

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**COLOREANDO LA VIDA**  
( Ensayo Fotográfico )

Tesis para obtener el Título de  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presentada por  
Mariana Álvarez Díaz

Asesores de Tesis:  
José Antonio González Arriaga  
Magda L. Rendón García



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Índice

	Pág.
<b>Introducción.</b> .....	<b>3</b>
<b>1.- ¿Qué es el color?.Ensayo.</b> .....	<b>10</b>
1.1.- La importancia del color en la sociedad.	
1.1.1.- Cómo el color fue utilizado anteriormente y cómo es en la actualidad.	
1.2.- Por qué el color es información.	
<b>2.- La aplicación del color.</b> .....	<b>21</b>
2.1.- En la psicología.	
2.1.2.- Significados del color.	
2.2.- En la publicidad.	
2.3.- En el diseño.	
<b>3.- El color en los objetos.</b> .....	<b>31</b>
3.1.- El valor estético y artístico del color.	
3.2.- El color en la fotografía como forma de expresión artística.	
3.3.- El color como forma de comunicación.	
<b>Conclusiones.</b> .....	<b>42</b>
<b>Bibliografía.</b> .....	<b>46</b>
<b>Filmografía.</b> .....	<b>48</b>
<b>Anexo I Cuadro comparativo.</b> .....	<b>55</b>
<b>Anexo II Fotografías.</b> .....	<b>60</b>

## Introducción

*“Quien ame el color es quien podrá  
comprender su belleza y su secreta esencia.  
Cualquiera puede utilizar el color pero el  
color revelará el secreto únicamente a quien  
lo ame desinteresadamente.”*

*Johannes Itten*

El color aparece en todos lados, hasta en los rincones inimaginables, pero cuando lo encontramos nos preguntamos ¿qué es el color?. A mi manera personal, el color es la vida misma, donde provocan en las emociones y los sentimientos. Los colores en las imágenes permiten construir todo lo que el mundo puede darme. En ellos encontramos información, y al mismo tiempo puede inducir un mensaje emotivo, simbólico, social, o en su mayoría estético, tal como son las imágenes presentadas en este portafolio.

El presente ensayo fotográfico está dividido en dos partes; el ensayo escrito tiene como prioridad hacer una reflexión sobre la importancia del color, su uso y aplicación como también demostrar a través de los objetos su valor comunicativo. El ensayo fotográfico pretende utilizar la fotografía como herramienta técnica para capturar los colores y hacer de los objetos una forma de expresión tanto artística como emotiva, pero, sobre todo, comunicativa.

El objetivo del ensayo con sus dos partes es reconocer la presencia del color en todos los aspectos de la vida humana, aprender a ver los colores, lograr interpretar sus significados y sus propiedades. Esto nos servirá para poder transmitir información. Adentrarse al mundo del color es saber utilizar su valor estético y simbólico dentro de la sociedad. El poder aplicarlo en los objetos para dar armonía o hacer uso de ellos sólo como elemento decorativo. Pero sobre todo, plantear que los colores afectan en nuestras emociones y en la conducta y al mismo tiempo todo color esta dirigido por una combinación de elementos biológicos, psicológicos, sociales y culturales.

Como dice Alfred Hickethier:

*“ no podemos dejar de mencionar los movimientos tan diversos del ánimo que puede provocar el color. Además de su visión distintiva, los colores intervienen en nuestra sensibilidad y en nuestra existencia. Esto nos ha llevado a la utilización de los colores como medio de expresión sentimental y, particularmente, como elemento decorativo.”*<sup>1</sup>

Los colores pueden transmitir emociones; existe una psicología del color que explica cómo se le atribuyen significados donde se determina el carácter o influyen en los estados de ánimos de las personas, sin embargo, en la mayoría de los casos, sus significados dependerán de la cultura. Por ejemplo, en China la muerte se asocia con el color verde mientras en occidente se asocia al color negro; los gitanos acostumbraban cubrirse de rojo en los funerales, ya que este color simbolizaba para ellos “vida” y “energía”; otro ejemplo son los faraones, vestían una túnica blanca para proclamar su autoridad sobre el Alto Egipto o roja para demostrarla sobre el Bajo Egipto; mientras en Dinamarca el color tradicional de las bodas era el negro, cuyo simbolismo era de la “dignidad de la mujer casada” en cambio en México se asocia con el color blanco, simbolizando “pureza”y “virginidad”.

El color tiene una importancia significativa en la vida humana, desde la prehistoria los primeros hombres asociaban los colores con determinados ritos. Los primeros colores utilizados fueron el rojo, amarillo y negro, encontrados en las grutas de Altamira y de Fontde-Gaume de Lascaux: las pintas representaban la cacería como la importancia del fuego asociado con el rojo. En la actualidad, estos colores siguen siendo usados por algunas tribus primitivas en ritos específicos en África.

Los colores enriquecen la visión que tenemos del mundo, cómo lo miramos, y cómo ligamos nuestra realidad para aprenderlo, “ *el hombre suele obedecer a los colores más que a las palabras.*”<sup>2</sup> En la expresión artística del niño es sin duda el color y no la forma, lo que

---

<sup>1</sup> Alfred Hickethier. El cubo de los colores. Pág. 6.

<sup>2</sup> José Hierro. Prólogo. Los lenguajes del color de Eulalio Ferrer. Pág. 9.

le permite crear un universo que él mismo traduce verbalmente, es decir, con el amarillo, el niño dibuja el sol; con el azul representa el mar o río; con el verde asocia un bosque. Ya de adulto con el arte recupera la inocencia primitiva o vuelve a su infancia con la abstracción, el puro juego de colores que no se proponen sólo representar soles, lunas, mares y seres, hace más compleja la percepción; el hombre es capaz de traducir ese juego asociativo para comunicar y expresarse.

Nuestra expresión permite revelar todo tipo de inquietudes, como puede ser a explorar lo inimaginable, lo irreal, las fantasías, los sueños, los sentimientos, las emociones; el simple hecho de decir al otro cómo miramos y sentimos la vida, el juzgar, el crear y por qué no, también el de destruir. Al mismo tiempo, la necesidad de expresarnos a través del lenguaje y de las imágenes; perfeccionando el medio, construyendo herramientas de comunicación más complejos como son: prensa, radio, televisión y hoy en día el Internet y lo digital y también con la expresión artística como es la fotografía.

El hombre se manifiesta de diversas formas para comunicar y difundir lo existente, por medio de las palabras, de la escritura con la finalidad de mostrar su entorno y su vida cotidiana. A veces las palabras por sí solas no son suficientes; para expresar todo lo que sentimos es necesario acudir a otra manera comunicativa, es aquí donde aparece la comunicación visual, con ella podemos darle a las palabras una mayor dimensión y fuerza. Acudimos a las imágenes para alimentar y retroalimentar la percepción humana.; por lo tanto, el color nos brinda un poder, éste contribuye a construir una mejor manera el de apreciar nuestra visión personal y colectiva de nuestras actividades sociales, culturales y políticas.

*“El color es, a fin de cuentas, una inmensa alegoría que da cobijo a escritores y poetas, a pintores y músicos, a propagandistas y profesores, a médicos e ingenieros, a artesanos y artistas... Todos pueden arrancar al lenguaje del color resonancias conocidas e inéditas, propias de esa suma de acentos y estímulos que es el encanto visual.”<sup>3</sup>*

---

<sup>3</sup> Eulalio Ferrer. Los lenguajes del color. Pág. 17.

Con las imágenes de este ensayo pretendo capturar objetos para comunicar ideas por medio del color sin el uso del lenguaje oral o escrito. Las fotografías mostradas en este ensayo encierran ese encanto visual que producen los colores, pero es preciso desarrollar y comprender qué colores usar para poder crear el estado de ánimo deseado y todo lo que implica su psicología y teoría.

El estudio del color fue desarrollándose de acuerdo a la creciente manifestación tanto cultural como artística de todas las civilizaciones existentes hasta la actualidad. En el arte, el color es retomado para darle una mayor dimensión a los objetos, el estudio del color, ayudó a artistas plásticos a desarrollar mejores técnicas, en las culturas antiguas como la Egipcia, Romana y la Fenicia, predominaban ciertos colores para cultos tradicionales de la muerte, de vestimenta o hasta artístico como fue el blanco en la era griega.

