



[www.editoriagg.com](http://www.editoriagg.com)

# **MANUAL PRÁCTICO DE ARMONÍA DEL COLOR**

Toda la información que necesitas  
para obtener resultados profesionales

**Tina Sutton**

Prólogo de Stuart Semple

Traducción de Darío Giménez Imirizaldu



## Prólogo

A mí el amor por el color me surgió de niño, cuando me enfrenté cara a cara con los girasoles de Van Gogh en la National Gallery de Londres. Tengo la sensación de que los amarillos de cadmio y los naranjas se me han quedado marcados a fuego para siempre en la memoria. Aquel fugaz momento de asombro me alteró la vida de un modo que jamás habría imaginado. El impacto que me causó me llevó a convertirme en pintor y a crear mis propios colores, como el rosa más rosa del mundo y el negro más negro.

Puede que parezca un poco exagerado, pero esa sola experiencia que tuve con el color me cambió la vida. Así que sé que el color es una de las cosas más importantes y potentes de nuestra experiencia vital. No soy capaz de imaginarme algo peor que un mundo sin él. La naturaleza nos lo da con tanta abundancia que es un verdadero regalo. Este libro está concebido para ayudarte a descifrar su código y, con ello, a apreciarlo y usarlo. Cuanto más comprendemos el color y cuanto más lo usamos, más profunda se hace nuestra relación con él y mejor podemos aprovecharlo.

Tienes en las manos un manual de color sin igual. Lejos de ser un texto convencional, no solo te enseña sobre colores contrastados o cómo funciona el círculo cromático, sino que combina teoría y psicología del color de un modo verdaderamente práctico. Enseguida entenderás cómo aplicar el color para transformar emociones, percepciones y, en definitiva, mejorar tu trabajo creativo.

Este libro te permitirá bailar con los colores de mil maneras nuevas. En esta edición actualizada, te sumergirás en la pulsión de las nuevas tendencias cromáticas, no solo para predecirlas, sino con la intención de que obtengas los conocimientos impagables que se necesitan para ser capaz de marcar tendencia. Este libro se convierte así en una máquina del tiempo que te impulsa hacia el futuro de los colores, donde convergen innovación y tradición.

Este libro es un verdadero cofre del tesoro para artistas, diseñadores y todo aquel a quien le fascine la magia del color. Hojéalo y encontrarás en sus páginas una sinfonía de muestras de color, fórmulas CMYK, tendencias y fotografías inspiradoras. Si tu intención es conceptualizar una colección de moda o diseñar una web, este libro se convertirá en tu brújula y te guiará hasta lograr la perfecta sinfonía cromática para cualquier proyecto.

Este *Manual práctico de armonía del color* es más que un libro: es una herramienta inspiradora, un nuevo lienzo donde aplicar infinitas posibilidades y una fuente de inspiración ilimitada.

Espero que lo disfrutes tanto como yo lo he disfrutado y que te ayude tanto como me ha ayudado a mí.

¡Buena suerte con tu trabajo!

—STUART SEMPLE

# Índice

- Introducción **7**
- El círculo cromático **10**
- Cómo usar el color **11**
- La carta de colores **12**
- El proceso **14**
- Aspectos del color **15**
  - Caliente **16**
  - Frío **17**
  - Cálido **18**
  - Fresco **19**
  - Claro **20**
  - Oscuro **21**
  - Pálido **22**
  - Vivo **23**
- Combinaciones cromáticas **24**
- ¿Cuál es tu color? **28**
- Efectos especiales para colores **32**
  - Paletas metalizadas **35**
  - Paletas fluorescentes **44**
  - ¿Qué se avecina ahora? **47**
- Estados de ánimo y color **48**
  - Potente **50**
  - Rico **54**
  - Romántico **58**
  - Vital **62**
  - Terrestre **66**
  - Amigable **70**
  - Suave **74**
  - Acogedor **78**
  - Conmoveror **82**
  - Elegante **86**
  - Tendencia **90**
  - Fresco **94**
  - Tradicional **98**
  - Refrescante **102**
  - Tropical **106**
  - Clásico **110**
  - Confiable **114**
  - Calmado **118**
  - Regio **122**
  - Mágico **126**
  - Nostálgico **130**
  - Enérgico **134**
  - Atenuado **138**
  - Profesional **142**
  - Puro **146**
  - Gráfico **150**
- Psicología del color **154**
- Tendencias cromáticas **176**
- Tabla de conversión de cuatricromía **184**
- Muestras de color **189**
- Sobre los autores **211**
- Créditos de las ilustraciones **213**



# Introducción

Cuando entras en una habitación, cuando ves a alguien viniendo hacia ti en la calle o cuando levantas la mirada hacia una valla publicitaria durante un atasco de tráfico, lo primero que percibes es el color. Las paredes amarillas de un dormitorio infantil te hacen sonreír, el rojo del abrigo de una mujer te penetra en la vista y el fondo naranja de un anuncio capta tu atención.

