz solar ya que aporta luminosidad. En escaparates pequeños crea sensación de profundidad y amplía visualmente el espacio. **Es un tono frío por lo que da la sensación de alejar las paredes creando la sensación de ampliar la estancia.**

Combina muy bien con otros colores. Especialmente con el blanco da sensación de pureza y limpieza. **Puede usarse como fondo o para mezclar como complementos, en las tapicerías y otros detalles.** Como ocurre con otros colores, el azul es una buena opción para dar toques de color a un escaparate donde dominan tonos crudos. Los complementos azulados resaltarán y el resultado será sereno y armonioso. Los tejidos que acompañan perfectamente al azul son tanto las fibras vegetales como los tejidos frescos y naturales.

EL VIOLETA Y EL ROSA

En cuanto a los rosas, los intensos son alegres y los suaves crean zonas serenas. Ambos van bien para escaparates amplios, aunque con los rosas fuertes es recomendable pintar el techo en blanco o crudo y aligerar el resto de la decoración. Los tonos pastel pueden combinarse con el resto de colores fríos como los grises, verdes claros o azules. Los rosas tirando a anaranjado como el salmón también pueden combinarse con colores cálidos como amarillos, ocre o naranjas.

Por la tranquilidad que emanan estos colores son adecuados para escaparates infantiles, ya que si los mezclamos con accesorios blancos el resulta-

do será a la vez sereno pero vivaz. **Son adecuados también para escaparates de otro sector, pudiendo crear una atmósfera romántica y sugerente si los combinamos con complementos en blanco y telas ligeras en los mismos tonos.** Los violetas más oscuros deben utilizarse sólo en estancias muy luminosas.

Estos colores combinan bien con cualquier estilo decorativo. Para los tejidos podemos elegir entre los naturales como el lino o la lana, o telas más sofisticadas y brillantes, como la seda.

EL GRIS

Sirve de unión entre diferentes esquemas de color. Con los tonos cálidos se enfría mientras que unido a tonos fríos se caldea. Contrariamente a lo que parece, puede resultar alegre si se emplea en un tono claro, en escaparates muy amplios y con los complementos de colores vivos e intensos. **El gris vuelve más brillante el tono con el que se combine.** Su intensidad varía en función de la luz que reciba, con una iluminación intensa se difumina, con poca luz creará sombras y se oscurecerá.

En los tonos claros resulta ligeros y serenos. Los tonos oscuros no son apropiados para escaparates pequeños ya que visualmente quedaría un ambiente muy pesado. Para lograr un contraste atrevido podemos optar por combinarlo con violeta, naranja o azul turquesa. Una opción menos arriesgada es mezclarlo sólo con colores de su misma gama. Para los complementos quedarán muy bien las tonalidades pastel que aportarán vivacidad y luminosidad.

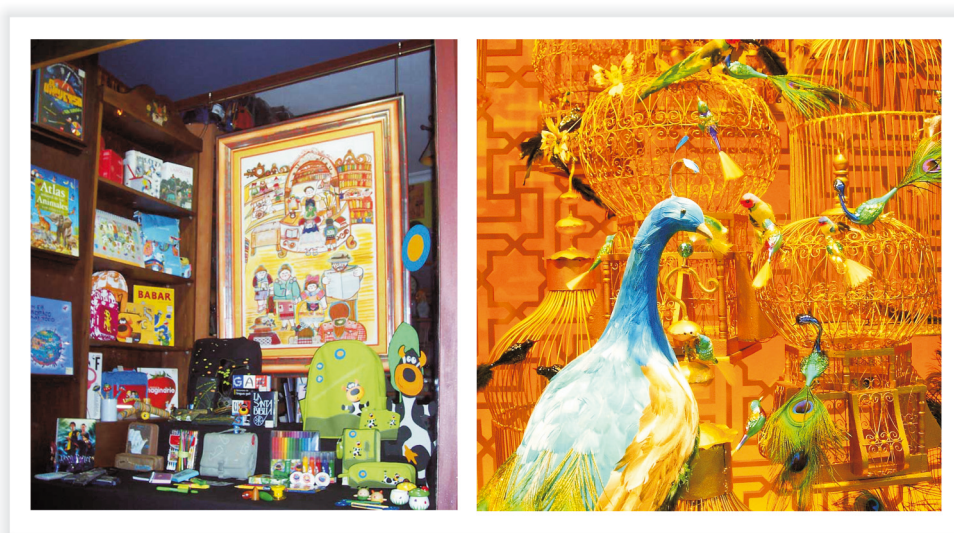
Las telas que podemos utilizar con la paleta de grises van desde las más sencillas de lino o lana a las de más textura como el yute o la rafia.