La finalidad de este proyecto fotográfico es resaltar al color en los objetos y al mismo tiempo hacer de los objetos un valor estético importante, más allá de la predominante presencia del color en las ramas artísticas, como también el valor significativo que ciertas sociedades le atribuyen a los colores. Los objetos existen y son vistos en color. La complejidad o la simpleza de los objetos no dependerá de sus características físicas, sino de la presencia de todo un abanico de colores.

El color por sí mismo apreciado en los objetos retratados en las imágenes fotográficas de este portafolio es un ejemplo de búsqueda de la relación visual de los colores y los objetos; la relación visual de los colores, y cómo estos cobran un simbolismo comunicativo para que el espectador logre reconocer y apreciar el color como otra forma de comunicar, ya sea a través de diversos objetos como una pelota roja.

En nuestro mundo contemporáneo, podemos decir que el color se aplica de una manera más desarrollada, su estudio científico ayuda a emplear su teoría en la publicidad, y en el diseño con la ayuda de la psicología. En este caso, los publicistas con el uso del color posicionan los productos en el mercado, mientras el color en el diseño sirve como un elemento decorativo en los interiores para mejorar los espacios, logrando mejor luz, creando un

ambiente armónico o logrando efectos de dimensión. También el marketing es un ejemplo donde el color se hace presente, en la planeación de las campañas políticas para mejorar la imagen de sus candidatos o en los logos de los partidos políticos. En éstos, el color es un elemento representativo; la identidad de una empresa o un partido político, o un producto parte con la ayuda de la teoría y las psicología del color. Temas que serán desarrollados en cada capítulo, permitiendo al lector comprender de manera más profunda el mundo del color, sensibilizándolo y aportándole una visión distinta de ellos, pues en su vida diaria se encuentran en todos los rincones y sobre todo, forman parte de nuestra cultura.

En la primera parte del ensayo tiene como objetivo dar la perspectiva de la publicidad, del diseño, de la psicología para así comprender y conocer mejor el uso y la aplicación del color. La segunda parte se pretende llevar al lector por un viaje a través del encanto visual del color. Observar el color en los objetos retratados como una manera de expresión, explorar sus significados y sentir las emociones provocan que nos detengamos a contemplarlos. Dejarse envolver por su luz, encontrar en los espacios mensajes donde revelaran su importancia, siendo éstos simples o complejos, “ *no hay necesidad de buscar tanto, la experiencia ahí está, sólo basta mirar alrededor, para que los objetos, revelen por sí solos mensajes ocultos*”.<sup>4</sup>

Los colores son el objeto perfecto para demostrar: todo lo que miramos es comunicación, que con los colores construimos mensajes, provocan emociones y sentimientos, para quién mira la vida en color. Hacer de los colores una expresión artística. Este proyecto cuenta con cuarenta fotografías donde el recorrido en las calles, mercados, casas, personajes fueron el campo de estudio. Un campo infinito de colores, donde los objetos tan cotidianos y simples cobran una fuerza comunicativa y artística.

Los seres humanos hemos perdido la capacidad de maravillarnos con los colores. Es una necesidad personal de reivindicarlo, es cierto que el mundo lo miramos de color, pero existe indiferencia a ellos y olvidamos su importancia. Demostrar que el color representa la

---

<sup>4</sup> Rafael Cauduro. Artista plástico mexicano.



necesidad artística, y creativa, la manifestación visual del mundo, la utilización de sus significados para el manejo mercantil, publicitario, social, y sobre todo, de comunicar algo.

Representar lo que vemos siempre ha sido históricamente una necesidad humana, el pintar un cuadro, el hacer una fotografía, inventar historias ficticias en cuentos o en telenovelas, traen como consecuencia una representación plástica. En este caso el ensayo y las fotografías son una forma de plasmar el color. Materializar los objetos retratados en información; porque el color transmite, da armonía, y despierta emociones. Si la palabra dice algo, si existe un lenguaje complejo y la manera de cómo transmitir los mensajes, también el color se expresa por sí solo y lo más importante; se utiliza para transmitir información en cuanto adquiere un valor simbólico y por tanto cultural; es así que podemos considerarlo lenguaje. Todo lo que el hombre representa de forma artística, verbal, o escrita es comunicación.

Los colores intervienen en nuestra sensibilidad y en nuestra existencia, no podemos dejar de lado la importancia de estudiar al color como una forma de vida. Los colores para ciertas sociedades ayudan a ordenar visualmente las necesidades, como lo es un semáforo. Podemos decir que México es un ejemplo del color, se presta para hacer de una puerta pintada de azul una fotografía o por qué no, un payaso parado en la calle vendiendo globos, o los mercados decorados por sus frutas, verduras y piñatas; los colores irrumpen en las fachadas de sus pueblos con colores llamativos. Pues cada tradición, fiesta o verbena están impregnadas de ellos. Mirar y sentir el color en nuestro país es una forma de vida, se manifiesta en cada rincón, ayuda a crear una atmósfera y le da vida a edificios pintados con colores típicamente mexicanos como es el caso nuestro rosa “mexicano” o “azul Frida o colonial”; los dulces, las pelotas, las flores, las plantas, son protagonistas de una construcción pictórica.

El portafolio fotográfico pretende utilizar el color como un medio de comunicación a través de los mensajes que revelan ciertos objetos pintados, la contemplación por sí misma del color o descubrir sus significados en la cotidianidad. Además de encontrar el efecto que los colores ejerce sobre quien lo percibe. Como comunicólogos tenemos el desafío de

interpretar los mensajes que la vida misma revela, pero también ir mas allá: Por ejemplo, en los objeto que en muchas ocasiones los pasamos de largo, sin detenernos para contemplarlos; la fotografía ayuda a darles un significado creativo, estético y artístico, en fin, el simple hecho de edificar su existencia. Y es el comunicador quien presta atención para descubrir y hacer mensajes con ellos. Por lo tanto, no resta importancia un zapato de un payaso pintado de azul, su colorido obliga a retratar y contemplarlo. El ensayo permitirá que tanto lo escrito como lo visual enriquezca con la majestuosidad que nos brindan los colores. No puedo dejar de lado que el color es comunicación, el desafío es interpretar a través de mi manera personal su valor, y esto nos permitirá retroalimentar nuestras formas de comunicación.

## Ensayo

*“Tres colores, una bandera y un país,  
entre el gris y el negro se marcó el camino y en azul del mar te fuiste.....”*

Mariana Álvarez Díaz.

Mi camino lo trazaba en un tiempo nada seguro, la rutina cansaba y las miradas de la gente que se cruzaban con los míos se acompañaban en el mismo vagón del metro. En las ventanillas los reflejos se transformaban en abismos sin sentido: en el negro túnel. La sobriedad de mi mirada, y esa pequeña visión que en ocasiones se asomaba, convertían los escenarios de esta ciudad en gigantes de cemento gris, así te apareciste, ahí, en ese tumulto de gente que vendía globos, juguetes, dulces, playeras reinventaste mis sentidos, reubicando el destino, perfilando en una meta, en un objeto, en un ¿ por qué ? y ¿ para qué?; más adelante vendría el cómo, ahora te tenía, te descubrí. Colores, coloreando la vida.....

Donde mires habrá color y si te detienes a mirarlo te hablará, lo encontrarás, y te envolverá en sus matices y sus tonalidades. Es el color en donde construimos los significados de la vida. Un color determinado tendrá un valor, podrá poseer un mayor significado social; el color designado para logotipos, un partido político o el rojo de un semáforo, la pared de tu cuarto, el mercado, la fruta, la ropa, la pintura, las fachadas. Miramos y nos miran en color.

Si, el color aparece en todos lados, hasta en los rincones inimaginables, pero cuando lo encontramos nos preguntamos ¿qué es el color?. A mi manera personal, el color, es la esencia de la vida misma, son las emociones y los sentimientos que provocan al verlo y sobre todo, lo que se reactiva con él en cada uno de nuestros sentidos. Entendemos la emoción como *“un estado sentimental subjetivo que supone una excitación fisiológica acompañada de conductas peculiares”*.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Robert Baron, y otros. Psicología: comprensión de la conducta. Pág. 194.