Como tan bien dijo Walt Disney, vivimos en un «maravilloso mundo de color». Las combinaciones de colores pueden sorprender, calmar o encandilar. En el reino de las aves, el impresionante plumaje de azules y verdes iridiscentes del pavo real macho acelera el ritmo cardíaco de sus posibles parejas. La cajita azul tan característica de Tiffany's puede ejercer el mismo efecto en los humanos.

Los colores presentan asociaciones tan potentes que incluso la impresión en blanco y negro del logo de una marca nos evoca al instante unas tonalidades concretas. No puedes leer las palabras «Coca-Cola» sin pensar en el rojo, ni ves el *smiley* de la cadena Walmart sin pensar en el amarillo.

Y cuanto más sofisticado es el color de una marca, más lo asocias a ella. No hay cliente de productos de lujo que no vea cualquier objeto de color naranja tostado y no lo asocie de inmediato con Hermès.

El color es, además, igualitario. Todos podemos disfrutar y usar un amplio espectro de colores en nuestra vida, independientemente de cuál sea nuestro nivel de ingresos o nuestra profesión. Como dijo una vez el legendario diseñador de interiores David Hicks: «El color puede influir

más en la vida de la gente que cualquier otro elemento, y prácticamente sin coste».

Cuesta creer que el blanco no fuese solo el color más vendido en ropa de cama en una determinada época, sino el único que se fabricaba. Ahora, en esta sociedad en la que se premia el individualismo, disfrutamos de la distintividad que nos ofrece una variada gama de colores a escoger para nuestras sábanas, prendas de vestir y coches.

Pero, entre tanta oferta cromática, todo el mundo necesita un poco de orientación. Y ahí es donde entran en juego los expertos. Quienes consumen todo tipo de productos buscan quien los guíe para escoger paletas de colores que armonicen con su vida. Si bien muchas decisiones sobre color son de índole emocional, dar con combinaciones ingeniosas de tonos es un arte que requiere práctica.

La mayoría de la gente no es consciente de la ciencia del color, que empieza con el círculo cromático y sus doce segmentos, como punto de partida para conseguir combinaciones eficaces. Los colores opuestos en el círculo cromático son complementarios. Los colores adyacentes contrastan. Los tonos cálidos parecen adelantarse. Los oscuros, retroceder.

Los colores también ejercen un efecto psicológico y fisiológico en nuestro cuerpo. El rojo hace que la gente se inquiete. Los verdes nos tranquilizan. En una habitación roja, el tiempo parece que vuela. Una habitación rosada consigue apaciguar-nos eficazmente si estamos enojados.

Las reacciones a los colores son tan intensas que si te tomas un café en una taza

azul te parecerá que está más frío que si te lo sirven en una taza naranja.

Usamos el color a diario para informar y para vender. El rojo nos conmina a detener el coche. El plateado nos sugiere exclusividad. Los balnearios se decoran en tonos verdes marinos para fomentar sensaciones de serenidad y limpieza aséptica. Las empresas azucareras ponen azules en sus envases porque ese color denota dulzura.

Un uso innovador del color puede abrir también la puerta a la expansión de mercados y productos. Los tintes para el cabello antes se dirigían a un mercado concreto de consumo, pero ahora se ha generalizado su uso en toda la sociedad. El mensaje anticuado de: «¿Lo usan o no lo usan?» se ha visto reemplazado por el de: «¿Por qué no lo usas?». Y usar colores que no existen en la naturaleza es un distintivo único, ya sean sutiles o vistosos.

Otras formas de aplicación del color en nuestras vidas son la cromoterapia y la personalización. Igual que el interés por la aromaterapia ocasionó que se disparasen las ventas de productos aromatizados, la cromoterapia presenta también nuevas oportunidades. Ultra Baths, por ejemplo, es una de las muchas empresas que incorporan sistemas de luces de colores en sus bañeras. Con solo pulsar un botón, el interior de la bañera se ilumina en alguno de los siete colores incluidos para tratar tus dolencias. El azul tranquiliza, el violeta estimula el sistema inmunitario y el rojo está supuestamente indicado para quienes sufren de migrañas o reumatismo.