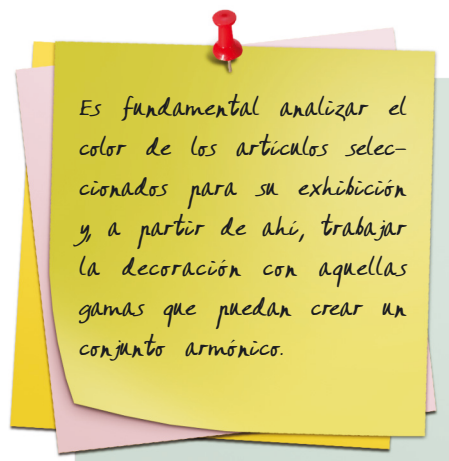
8. EL ESCAPARATE Y EL COLOR

A la hora de llevar a cabo el montaje del escaparate debemos tener en cuenta numerosos factores que influirán en gran medida en los tonos y las gamas a elegir. Una mala elección puede arruinar el resultado esperado. Entre dichos criterios destacan los siguientes:

LA NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

Cada artículo (juguetes, bolsos, pasteles, viajes, etc.) se asocia con colores determinados que hay que aprovechar. Así, un escaparate en el que se exhiban juguetes deberá tomar como referencia colores fuertes, primarios y secundarios; en cambio, un escaparate de una tienda de trajes de novia deberá combinar colores pálidos y suaves, introduciendo con mesura algún color que contraste con éstos.





Como último apunte debemos excluir del escaparate las cajas y embalajes de los artículos, dado que están especialmente estudiadas para atraer por sí mismas entre otras semejantes. Es por ello que sus colores suelen ser vivos y brillantes y, como consecuencia, difíciles de utilizar en el escaparate.

EL ESTILO DEL COMERCIO Y LA CLIENTELA

Como ya hemos señalado, una de las premisas básicas del escaparate es tener siempre presente al grupo al que va dirigido (personas con alto poder adquisitivo, jóvenes, personas que buscan precios asequibles, etc.). **Transmitir la idea apropiada es fácil si conocemos la psicología de los colores y hacemos buen uso de ellos.**



TEMPORADA

En invierno primarán los tonos oscuros y fríos; en cambio, la primavera y el verano son temporadas que permiten al escaparate el uso de colores y contrastes. Especialmente la primavera posibilita abusar de los colores rojos, verdes, naranjas, rosas y fucsias.