Pero se merece una explicación más científica para entender al color como también es inevitable su existencia; mientras en la mayoría no provoca interés, a otros nos sensibiliza, pero no olvidemos que todos experimentamos un proceso:

*“una experiencia sensorial y para producirse requiere de tres elementos: un emisor energético, un medio que module esa energía y un sistema receptor específico. Las tres fuentes de la experiencia cromática son en este sentido la luz, la superficie de los objetos y la retina, por lo tanto no existe el color hasta que no se produce la experiencia sensorial. Las representaciones monocromáticas son sucedáneos tonales del color por lo que constituye una valiosa fuente de comunicaciones visuales.”<sup>6</sup>*

A partir de esa fuente de comunicaciones visuales, se distingue todo un mundo, la realidad se construye a partir de un conjunto de elementos u objetos, sean grandes o pequeños, simples o complejos, para verlos en grises o verdes. Los colores en las imágenes ayudan a construir todo lo que el mundo puede dar visualmente. En ellos encontramos información, que induce un mensaje emotivo, simbólico, social, en su mayoría estético, como son las imágenes presentadas en este portafolio.

Sin embargo, teóricamente, el color en sí no existe, no es una característica del objeto, es sin duda alguna, una apreciación subjetiva nuestra. Por lo tanto, podemos definirlo como una sensación que se produce en respuesta a la estimulación del ojo y de sus mecanismos nerviosos, por la energía luminosa de ciertas longitudes de onda. Para que veamos el mundo que percibimos es necesaria la luz, los colores sólo están si existe luz. *“La intensidad de la luz no sólo nos deslumbraría: cautivó el gozo estimulante de los sentidos. Nos llevaría, además, al viaje seductor y entretenido que va de la imagen a la imaginación, en un adelantamiento continuo, de lo visible a lo invisible, de lo contiguo a lo remoto. Por ese pasaje dilatado donde los colores, parecieran, perfuman el aire y aroman las palabras”<sup>7</sup>*

---

<sup>6</sup> Virginia Reyes Castro. Teoría de la publicidad. Guía de estudios. Pág.123.

<sup>7</sup> Eulalio Ferrer. Los lenguajes del color. Pág. 13.

¿Qué ocurre cuando percibimos un objeto con un determinado color?. Lo que pasa es que la superficie de ese objeto refleja una parte del espectro de luz blanca que recibe y absorbe las demás. La luz blanca está formada por tres colores básicos: rojo intenso, verde y azul violeta. Por ejemplo, si tenemos un objeto de color rojo, éste absorbe el verde y el azul, y refleja el resto de la luz que es interpretado por nuestra retina como color rojo.

Este fenómeno fue descubierto en 1666 por Isaac Newton, quien observó que cuando un haz de luz blanca traspasaba un prisma de cristal, éste se dividía en un espectro de colores iguales al del arco iris: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, añil y violeta. Todo lo que vemos o percibimos tiene este proceso. Es como si el arco iris encerrara la naturaleza viva de nuestro entorno, como si pusiéramos los objetos en una paleta de colores, combinando los siete colores primarios para darle dimensión al mundo. Nuestros ojos son testigos de esa energía luminosa que da calor e inventa nuestra imaginación, convirtiéndonos en pintores expertos, coloreando día con día nuestros pasos. Con el amarillo pintaría las margaritas con el azul , un mar eterno e imponente.....

Por otra parte, desde niños hemos relacionado nuestro entorno con los colores; hemos aprendido a describirlo, apreciarlo y darle un significado. Asociamos la naturaleza con ellos, sabemos que existen toda una gama de colores. Un diseñador gráfico, o para aquellos que se dedican al arte visual, el fotógrafo, el pintor, etc, aplica el conocimiento teórico del color, *El círculo cromático* sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores, los métodos teóricos y su estudio hacen descubrir que el ojo humano puede distinguir entre 10.000 colores. Se puede además, emplear tres dimensiones físicas del color para relacionar experiencias de percepción con propiedades materiales: saturación, brillantez y matiz; los clasificamos por primarios o secundarios.

*“El matiz es el equivalente del color mismo. Los colores primarios son el amarillo, el rojo y el azul. Los secundarios son el resultado de las combinaciones de los primarios. El brillo o ausencia de luz en el color, de ahí surge las gradaciones tonales;*

*y la saturación se refiere a la pureza de un color respecto al gris”.*<sup>8</sup>

Imaginar un mundo incoloro sería pensar que el mundo es plano, lo descubrimos a partir de los colores, y esto nos coloca en el centro del universo, pues este mismo también tiene colores. Ver el color es ver la vida como tal, con su movimiento, y su grandeza. Los objetos cobran magia y construyen una orquesta musical en los sentidos. Ya que todo lo que se fabrica, se imagina, se crea, se utiliza y existe, lleva color. Las sociedades se desarrollan a partir de la evolución del pensamiento lógico, científico, filosófico y metodológico. Sin embargo, de igual manera, nuestra existencia diaria podemos ordenarla a partir de los colores. Pero sobretodo, sentirlos; claramente sabemos que afectan nuestras emociones y hacen que las cosas sean frías o cálidas, llamativas, excitantes, seductoras, chillantes o graciosas. Los colores son todo un acto de amor , una conquista para activar cada sentido, el oído, el tacto, el olfato y la vista son victimas de un exquisito reencuentro con cada matiz plasmado en una fruta, un paisaje, una tela....

La importancia del color radica en sí, en su naturaleza misma, pues influye en cada uno de los momentos en que estamos despiertos como también en aquellos donde se cierran los ojos y así penetran en nuestros sueños. Lo encontramos en nuestro cabello, piel, ojos, hasta en la luz del día, o por qué no, en un ocaso; en toda la majestuosidad de los paisajes (desiertos, selvas, en los polos, etc), en las frutas y en los animales. Por lo tanto *el color enriquece el mundo y la percepción que tenemos de él.*

Como dice Alfred Hicethier:

*“ no podemos dejar de mencionar los movimientos tan diversos del ánimo que puede provocar el color. Además de su visión distintiva, los colores intervienen en nuestra sensibilidad y en nuestra existencia. Esto nos ha llevado a la utilización de los colores como medio de expresión sentimental y, particularmente, como elemento decorativo.”*<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Ibidem. Pág. 123.

<sup>9</sup> Alfred Hicethier. El cubo de los colores. Pág. 6.

El pintarse el cuerpo es una actividad distintiva y capaz de organizar ciertos grupos. Este uso decorativo permite aplicar el color como una forma de identificación, pero sobre todo tiene un impacto social muy interesante: el uso ritual del color y la vestimenta (con una gran gama de colores) es otra manera de diversificar a los grupos.\*

*“El uso ritual del color parece ser un modo de ordenar la vida, de asociar los grandes sucesos biológicos-el nacimiento, la pubertad y la muerte- con alguna otra vida más interior, propia del ser humano. Los monos abandonan a sus muertos a la intemperie; nuestros primeros antepasados los enterraban cuidadosamente con ocre rojo, el simbolismo de la sangre, la esencia de la vida misma. Sabían que la muerte implica un renacimiento, y sus tumbas nos recuerdan lo que ya sabíamos antes: que la vida sigue a la muerte con tanta certeza como el día nace de la oscuridad de la noche.”<sup>10</sup>*

Los colores son capaces de transmitir emociones, existe una psicología del color y algunos colores tienen efectos emocionales universales, en la mayoría de los casos sus significados dependerán de la geografía cultural del mundo. En diferentes sociedades, comunidades, entidades, regiones, etc, la manera en cómo se aplica el color tiene un significado característico y particular. Por ejemplo, la muerte en China se asocia con el color verde mientras en occidente se asocia al color negro; los gitanos acostumbraban cubrirse de rojo en los funerales, este color simbolizaba para ellos “vida” y “energía”; otro ejemplo son los faraones; vestían una túnica blanca para proclamar su autoridad sobre el Alto Egipto o roja para demostrarla sobre el Bajo Egipto; mientras en Dinamarca el color tradicional de las bodas era el negro, cuyo simbolismo era de la “dignidad de la mujer casada”, éste en cambio en México se asocia con el color blanco, simbolizando “pureza” y “virginidad”.

---

\* Cabeza de vaca, México, 1990. Un ejemplo del elemento decorativo del color.

<sup>10</sup> El gran libro del color. Pág. 53.

Desde la prehistoria los primeros hombres asociaban a los colores con determinados ritos. El color tiene una jerarquía significativa en la vida humana, los primeros colores utilizados fueron el rojo, amarillo y negro, encontrados en las grutas de Altamira y de Fontde-Gaume de Lascaux, y que contenían un simbolismo determinado. En la actualidad, estos colores siguen siendo usados por algunas tribus primitivas en ritos específicos en África. Estas mismas tonalidades las podemos encontrar en algunos dibujos con que los Nuba de Sudán decoran sus cuerpos, práctica que podemos considerar como una especie de vestimenta.