Algo parecido hacen las farmacéuticas: aprovechan el color para incrementar la eficacia de sus productos. No es por casualidad que el Prozac sea de un sosegante

color verde, y los tranquilizantes, de un tono verde somnoliento.

Muchos hoteles *boutique* «cuquis» ya permiten a sus huéspedes personalizar el color de la iluminación de su habitación con solo darle a un interruptor. No tardaremos mucho en poder escoger el color que nos apetezca en todo momento y en cualquier sitio.

En muchos casos el color es lo único que distingue a unos productos de otros. ¿Por qué compramos un cubo de la basura en lugar de otro o seleccionamos determinado vaso para los cepillos de dientes? Unas veces escogemos colores que se integran con el entorno y otras optamos por colores que destacan.

Usar un color equivocado también puede arruinar las ventas. La industria panadera estadounidense intentó una vez vender pan de colores, pero no tardó en descubrir que los consumidores estaban muy contentos con sus crujientes barras de pan del color tostado de toda la vida.

Por lo general, los adultos son mucho más osados y sofisticados hoy en la elección de colores de lo que lo han sido jamás. La era de la información que nos ha traído internet, junto con los avances tecnológicos en efectos especiales, ha abierto todo un mundo nuevo de opciones de color incluso para el observador casual.

En la elección de pinturas, por ejemplo, los consumidores antes iban a lo seguro y optaban por los tonos más pálidos de los muestrarios. Ahora se mueven en el extremo opuesto de esos muestrarios, en los tonos más saturados y complejos.

Da la impresión de que la gente de los Estados Unidos elige colores de manera cada vez más visceral para su indumentaria

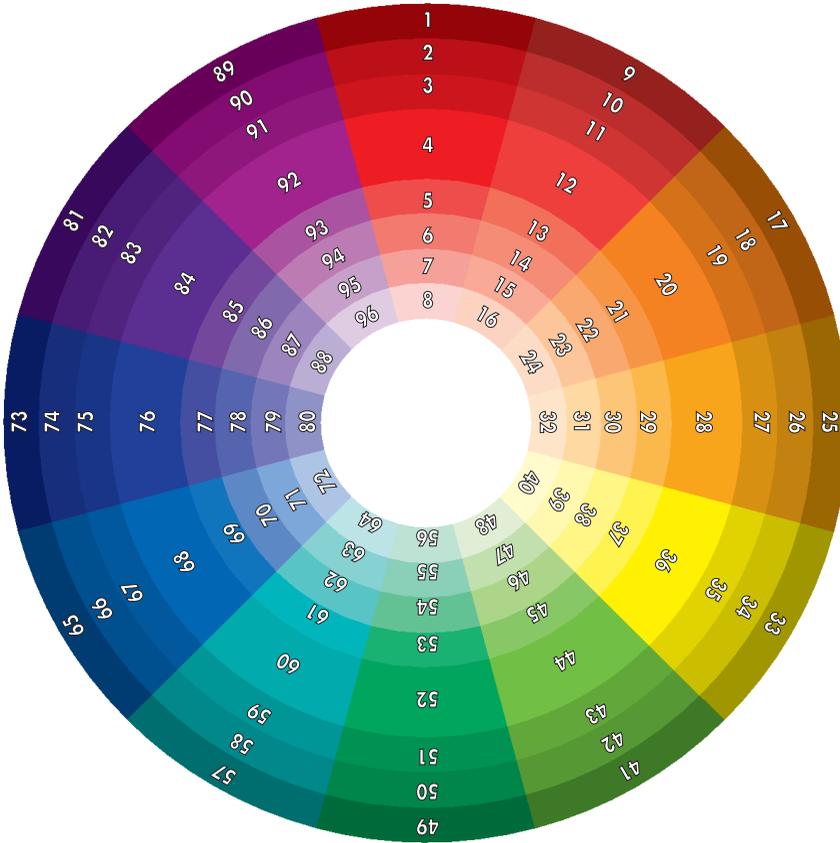
con cada década que pasa. Antes se gastaban el dinero en zapatos y bolsos negros, marrones y *beiges*. Hoy, donde se mueve la pasta es en el color: cuanto más chillón, mejor.