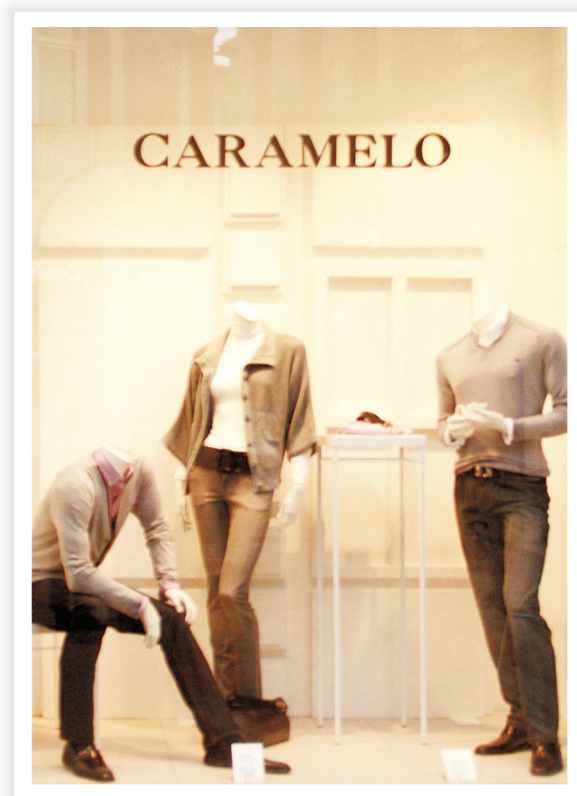


MODA

Ésta no sólo afecta a los negocios textiles, de confección y complementos, sino a todo tipo de establecimientos. Es, sin duda, uno de los factores fundamentales a la hora de llevar a cabo el montaje de cualquier escaparate. Quien monta un escaparate trabaja con colores y materiales de moda, que están en la calle y en los medios, trabaja además la respuesta consciente de los transeúntes hacia los productos expuestos.

NÚMERO DE COLORES Y RENTABILIDAD

El número máximo de tonos de un escaparate nunca deberá exceder de tres debido que no resulta rentable abusar de éstos porque el escaparate pierde su finalidad, que es atraer al cliente. Dentro de esos tres tonos es posible utilizar todas las gamas y matices que presentan.



RESUMEN

El color en el escaparate tiene una importancia especial en cuanto que determina el equilibrio, la percepción de los objetos, las sensaciones que provoca en el observador, etc. Pero el color como concepto implica conocer sus cualidades siendo inútil tratar de describir un color determinado sin hacer referencia a ellas. Estas son: tono o tinte, saturación, matiz y luminosidad o brillo.

El color ha sido estudiado, por científicos, físicos, filósofos y artistas. Cada uno en su campo y en estrecho contacto con el fenómeno del color, llegaron a diversas conclusiones, muy coincidentes en algunos aspectos o bien que resultaron muy satisfactorias y como punto de partida para posteriores estudios.

El color es capaz de transmitir, por sí mismo, emociones y mensajes; y también puede resaltar o hacer más discreto un determinado elemento, equilibrar los pesos en la distribución de los artículos, iluminar u oscurecer un producto. En definitiva, otorga vida y contenido a los grafismos.

Todos los colores los podemos obtener por mezcla de otros, pero hay tres que no se pueden obtener mezclando ningún otro color. Estos colores se consideran puros y se llaman primarios. De los dos grupos usaremos el primero, el de diseñadores, de esta forma, a partir de ahora nuestros colores primarios serán: el rojo, el azul y el amarillo.

Se llaman colores cálidos aquellos que van del rojo al amarillo y los colores fríos aquellos en que las graduaciones van del azul al verde. Esta división de los colores en cálidos y fríos radica simplemente en la sensación y experiencia humana. La calidez y la frialdad atienden a sensaciones térmicas. Los colores de alguna manera, nos pueden llegar a transmitir estas sensaciones. Un color frío y uno cálido o un color primario y uno compuesto, se complementan.

Ningún color puede ser considerado un valor absoluto, de hecho los colores se influyen mutuamente si se acercan. Los colores tienen diferente realce según el contexto en el que se dispongan o se encuentren.

Armonizar significa coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición. Cuando en una composición todos los colores tienen una parte común al resto de los colores componentes. Armónicas son las combinaciones en las que se utilizan modulaciones de un mismo tono, o también de diferentes tonos, pero que en su mezcla mantienen los unos parte de los mismos pigmentos de los restantes.

El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador. Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.

Tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que se le dé.

Los colores también dan sensación de movimiento.

Las emociones, sensaciones, y en definitiva todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma una parte fundamental de la base de un buen diseño.

A la hora de llevar a cabo el montaje del escaparate debemos tener en cuenta numerosos factores que influirán en gran medida en los tonos y las gamas a elegir. Una mala elección puede arruinar el resultado esperado.

El color, como elemento claramente evidenciado de nuestro diseño, puede ser la clave de nuestro éxito. Tanto si pensamos en ello como si no, si nos damos cuenta o no de ello, estamos cargando de significados cuando elegimos un color.