En algunas sociedades primitivas el uso del color se relacionaban particularmente con la muerte en una actividad religiosa y mítica. La estrecha relación íntima del ser humano místico y mágico con la naturaleza, las concibe como dos amantes que perduran a través del tiempo donde la magia se encerraba en los paisajes llanos, desérticos, montañosos; una enorme naturaleza que presta sus recursos para que el hombre se embriague ante su majestuosidad y preste algo de ella para inventar e incitar a su imaginación; con sus propias herramientas logrará su presencia y podrá gritarle a la negra noche su existencia humana...

Primitivamente los colores se extraían de pigmentos naturales para pintar a sus muertos y decorar algunos objetos: tal era el caso de la tribu Doga de Sudaán donde fabricaban la pintura blanca para sus máscaras utilizando piedra caliza molida, arroz hervido y excremento de serpiente. Otros colores como el rojo eran encontrados en el ocre, el negro del hollín o del carbón, el blanco de la arcilla, la tiza o la ceniza. Hoy la industrialización y la tecnología de nuestra sociedad nos facilita pigmentar los objetos, las telas y hasta nuestros cuerpos.

Cuando el hombre emprendió su sabiduría del universo, y convivió con sus dioses, construyó una visión única y distintiva de su propio tiempo y espacio. Las cuevas donde se resguardaban de la lluvia y de animales peligrosos, eran ya chozas de madera, mientras evolucionaban su capacidad de organizarse y comunicarse... El tiempo camina, la tierra sigue su curso, unos mueren, otros nacen, se construyen monumentos, se forma el Estado y la Iglesia. El poder y lo divino van siempre de la mano, cada época es diferente y notable,



sus sociedades ya son civilizaciones. El mundo envejece y los colores estarían para recordarnos que existían. Una memoria visual en sus edificios y monumentos, concebida por la aplicación de los colores: La famosa Casa Blanca es mundialmente reconocida y es impensable pintarla de amarillo, pues podemos decir que los colores personifican monumentos, objetos, etc., tienen la facultad de atribuirles un valor de distinción, o perpetuarlos en el tiempo.

Nuestros artistas descubrieron que el color es luz, jugaron con ellos para duplicar tonalidades, más adelante lo confirmó la ciencia; el estudio teórico del color fue de la mano con la modernización de las civilizaciones. Anteriormente pintarse el cuerpo o hacer rituales a los muertos eran una forma de vida, en cambio el hombre moderno brinda a sus dioses maravillas arquitectónicas para gritarle al mundo la embriaguez que le provoca mirar en color....

*“Hace ya siglos que los grandes edificios públicos del mundo occidental intenta impresionar por su monumentalidad. Construidos para infundir un temor reverencial, proclaman el poder de la Iglesia y del estado en unos monólogos de piedra gris, como si cualquier cosa coloreada a su lado resultara vulgar o frívola. Pero, históricamente, son una excepción. Siempre que los pueblos encarnaron sus valores más profundos en edificios de carácter comunitario, les aplicaron color tanto por dentro como por fuera, y ello no por orgullo cívico, sino para mayor gloria de sus dioses o, en el caso de los reyes, para su propio enaltecimiento.”<sup>11</sup>*

En la actualidad los edificios públicos o privados presentan toda una gama de colores y varían de acuerdo a la diversidad en los estilos y formas. Cada color se escoge cumpliendo un tono discreto y seguro sin alterar la fachada o estilo circundante de otros edificios, es decir, si las fachadas son pintadas de azul, una roja rompería la estética colectiva. En nuestro país, Taxco aplica el color de acuerdo a su estilo; quien desea construir una nueva

---

<sup>11</sup> Ibidem. Pág. 68.

casa, sólo puede ser pintada de blanco y respetar la fachada colonial. En mi recorrido por las calles de esta ciudad, pueblos como fue Oaxaca y ciudades como Buenos Aires, encontré un sin número de fachadas pintadas de diversos colores, tal es el caso como son las fotografías tituladas, *“Pedazos de azul”*, *“Oaxaca”*, *“Verdeazul”*, *“Tango en colores”* y *“Buenos Aires”* \* son un claro ejemplo de cómo el color es importante en la arquitectura, además de que tienen un valor estético, decorativo o distintivo, sin duda inspiran a la creatividad para colocar en una cámara un objeto y construir con él una historia, un suspiro, o un recuerdo....

Sin embargo, la diversidad de los colores en los edificios es innumerable, depende de los diseños, de la arquitectura, de cada propietario, de quienes creen que los colores llamativos son demasiados informales y prefieren colores discretos o tradicionales como son el gris. Caminar en las calles o pueblos de un país es descubrir sus raíces a partir de un abanico multicolor; y se debe aprender a aplicarlo adecuadamente, pues permite enriquecer el ambiente.

Esto nos permite expresar y reforzar la información visual, es verdad que el color es universal: el rojo, es rojo cromáticamente, pero el valor significativo dependerá de quienes ven o aplican ese rojo. Es decir, los colores los podemos representar socialmente. Además, la aplicación de éstos dependerá de la función que le demos; tal es el caso de un diseñador, un publicista, en las artes plásticas, el color cobra una dimensión diferente, tiene significados simbólicos y asociativos, y se manifiestan y se hacen presentes en el individuo de forma consciente o inconsciente.

Les otorgamos un valor simbólico como también afectivo o emocional o hasta curativo, pues el color tiene poder; un poder relacionado a las emociones, puede animar, estimular, provocar, tranquilizar, generar tensión y cansancio. Quien admira un Van Gogh por sus colores tan vivos como es el amarillo, encontrado en sus girasoles o pastizales se diría que está al borde de la locura: *“Kandinsky dice del amarillo que representa la locura violenta*

\*Ver ANEXO II FOTOGRAFIAS.

*y si se piensa en un amarillo muy claro, se encuentra insoportable. En China, el amarillo es el color del regalo, pero se usa también para expresar desprecio y vergüenza”<sup>12</sup>. En cambio, en la Ciudad de Nueva York, el amarillo de sus taxis es mundialmente reconocido, ya que es un color que en la noche sobresalta. El amarillo de “**Buenos aires**”, “**Tango en color**” y “**La Espera**” son fotografías que invitan a la tranquilidad y a la armonía en un espacio que se reduce en una mirada.*

Los colores cumplen una función en los edificios, los objetos, el artista que pinta un cuadro o el escultor que hace una venus, en el vestuario, la comida, o hasta en las enfermedades ,en embellecen, comunican, identifican, armonizan, y diagnostican. Para los griegos, la púrpura de tiro, que se obtenía del molusco Murex y se utilizaba para teñir los mantos de los reyes, era un remedio contra los tumores y las úlceras, en cambio, los antiguos chinos atribuían gran importancia al uso del color para hacer un diagnóstico a partir de la lectura del pulso y su aspecto en términos de color. Un pulso “rojo” significaba entumecimiento del corazón; un aspecto amarillo reflejaba un estómago sano; el “verde” en este sentido era advertencia de una muerte inminente.

*“en casi todas las culturas se ha establecido un nexo entre el color y el diagnóstico médico, y ello se expresa casi siempre y con la máxima presencia a través de la doctrina de los humores, un sistema filosófico en parte médico y en parte místico que puede haberse iniciado con los egipcios.”<sup>13</sup>*

La doctrina egipcia ligaba los cuatro elementos del mundo (la tierra, el aire, el fuego y el agua) con los humores del ser humano. Para decir que una persona tiene un humor colérico se argumentaba que producía la bilis “amarrilla” mientras la “ negra” producía melancolía. Cada humor corresponde a su propio color y al mismo tiempo a un líquido corporal. El desequilibrio de la salud y del humor se deducía por la variación del color de la orina o de los excrementos. En la actualidad los colores siguen siendo un recurso efectivo y están aliados con la tecnología. El color:

---

<sup>12</sup> Georgina Ortiz. El Significado de los colores. Pág. 91.

<sup>13</sup> El gran libro del color. Pág. 45.