Este libro está concebido como una guía para quienquiera que tenga interés en el mundo del color, desde el diseño gráfico, de interiores o de moda hasta las bellas artes, la artesanía o los arreglos florales. No solo se explica la ciencia del color, sino que se proponen incontables combinaciones armónicas que se ajustan a todo tipo de estados de ánimo o de aplicaciones.

Los apartados sobre psicología del color y predicción de tendencias cromáticas serán de especial valía para publicistas y diseñadores de producto, pues los ayudarán a comunicarse de manera subliminal con el público objetivo de sus mercados.

Los tiempos en los que se usaban aquellos colores que habían demostrado funcionar en el pasado son ya historia. Aprovecha las armonías de color y las imaginativas variaciones que contiene este libro para darle rienda suelta a tu creatividad.





## El círculo cromático

Las doce partes en las que se divide el círculo cromático consisten en colores primarios, secundarios y terciarios, y sus respectivos matices y tonalidades concretas. Con el rojo en el extremo superior, el círculo cromático parte de los tres tonos primarios: el rojo, el amarillo y el azul. Estos tres colores primarios forman un triángulo equilátero inscrito en el círculo. Los tres colores secundarios, el naranja, el violeta y el verde, se ubican entre los primarios y forman otro triángulo.

El rojo anaranjado, el amarillo anaranjado, el amarillo verdoso, el azul verdoso y el azul violáceo son los seis colores terciarios, que resultan de la combinación de un color primario y uno secundario.

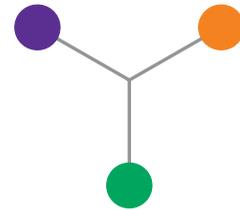
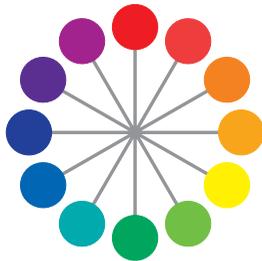
El círculo cromático, que se construye de un modo ordenado y gradual, permite a su usuario visualizar todas las posibles secuencias de equilibrio y armonía que se producen entre los colores.

# Cómo usar el color

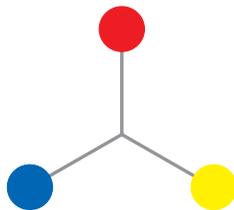
Trabajar con el color para conseguir el resultado deseado puede ser complicado, pero también divertido. Una combinación eficaz de colores puede hacer que una habitación nos parezca cálida y acogedora, que un diseño gráfico logre acaparar nuestra atención o que un póster nos haga recordar tiempos pasados. Antes de aprender qué colores usar para conseguir los mejores resultados, primero tenemos que dejar claros unos cuantos términos básicos sobre el color.

Cada uno de los tonos primarios, secundarios y terciarios corresponde a un grado máximo de saturación o luminosidad,

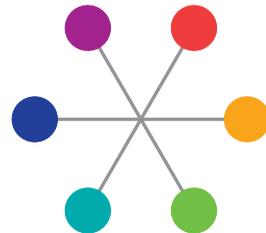
lo que significa que no se les ha añadido nada de negro, blanco o gris. El color se describe en términos de valor, un concepto que alude a la claridad u oscuridad de un color o a la cantidad relativa de negro o blanco que contiene. Añadir blanco en incrementos a cualquiera de los doce colores produce valores más claros de ese color. Por ejemplo, el rosa es un matiz más claro del color primario rojo. La adición incremental de negro o gris a un tono deriva en valores más oscuros de ese color. Valores más oscuros del rojo son el burdeos o el granate. Estos matices más claros y oscuros se ilustran en la carta de colores de las siguientes páginas.



