

**DIEGO BLAZQUEZ PACHECO**

**Diseño gráfico y aspectos del color**

## **M E N U**

**Introducción**

**Impresión en color**

**Mantenimiento del color a lo largo del diseño**

**Connotaciones del color**

**Color y marketing**

**Terminología del color**

**Créditos**

## **INTRODUCCIÓN**

**El color es quizás el elemento gráfico más inmediatamente identificable, diferenciando de la competencia al diseño de un producto o servicio. Por poner un ejemplo las señales de tráfico en el entorno urbano se diseñan por regla general a base de que sea el color el que proporcione el principal mensaje visual. Antes de empezar a leer palabras o a comprender imágenes, los colores ya están emitiendo su mensaje.**

**Los colores vivos crean una sensación de energía y evocan una reacción inmediata y se usan para llamar la atención. Por contraste los colores suaves y sutiles producen una respuesta más tranquila. Los diseñadores utilizan una y otra vez sus conocimientos de estas connotaciones de los colores para situar con firmeza un producto en un lugar determinado.**



Como en todos los lenguajes hay ciertas reglas “gramaticales” que hay que tener en cuenta a la hora de comunicar a través de los colores. Diseñar con color debe ser enfocado con el mismo cuidado y detalle que se aplica a otros aspectos del diseño.

Hablaremos de:

1--Impresión en color.

2--Mantenimiento del color a lo largo del diseño.

3--Connotaciones del color.

4--Color y marketing.

5--Terminología del color.

## IMPRESIÓN EN COLOR

Dependiendo del método que se elija para imprimir los colores se mostraran de diferentes maneras. Básicamente existen cuatro maneras de impresión;

La impresión Offset.

La impresión con tintas especiales.

La serigrafía.

La impresión digital.

1) En la cuatricomía se consigue el efecto de todos los colores con sólo cuatro de ellos, el cian, magenta, amarillo y negro. A diferencia de las tintas especiales que se imprime cada color con una tinta premezclada.

La cuatricomía es el método de impresión a color más común para producir un original a todo color, este debe ser separado fotográficamente en cuatro películas de semitonos (fotolitos), y al ser impresos juntos producen el efecto de todo color. En primer lugar se imprime el amarillo, segundo el magenta, tercero el cian y, por último, el negro.

2) Las tintas especiales y el sistema Pantone se utilizan las mismas prensas que en la cuatricomía y lo aplicamos generalmente cuando vamos a imprimir tintas planas. Tenemos que tener en cuenta que a partir de la quinta tinta plana el coste de impresión es mayor que en la cuatricomía. Los colores Pantone son una marca comercial de colores premezclados de alta calidad y extendidos universalmente, de esta manera podemos conseguir los mismos colores impresos en cualquier parte del mundo.

3) En la serigrafía las tintas se mezclan antes de imprimir. Una de las características principales de la serigrafía es el espesor de la capa de tinta, casi diez veces más que la tinta tipográfica. La impresión serigráfica se basa en un sistema de planchas colocadas sobre una trama de seda y en donde la tinta pasa a través de ésta al objeto a imprimir, (papel, plástico, etc.).

4) La Impresión Digital se utiliza cuando las tiradas de impresión son reducidas. Es un sistema que actualmente está en proceso de evolución puesto que es muy reciente. Tiene algunos inconvenientes como en el caso que los papeles para la impresión tengan una textura muy pronunciada.

### MANTENIMIENTO DEL COLOR A LO LARGO DEL DISEÑO

Una de las dificultades potenciales es el mantenimiento del color desde que es elegido hasta que se imprime. Es difícil conseguir un mismo color si lo reproducimos con sistemas diferentes, una reproducción exacta es casi imposible. Sin embargo el uso del muestrario de tintas nos puede ayudar al mantenimiento del color.

1. Sistema de igualación Pantone. Si utilizamos un sistema de igualación de color como el Pantone y el trabajo se imprime con estas tintas comerciales, el color se mantendrá constante a lo largo del proceso del diseño.

2. Papeles y condiciones de impresión. El tipo de papel sobre el que se imprime el diseño tiene un efecto determinante sobre el color que elijamos. En un papel mate aparecerán los colores más apagados mientras que en un papel brillante aparecerán más luminosos, por ejemplo, los papeles de prensa al ser más absorbentes los colores aparecerán más apagados. También los papeles tienen diversos grados de blancura y esto afecta directamente a nuestro diseño. Para controlar la impresión de los colores sin sorpresa pediremos pruebas de color en la imprenta.

### CONNOTACIONES DEL COLOR

Continuamente asociamos los colores con adjetivos, como por ejemplo a los colores oscuros los denominamos sombríos. Los diseñadores debemos tener en cuenta estas asociaciones para la elección de los colores en nuestros trabajos. Veremos tres aspectos importantes de las connotaciones del color.

**Psicología del color.** Se sabe que los colores pueden influir sobre nuestro estado de ánimo. Por ejemplo pensemos como se eligen los colores para algunos interiores. El verde transmite tranquilidad y naturalidad e induce a la relajación. Los rojos y los púrpuras pueden excitar y por eso se utilizan en algunos restaurantes porque inducen al apetito.

**Uso simbólico del color.** A los colores se atribuyen significados simbólicos. Como por ejemplo el azul simboliza el cielo y el mar. Estas asociaciones a su vez traen otras asociaciones, el azul que es cielo y el mar también simboliza la vida sana al aire libre. De estas asociaciones se pasan a tener connotaciones abstractas.

**Color y cultura.** Otras asociaciones del color se generan en la tradición y el uso común. El rojo es conocido universalmente como el

color del comunismo y socialismo, al mismo tiempo que el azul representa el conservadurismo político. Así en la cultura europea el negro es el color del luto mientras que en la India lo es el blanco.

## COLOR Y MARKETING

El color y su efecto son importantes para el Mercado, tiene que atraer la atención del público mandando mensajes específicos sobre el producto y conseguir su venta. Los envases de los supermercados son un buen ejemplo de cómo atraer la atención sobre los mismos. Los colores son elegidos para diferenciarse de la competencia, y la gama de un producto suele estar identificada para su mejor reconocimiento. Los diseñadores explotan la asociación de los colores para ayudar al consumidor a identificar el producto, y existe una especie de codificación, como los envases de los alimentos congelados que usan a menudo el azul para sugerir el frío y hielo o el verde para la frescura de las verduras.

## TERMINOLOGÍA DEL COLOR

Para hablar del color hay que saber que términos debemos utilizar, los artistas y teóricos del color lo utilizan de manera distinta a los diseñadores gráficos e impresores.

### **Tono:**

Usamos la palabra tono para describir los colores que tienen alguna proporción de negro.

### **Pigmentos:**

Los pigmentos son los colores que contienen algo de blanco.

### **Créditos**

Textos e imágenes: Diego Blázquez

Maquetación y diseño: David Arquillo