*“Permite diagnosticar la enfermedad y la disfunción de las partes más inaccesibles del cuerpo. El principio de la eco localización, utilizada por los murciélagos y los delfines, se emplea en forma de sonografía, para detectar tumores, examinar un feto en el vientre o explorar un corazón enfermo. El cuerpo es sometido a ondas sonoras de alta frecuencia, y los tejidos blandos reflejan un eco. Este eco se registra obteniendo una imagen gris que, una vez codificada en colores, revela más detalles.”<sup>14</sup>*

El verde, el azul, el amarillo, y el rojo poseerán un atributo particular para el médico que no será igual para el arquitecto, o por qué no, en algo tan sencillo como el reconocer cuando mueren las flores; éstas se tornan de un color café, el color de las playeras que usamos, del cosmético, las cajas de galletas, la bandera, nuestros pueblos pintados de colores, al fin de cuentas el color informa para orientar o identificar. ***El color enriquece nuestro mundo, pero sobre todo, es información.***

*“Información es todo lo que proporciona significado o sentido a las cosas, e indica mediante códigos y conjuntos de datos, los modelos del pensamiento humano. Procesa y genera el conocimiento humano. Aunque muchos seres vivos se comunican transmitiendo información para su supervivencia, la superioridad de los seres humanos radica en su capacidad de generar y perfeccionar tanto códigos como símbolos con significados que conformaron lenguajes comunes útiles para la convivencia en sociedad, a partir de establecimiento de sistemas de señales y lenguajes para la comunicación.”<sup>15</sup>*

Información, porque gracias a ella un médico logra diagnosticar una enfermedad, nuestro color favorito podrá influir en nuestro estado de ánimo, porque los colores contribuyen a generar una estética; los objetos cobran belleza, y las imágenes son más llamativas.

---

<sup>14</sup>Ibidem. Pág. 46.

<sup>15</sup> [htt://es.wikipedia.org/wiki/](http://es.wikipedia.org/wiki/).

*“El color en el cine, la televisión y en los métodos de impresión modernos contribuyó a aumentar su importancia en los años sesenta. El color presentó nuevas dimensiones a estos medios de comunicación; no sólo les añadió la belleza necesaria, sino que permitió reproducir la realidad misma. El resultado fue un aumento del conocimiento general acerca del papel que el color desempeña en nuestra vida cotidiana.”<sup>16</sup>*

La simpleza o la complejidad de entender al color como un elemento tanto decorativo como el de transmitir un valor estético, va más allá de toda las disciplinas, o toda una explicación científica. Es el simple hecho de sentirlos y apreciarlos; de jugar con ellos, mezclando uno y otro color. Son los colores quienes nos dictan su valor por sí mismos, imponen un orden, informan, alteran, al fin de cuentas, la información dependerá de cómo nosotros los apliquemos, es decir, la procesamos, experimentamos, percibimos y sentimos.

---

<sup>16</sup> Ibidem. Pág. 176.

## 2.- La aplicación del color

***Existe una asociación entre colores y emociones. Es fácil que un color determinado active una emoción y que una emoción recuerde a un color...***

Jacobó Grinberg Zylberbaum

El color nos permite *expresar y reforzar la información visual*. De acuerdo a la cultura, adquiere un significado distinto, aunque el color es universal: el azul, es azul cromáticamente, pero el valor significativo dependerá de quienes ven o aplican ese azul. Es decir, los colores los podemos representar socialmente. Además la aplicación de éstos dependerá de la función que se les conceden; tal es el caso como un diseñador, un publicista, o en las artes plásticas, el color obtiene una dimensión diferente, goza con un significado simbólico y asociativo; se manifiestan y se hacen presentes en el individuo de forma consciente o inconsciente. Les otorgamos un valor simbólico afectivo y emocional.

*El color es información.* Un semáforo nos determina información específica con el uso de los colores, el rojo es alto, el amarillo alerta, el verde nos da el siga: utilizamos el color para identificar los objetos, una fruta madura, plantas que se están secando, flores, pájaros, animales, el equipo local del fútbol, las banderas de los países, el vestuario de los bomberos, policías, soldados y médicos. El color también nos ayuda a diagnosticar una enfermedad y reconocer la angustia, el temor y el embarazo. *Respondemos a los colores, nuestros colores favoritos son la llave hacia emociones ocultas.*<sup>17</sup>

Lo relevante de saber y responder ¿qué color te gusta más, por qué te gusta vestir de negro..?. Es comprender el sentido del color como también su función, y generar un cuestionamiento inquietante para entender su existencia. La formulación de preguntas tan simples como las anteriores y las más complejas para un mayor entendimiento científico, químico, biológico, filosófico, artístico y psicológico, parten desde la antigüedad hasta la

---

<sup>17</sup>El gran libro del color. Pág. 10.

época moderna. Desde Aristóteles y Newton hasta Goethe y en el siglo XX, Bauhaus, Johannes Itten, el diseñador de muebles Verner Patnton y el cineasta Derek Jarman\*, por mencionar algunos. A través de sus estudios hoy en día podemos entender este fenómeno cromático\*\*. Explicar la tonalidad, el matiz y las saturación de los colores, agruparlos en cálidos o fríos, en primarios o secundarios, es la base de la teoría del color, pero Goethe en 1793 publica una teoría del color y fue con ella que se llegó por primera vez una visión de la psicología del color la cual sostiene que una tonalidad dada produce una conducta premeditada específica. En 1810, Goethe afirmaba que existían tres aspectos claramente diferenciados del fenómeno cromático.

*“El primero es la disertación referida a los colores como parte de la vista, a los que denominó Colores fisiológicos. El segundo los medios incoloros y los llamó Colores físicos. El tercero y último es lo que podrían considerarse Colores químicos, que forma parte integral de los objetos.”<sup>18</sup>*

Me pregunto, ¿ tienen los colores un efecto emocional en nuestra conducta ?. Sí, los colores influyen en nuestras emociones, la elección de un color en particular radica en el subconsciente, pero quienes se encargan de dirigir nuestros gustos o preferencias también han estudiado científicamente el color, la aplicación de la psicología del color comprendiéndola como la transmisión de información emocional tiene su mayor ímpetu en los diseñadores, los arquitectos, publicistas y el marketing. Es así que la psicología del color no sólo se ocupa de la relación entre un color y una persona, sino también el de establecer una conexión entre el individuo y el mundo real, sin dejar a un lado la parte cultural.

---

<sup>18</sup> Ibidem. Pág.7.

\* **“Chroma”** (1994), una ecléctica colección de los pensamientos del cineasta Derek sobre el color , se concentraba en el color azul (la sangre de la sensibilidad). Es un ejemplo de cómo se adquiere el color un significado psicológico.

\*\* de **Croma**: En el Sistema de Munsell, es el grado de saturación del color que muestra una superficie.

Por lo tanto, el color está relacionado con la combinación de elementos **biológicos, psicológicos, sociales y culturales**. La reacción hacia éstos tiene efectos emocionales porque pueden alterar nuestra conducta; como también la capacidad de percibirlos depende de la visita, pues si bien es cierto que en el mundo físico el color no existe, y es gracias a la luz quien nos regala su reflejo mismo en los objetos. Es la retina donde las células sensoriales llamadas *conos*, las que permiten percibir el mundo de y a colores. La diferencia de los colores radican simplemente en la percepción de las longitudes de onda y esto depende de cada individuo.

Al mismo tiempo asociamos los colores con la naturaleza. La terminología de los colores y su uso dependerá de las distintas culturas y lenguajes. La psicología del color va relacionada al efecto que éstos causan en el subconsciente y cómo pueden afectar mentalmente, emocionalmente, físicamente y por qué no, también espiritualmente. Los estudios que se dan sobre la preferencia del color, dependen mucho de lo que se desea de él, la saturación es un factor determinante, ya que es el criterio más importante para su elección.

Los estudios sobre el color desprenden distintas concepciones. Para el veneciano Marnlio Brusatin\*<sup>19</sup> la investigación del color, parte de que los científicos intentan descubrir lo que los pintores saben instintivamente; por otro lado, el colorista estadounidense Feber Birren, explica que la investigación de los aspectos psicológicos del color es difícil, ya que las emociones humanas no son demasiado estables y su composición psíquica varía en los individuos.