**SECUNDARIOS**

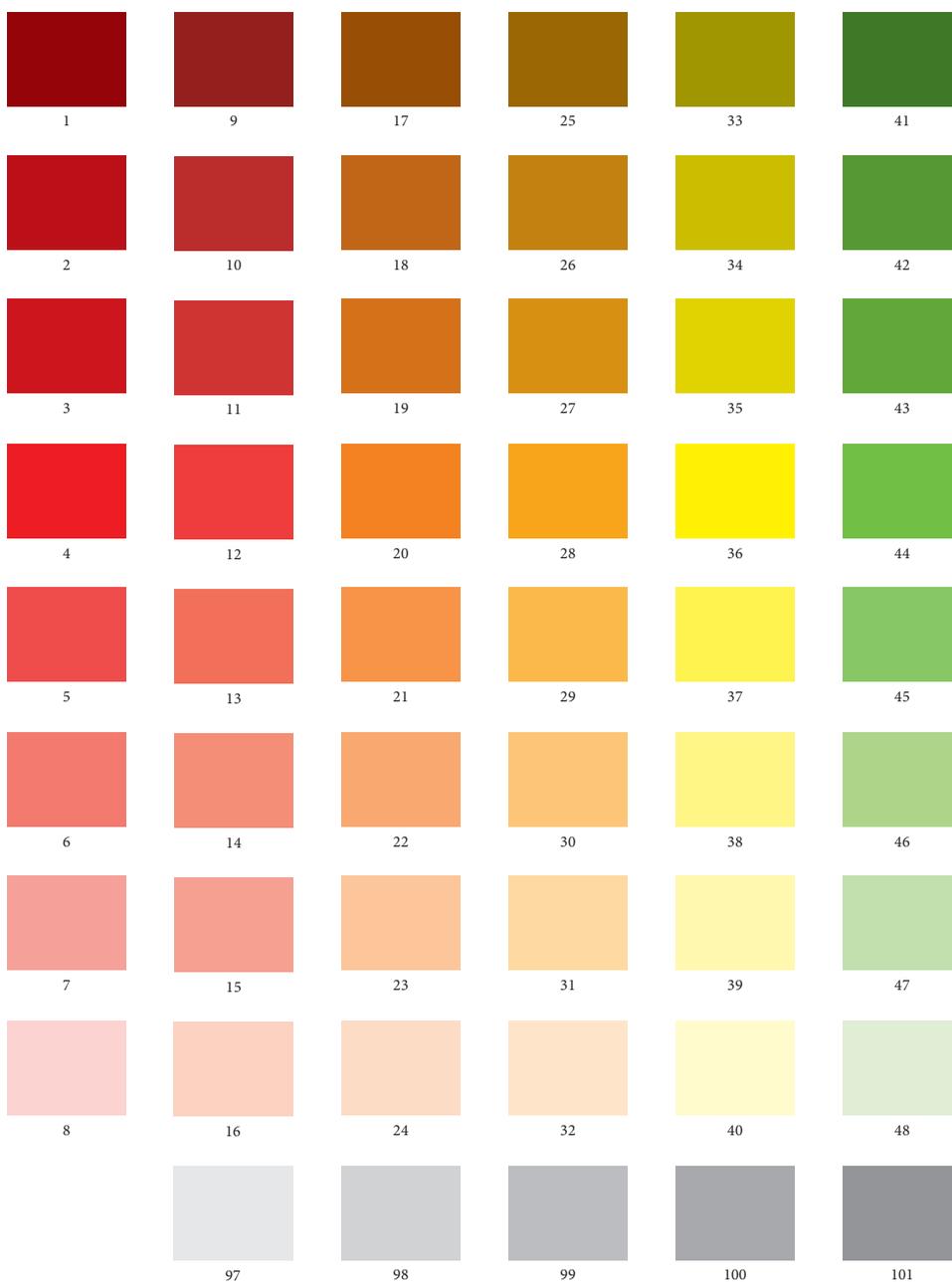


**PRIMARIOS**



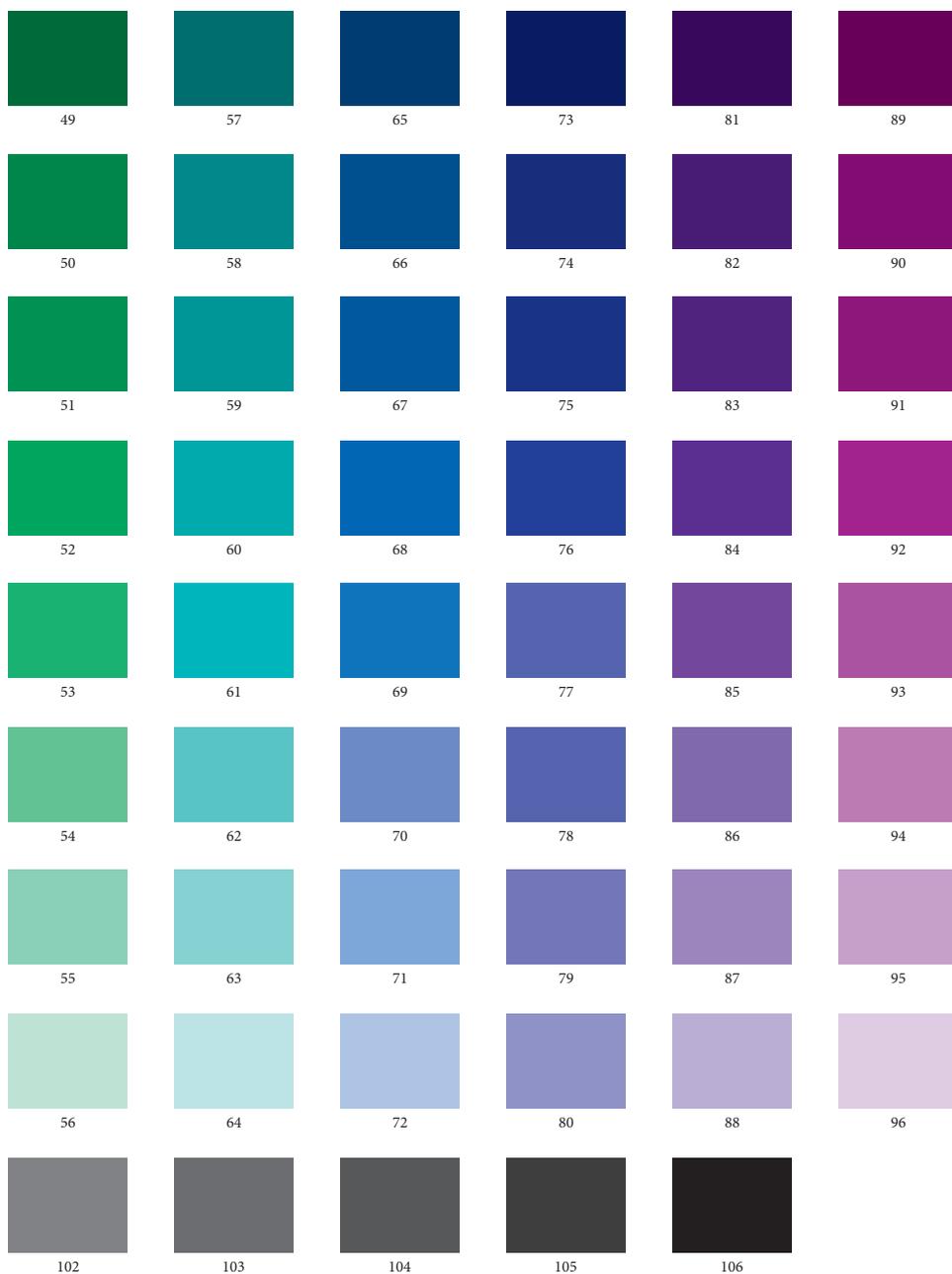
**TERCIARIOS**

# La carta de colores



La carta de colores es el círculo cromático en forma de tabla. Las filas que quedan por encima y por debajo del color central más saturado representan los matices de ese tono. Todos los colores de la tabla se han numerado del 1 al 96 para referenciarlos con más rapidez. Los tonos que van del 97 al 106 repre-

sentan matices de gris, del más claro al más oscuro. Estos números corresponden a los colores que se van combinando en los ejemplos que aparecen a lo largo de todo el libro y conforman una amplia selección de posibilidades cromáticas equilibradas y eficaces.



# El proceso

Este manual está dividido en apartados en los que se muestran aspectos del color y combinaciones cromáticas que explican de forma visual el efecto que ejerce el color en nuestra vida. La tabla de conversión de colores y el círculo cromático, en las páginas 10 a la 13, funcionan en conjunción con las

cartas de colores para desarrollar distintas posibilidades cromáticas. Se explora también la terminología del color, los aspectos del color y las combinaciones armónicas de colores. Funciona como un manual práctico para obtener resultados precisos y positivos a la hora de diseñar con color.

- 1 PASO 1** Define con claridad qué resultado esperas obtener con el color.
- 2 PASO 2** Escoge un color principal que cumpla con los requisitos del proyecto.
- 3 PASO 3** Escoge una combinación cromática basándote en la elección del color principal.
- 4 PASO 4** Refina las opciones cromáticas disponibles en lo que respecta al proyecto concreto o en función de tu sensibilidad.