Al entrar al mundo visual, se desencadenan los gustos en lo más íntimo; los sueños plasmados en la imaginación cobran vida al tropezar con los objetos que tomamos y

---

<sup>19</sup> \*Académico del Departamento de Historia y Crítica de las Artes de la Universidad de Venecia, así como autor de varios libros, quien escribió en 1991 “A History of Colors” (Una historia de los colores) y colaborador de la Enciclopedia Einaudi, siempre en temas relacionados directamente con el color.



creamos, nuestra percepción permite revelar las texturas, las formas, y su luz reflejada. Puedo atreverme a decir que nuestra mirada está llena por un abanico multicolor.

La psicología nos ayuda a desenredar los laberintos de la mente, los colores no están ajenos, sus efectos y la alteración emocional puede dividir doctrinas. Pero al fin de cuentas, los colores por sí mismos revelan y resumen la esencia de la vida en un simple fenómeno natural como puede ser el arco iris. “*La investigación de los efectos psicológicos del color emprendidas en los años treinta y cuarenta, parece haberse interrumpido desde hace algún tiempo*”.<sup>20</sup> Podemos mencionar algunas diferencias de la psicología:

*“La psicología convencional no admite la posibilidad de que el color sirva para arrojar luz sobre el carácter complejo de la personalidad humana. Algunos psiquiatras son menos escépticos, e incluso utilizan a veces un test de colores, en combinación con otro tipo de pruebas, para ayudar a establecer un diagnóstico. Ello se debe a que el color casi siempre se asocia con el efecto, que es el término psicoanalítico con que se designan los deseos, impulsos y exigencias(contraponiendo así el aspecto emocional con el intelectual de la vida). Los psicoanalistas freudianos y los psicólogos analíticos junguianos prestan atención al importante papel del color en las manifestaciones del inconsciente, tales como sueños y fantasías,”*<sup>21</sup>

Con ayuda de la psicología el significado de los colores permite darle a lo artístico, como al mercantil o la publicidad una visión más detallada de éstos. Cada color es un signo que posee significado, expresa una sensación tanto agradable como desagradable. El manejo del color es una herramienta muy importante que ayuda al publicista a penetrar en el mundo del consumo, y los psicólogos ayudan a descifrar los significados del color para así aplicarlo adecuadamente; el color puede influir un 60% en la aceptación o rechazo de un producto o servicio. Pero es la psicología del color la que determina el interés por un color

---

<sup>20</sup> El gran libro del color. Pág. 44.

<sup>21</sup> Ibidem. Pág. 44.

en especial, al mismo tiempo puede describir la personalidad de los individuos por la elección de ciertos colores. Como nos dice Goethe:

*«Los colores actúan sobre el alma, en ella pueden excitar sensaciones, despertar emociones e ideas que nos calman o nos agitan y provocan la tristeza o la alegría».*

En un cuadro comparativo en el Anexo I, se encontrará detalladamente para entender la relación de los colores en nuestra vida diaria o cultural ejemplos del significado de los colores con relación a la psicología y lo que se les atribuye a cada uno en la definición de la personalidad de los individuos enfocado para un uso particular o perseguir un fin.

En la **publicidad** el color es un elemento importante, pues depende el efecto que causa en los consumidores. Más allá de la identificación o asociación, el color también se puede emplear para crear experiencias. El publicista representa el producto en su anuncio mediante la forma, pero añade las cualidades del color. El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos, o despertar éstos mediante la gama de colores utilizados. Podremos dar sensación de frío, de apetecible, de rugoso, o de limpio, etc.

Thomas B, Stanley enumera siete razones de como usar el color en la publicidad:

*“ Atraer la atención al anuncio; Representar con absoluta fidelidad objetos escenas y personas; Subrayar alguna parte especial del mensaje o del producto; Sugerir cualidades abstractas que son apropiadas para el atractivo de la venta; Crear una primera impresión agradable para el anuncio; Crear prestigio para el producto, el servicio o el anunciante; Fijar las impresiones en la memoria del lector...”*<sup>22</sup>

El color está presente en todos los aspectos de la identidad empresarial y por tanto de una marca. Con ella, las empresas pueden hacer que el color sea el principal elemento que lo caracteriza utilizando un único color o una gama de colores y casi siempre se termina convirtiendo en la rúbrica de la empresa.

---

<sup>22</sup>Virginia Reyes Castro. Teoría de la publicidad. Pág. 125.

El posicionamiento de un producto dependerá en su mayoría del uso adecuado del color, como nos sugiere Thomas B, Stanley. Cuando se piensa en un refresco de cola, aparece una marca. La marca consigo traerá una imagen; esa imagen estará compuesta por el color. Por ejemplo: COCACOLA, lo relacionamos con el color rojo y PEPSICOLA con el azul, etc. En cambio para un diseñador, el problema del color tiene dos aspectos: cómo utilizar el material ya coloreado que la industria produce y con qué criterio inserta el elemento color en la proyección de los objetos.

*“Ya es sabido que el color no tiene la misma función para el diseñador y para el pintor. El diseñador trabaja en colaboración con la ciencia y con la industria, el pintor tiene relaciones con la artesanía y con la producción manual. El diseñador ha de utilizar el color de manera objetiva, en cambio el pintor lo utiliza de manera subjetiva.... Para el diseñador los colores más adecuados son los de las materias con que se producen los objetos.”*<sup>23</sup>

En el libro Grafismo Fundamental de Abraham Moles y Luc Janiszewski, nos menciona que el color fabrica todo un universo imaginario. Nos hace viajar a las islas, nos sumerge en el mar o nos sostiene en pleno cielo. Pero sin duda alguna, una característica fundamental del color, es tomarlo en cuenta como elemento expresivo que puede ser utilizado por grafistas, ilustradores, **fotógrafos**... Existe tres diferentes aplicaciones del color en el ámbito gráfico (siguiendo la clasificación que se realiza en "Grafismo Fundamental"): El color denotativo, el color connotativo y el color esquemático. Para ampliar detalladamente, retomaremos los conceptos básicos ¿cómo se aplica el color?:

**El color denotativo:** Aquí hablamos del color cuando está siendo utilizado como representación de la figura, es decir, incorporado a las imágenes realistas de la fotografía o la ilustración. El color como atributo realista o natural de los objetos o figuras. En el color denotativo podemos distinguir tres categorías: Icónico, saturado y fantasioso.

---

<sup>23</sup> Bruno Munari. Diseño y comunicación Visual. Pág. 354.

**El color icónico:** La expresividad cromática en este caso ejerce una función de aceleración identificadora, es decir; 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 de las imágenes. 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. Son colores más densos, más puros, más luminosos. El color saturado obedece a la necesidad creada por la fuerte competitividad de las imágenes que nos asedian, donde la exageración de los colores forma parte del triunfo de las imágenes 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, hasta tal punto que en ocasiones la forma queda semioculta tras la plenitud cromática.

**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. Este componente estético afecta a las sutilezas perceptivas de la sensibilidad.

En nuestra época moderna, los colores participan en el consumo masivo de un sistema económico como es el capitalismo, la publicidad hoy en día es una maquinaria gigantesca de crear gustos, de rechazar o idealizar la belleza. Visitar un supermercado es deleitar todos nuestros sentidos. Publicistas, psicólogos y diseñadores comparten sus estrategias para decorar cada uno de los pasillos: por tamaño, por género, edades, materiales de primera necesidad, enlatados, embutidos, frutas, panes, etc.

Todo un pequeño mundo y podríamos decir que nuestro carrito de supermercado es el reflejo de lo que en realidad somos. Un supermercado es un cuadro pictórico de la mercadotecnia. Donde un pintor pasa a ser hoy en día un publicista, pues es él quien estudia las necesidades básicas de cada individuo o grupo como el poder crear nuevas y superfluas como es el dicho “NO PUEDES DEJAR DE COMER SÓLO UNA”.

Sin embargo, es el color quien también puede imponer una moda, la combinación de colores en telas textiles o en materiales, están siempre acompañados por cálidos o fríos tonos de invierno u otoño. La publicidad hace uso de los colores para dar mensajes, tanto mercantiles como estéticos (la moda). Las empresas junto con la mercadotecnia y la publicidad aplican el color como un elemento de identidad, viven del color. Los eslogans conocidos por *Fuji* “EL COLOR QUE VEN SUS OJOS” o *Agfacolor* “ VIVA EL COLOR” son un ejemplo claro de **vivir a todo color...**

*“El color domina a la publicidad y no a la inversa, como muchos creen. De ahí que ninguna campaña publicitaria ha recuperado el uso del sombrero masculino, ni ha impuesto el color en las camisetas o en las corbatas. Lo que la publicidad ha hecho es seguir las leyes, visibles e invisibles, de la moda; cuando más ha reforzado sus tendencias. El color es el mensaje directo de la publicidad.”<sup>24</sup>*

---

<sup>24</sup> Eulalio Ferrer. Los lenguajes del color. Pág. 341.

Por lo tanto, la aplicación del color empleado en el ámbito comercial, publicitario, decorativo, curativo o en productos, por mencionar algunos ejemplos; se hace siempre con ayuda de la psicología del color. Es ella quien brinda una teoría que le permite a otros entender mejor el color y utilizarla para cualquier fin, sin embargo, la psicología del color es de suma importancia para desenredar los efectos que causan en los individuos, modificando su carácter. La influencia que determinados colores ejercen sobre el subconsciente del hombre es propia de ella.

Un diseñador o un arquitecto recurren a la psicología del color; ésta ayuda a dar un significado a cada elemento creado por el hombre: el valor simbólico que se le atribuye a los objetos; pero también, su uso en las manifestaciones artísticas, o religiosas y que contribuyen a una creación pictórica de nuestro mundo; es decir: *la misión de los colores es interpretar y jugar con la luz.*

*“Muchos científicos y técnicos del mundo se están dando cuenta de la extraña influencia psicológica que los colores ejercen sobre la personalidad humana. Otros han notado el efecto que causa el color en las flores, insectos y animales, así como en la vida celular y fetal. Con frecuencia, los periódicos publican artículos interesantes acerca de los colores y sus efectos observados en diferentes circunstancias.”*<sup>25</sup>

Un aspecto psicológico bastante curioso de los colores es su relación con las temperaturas: hay colores fríos o cálidos. En especial el azul da la sensación de la amplitud espacial, este efecto es tan notorio que puede utilizarse para producir la ilusión óptica de aumentar o disminuir, aparentemente, la longitud, el ancho o la altura de una sala. Por otro lado, encontramos significados como un elemento religioso; algunos colores dentro del catolicismo son utilizados para decorar algunos Santos, Ángeles, templos o ceremonias religiosas, el Blanco significa pureza, luz, expresa la alegría y la inocencia, el triunfo, la gloria. Se emplea en las fiestas del Señor, de la Virgen, de los Santos Ángeles y de las ceremonias nupciales.

---

<sup>25</sup> Reginald Roberts. Psicología del color. Pág. 44.

La presencia del color en la naturaleza permite en las flores crear un dispositivo que pueda llamar la atención de aves o insectos mientras, ellas a su vez llevan la semilla para fecundar en otras flores. El rojo de las flores expresa alegría y comunicación, es el más excitante de los colores, puede significar emoción, acción, agresividad, peligro o pasión, éste último es el preferido por los enamorados. En algunos animales cuando entran en su periodo para reproducirse, los colores participan en el encuentro íntimo de dos seres que coquetean, deslumbrándose por el color de sus alas: los verdes, azules, rojos del imponente Pavorreal, es un ejemplo de cómo los colores también participan en la naturaleza. En otras ocasiones, el color de su piel es utilizado como factor de mimetismo; por ejemplo: algunos sapos aparecen con colores llamativos para asustar a sus enemigos, y el camaleón juega con sus colores para absorber las radiaciones y calentarse, y al mismo tiempo como camuflaje para ahuyentar el peligro.

La luz aporta sin duda determinados matices que sirven para estimular en el comportamiento humano, es decir, la relación de los colores con el hombre abarca todos sus sentidos, experimentando una vivencia cromática vinculada al desarrollo de su vida, tanto a un nivel social, individual o artística, en todos los ámbitos naturales o artificiales, éste último en el uso del color en telas, plásticos, maderas, etc.

La sensación de comodidad cuando nos encontramos en un lugar pintado con un tono específico nos establece una sensación de placer o rechazo; la atracción es por tanto asociar los gustos individuales o colectivos, que se hacen a través de los colores, al mismo tiempo que conllevan un valor social o moral. Las diferencias de las tonalidades cromáticas de los colores originan sensaciones humanas que yacen en la mente y en el alma. Por eso optamos por vestir de blanco cuando hace calor, regalamos rosas rojas cuando se está enamorado, pintamos las paredes blancas para darle mayor iluminación a nuestro cuarto cuando se carece de poca luz, relacionamos el azul con el mar o el cielo, no cruzamos la calle cuando está el semáforo en rojo, nuestra bandera tiene tres colores, el comunismo se relaciona con el rojo. El color es luz y es la razón de existir, nos permite ver y distinguir la

realidad, de dibujar nuestros primeros cuadros en nuestra infancia. Los colores participan en la naturaleza y en nuestro mundo nos imponemos con ellos.



### 3.-El color en los objetos

***“El verdadero dibujante no es el que hace el dibujo, sino el que dibuja un color, crea un color, piensa en color”***

Oscar Wilde

Dibujar en color un mundo imaginario, el arte de mirar, reivindicar los objetos no animados, darles una dimensión pictórica, dibujar en color es adentrarnos al mundo de los sentidos. ¿Pero qué hacer con el tiempo?. El reloj nos marca el tiempo, y éste el ritmo de la vida. La monotonía del día a día nos hace perder la noción de lo que emerge de una realidad que poco vemos. Sí, en ocasiones no giramos la vista en aquella flor que crece en una vereda o de un pájaro que corta el césped para construir un pequeño nido en un árbol atrapado entre el cemento gris de las grandes avenidas de esta ciudad; las pequeñas cosas, la simplicidad de la naturaleza, donde al mismo tiempo si detenemos un minuto la mirada veremos su grandeza en constante movimiento. Las cosas simples o complejas abandonadas en un rincón oxidado, deshojado nos dicen que existen y es necesario hablar de ellas. La sensibilidad del ser humano permite construir mensajes que revelarán aquellos objetos encontrados en el camino y nuestra ventaja es que al mirar en color podemos hacer uso de ellos para construirlos.

Los artistas plásticos contemporáneos reconstruyen los objetos dándoles un valor simbólico y artístico, se prestan para hacer todo un tema: las llantas de un carro pueden ser el círculo negro de la política actual mexicana, o por qué no, unas sabanas blancas colgadas en un techo simbolizando la esperanza: al fin de cuentas los objetos son abstractos.

Los colores también construyen junto con los objetos un abanico de símbolos y significados hasta la espontaneidad del acto de contemplar. La mirada se dirige hacia un objeto, a éste se le atribuye un significado, un valor como elemento decorativo, de utilidad o hasta estético o artístico; puede que al percibirlo despierte una emoción un sentimiento. Este acto es individual, personal, la percepción depende de quien lo mira, al igual cuando se mira un color. Tanto los objetos como los colores son simples y complejos, se le atribuyen un valor

comunicativo, artístico, comercial, etc. *“El color es a la vez simple y complejo. Significa cosas distintas para distintas personas en culturas diferentes. Ningún color es visto del mismo modo por dos personas. El color es personal y universal, y envía mensajes de inagotable variedad”*<sup>26</sup>

La percepción es única, individual y personal, la distinción de algo con otro; mediante la sensación reconocemos objetos, entes, sólo percibimos la existencia del mundo en abstracto. Cuando siento frío es porque el clima está alterado, el acto de sentir el frío, esta sensación queda detenida allí, pero cuando yo siento calor y además visto de negro, sé que al vestir con ese color en particular, me produce más calor el uso del negro. Los objetos en color logran despertar una percepción para distinguir nuestro entorno.

Los objetos y los colores causan un efecto en los sentidos, los elementos simbólicos como las sensaciones que se le atribuyen gracias a las texturas, la intensidad de la luz tanto en el color como en los objetos, las líneas, el volumen, etc., todos ellos construyen una tercera dimensión visual imponente. Un zapato azul es fotografiable si está roto, las sombras que se reflejan en la piel, o quien lo lleva tiene un oficio y hace de este simple zapato un objeto importante de distinción, por ejemplo un zapato de color blanco se le atribuye en su mayoría a una enfermera. El blanco y el objeto van de la mano para construir un elemento comunicativo o por qué no artístico, se presta para que un fotógrafo haga una serie de imágenes sobre los oficios a partir del uso de los color es en los zapatos.

Todo color en los objetos se presta para construir historias, imágenes, mensajes, obras artísticas, etc. ; gracias a los colores cobran vida y una dimensión comunicativa; pueden ser pequeños, grandes, metálicos, plásticos, de madera, en textiles, en barro, en papel o porque no en frutas, en flores, en edificios, en autos, en fin un infinito mundo de objetos en constante movimiento. Un ejemplo de cómo cobra una dimensión comunicativa los objetos pueden ser un payaso haciendo una figura con un globo: usa el objeto GLOBO de color AMARILLO para hacerle a un niño un “tigre”.

---

<sup>26</sup>Bride.M.W.helan. La armonía en el color. Pág. 13.

Es impensable hablar del azul, rojo, amarillo si no lo relacionamos con un objeto. No podemos desligar los objetos sin los colores, y éstos no son resaltados por ellos.

*“El color es una experiencia inmediata, que actúa directamente sobre las emociones, y no obstante es curiosamente abstracto. Una vez divorciado del objeto al cual pertenece, resulta difícil de aprehender. Es difícil explicar a un ciego lo que es el color rojo, aunque uno de ellos lo descubrió a su manera. Según comentaba el filósofo John Locke, en 1960: << después de haberse roto la cabeza para comprender cómo eran los objetos visibles, para entender esos nombres de luz y de colores.... finalmente comprendió lo que significaba el rojo escarlata...era como el sonido de una trompeta.>> ”<sup>27</sup>*

Nuestro campo visual se constituye a partir del mundo sensorial, no olvidemos que nuestro mundo se nos presenta en colores, las percepciones parten de nuestra sensibilidad; nuestros estímulos tienen como función transmitir mensajes o información. El valor que se le atribuye tanto a un objeto como a un color parte a través de los estímulos subjetivos de cada individuo, pero sin duda algunos los valores serán colectivos y por tanto culturales. Grandes edificios estarán pintados de un color en particular, por ejemplo la Casa Blanca en EE.UU o la Casa Rosada en Argentina; nuestros restaurantes con un color que estimula el apetito McDonald's usa el Amarillo; un objeto metálico pintado de rojo que es un refresco: Coca-cola utiliza el Rojo.

En el cine a los colores se le atribuyen un lenguaje particular tanto estético como un elemento de indicar una sensación, un estado emocional, representar una acción, etc... Se seleccionaron varias películas para este ensayo con la finalidad de encontrar el papel de los colores, éstos cobran un lenguaje único, en su mayoría son elementos para distinguir o en otros el director recurre a ellos para darle un significado a ciertas tomas, objetos o mensajes

---

<sup>27</sup> El gran libro del color. Pág. 48.

muy subliminales, pero también son un recurso estético relacionado con la cultura como es en la película “La casa de las Espadas”. Un ejemplo de cómo están relacionados los colores en los objetos es en la película “La Aldea”\*, el color ROJO representa, miedo y terror; el OBJETO es representado por el saco. Una película que explica cómo ciertos ciudadanos víctimas de la delincuencia deciden aislarse y reconstruir una nueva sociedad lejos de la modernidad, del consumismo y de la delincuencia, sin embargo, inyectan terror inventando animales que comen humanos. Las marcas en color rojo en las puertas simbolizan la llegada del animal. Así como en el cine los colores crean mensajes adquiriendo un lenguaje dinámico es también con la fotografía que se puede lograr en las imágenes elementos propios de cada color. Es por tanto que un vestido o un zapato, pintados en colores se les atribuye un valor a nuestra cotidianidad, hacen que todo objeto en color tenga una importancia comunicativa, estética y artística tanto individual como colectiva.

*“El hombre occidental moderno habita el mismo planeta que el hombre tribal pintarrajeado de África y Nueva Guinea; su arte y sus artefactos estén muy cerca de las estatuas brillantemente decoradas de los Santos católicos de Brasil. Así pues, aun cuando progresa nuestra visión del color, éstas se hallan rodeada por sus comienzos. La abstracción completa del color en los lienzos de las galerías modernas parece haber recorrido un largo camino desde los colores que representaban a los poderes mágicos encarnados en los objetos sagrados. Pero la abstracción es también, en cierto sentido, un retorno; un reconocimiento del color como fuerza viva, que, como dijo Kandinsky “influye directamente en el alma”.<sup>28</sup>*

El arte del color es el lenguaje del alma, describimos la historia en nuestros objetos pintados, en su mayoría los colores son la réplica de lo que nuestros ojos ven de la naturaleza, la creatividad y el conocimiento surge de la inspiración y la contemplación de éstos. La historia de la humanidad va ligada a la historia del arte, cada época cristaliza en sus colores su cultura, su tradición, y también su inspiración, pasión, ingenio.

---

\*La Aldea. EE.UU., 2004. Dir y Prod. M.Night Shyamalan. Un ejemplo del color en los objetos.

<sup>28</sup> El gran libro del color. Pág. 48.

Cada pintor aplicó los colores a su manera e impuso estilo propio que logra identificarse con otros: Los impresionistas, surrealistas, puntillistas, cubistas, por mencionar algunos; Leonardo da Vinci no empleó colores fuertes; Rembrandt fue el máximo exponente de los colores claro-oscuros, cada creación artística surge de la forma, la desintegración de los objetos en líneas abstractas, y geométricas como es el cubismo de Picasso, el querer comunicar un contenido psíquico y espiritual como son los expresionistas Much, Kirchner tan sólo el simple hecho de usar al color como un medio de expresión como hizo el surrealista Salvador Dalí; se interpreta un mundo abstracto, irracional, inconsciente, de sueños, de locura, de irrealidades, de un mundo subjetivo. Es impensable dejar de sentir los colores sólo de una manera óptica, sus efectos deben ser vividos, a través de lo psíquico y simbólico, hacer con ellos todo un juego de creación, de inspiración, de reflexión, en pocas palabras, pintar con luz, para iluminar el alma y por tanto el espíritu. Es simplemente hacer con los colores arte, hemos aprendido de su teoría desde un punto de vista químico, psicológico y fisiológico, sus múltiples contrastes y tonalidades.

*“El color es la vida, pues un mundo sin colores parece muerto. Los colores son las ideas originales, los hijos de la luz y de la sombra, ambas incoloras en el principio del mundo. Si la llama engendra la luz, la luz engendra los colores. Los colores provienen de la luz y la luz es la madre de los colores. La luz, fenómeno fundamental de mundo, nos revela a través de los colores el alma viva de este mundo.”<sup>29</sup>*

El valor estético y artístico que le atribuimos al color muchas veces parte desde un punto de vista personal, individual; el artista, el fotógrafo, el publicista o el arquitecto dominan el conocimiento del color para desentrañar los fenómenos naturales, sociales, culturales, religiosos, hasta estéticos. La expresión, el estilo y lo simbólico impuesto en una obra pictórica hasta un simple objeto, la expresión artística nace a través de la inspiración y contemplación de nuestro mundo.

---

<sup>29</sup> Joahannes Itten. El arte del color . Pág. 8.

*“ La música proporciona la mejor analogía para el color (incluso ambos comparten cierto vocabulario, como los términos “armonía” y “tono” ), y la atribución de colores a los sonidos no es nada desacostumbrado entre pintores y músicos....en el relato de Much acerca de cómo se inspiró para su obra El Grito. Cuando cansado y enfermo, estaba observando la puesta del sol en un fiordo : >>Sentí como si pasara un grito por la naturaleza; me pareció que podía oír este grito. Pinté este cuadro. Pinte las nubes como sangre roja- y los colores gritaban>>”.*<sup>30</sup>

Por lo tanto, el valor estético y artístico del color se logra con la armonía de los colores. El uso correcto de cada color por sus contrastes, tonalidades entre cálidos o fríos, el matiz, o la mezcla de alguno de ellos como son los primarios y secundarios, asignados para un fin determinado. La belleza que provocan los colores en algunos objetos, en las frutas, las flores, en toda la naturaleza inspira al pintor para hacer un cuadro, al poeta una prosa o verso, el título de una obra “ *La cultura, ese blanco móvil* ” de Mario Benedetti y al escritor una inspiración:

*“...porqué salí de La Habana, aunque ya sabrá todo, en Nueva York se interesan mucho por Cuba;... La Cabaña y El Morro, todo parece en calma, quién diría que al otro lado de la isla los negros matan, violan, saquean, las torres de Catedral se alejan, las casas del Malecón se borran, por un instante. El Vedado aparece color de rosa, jardines, balnearios, palmeras, disminuyen, se vuelven como un dibujo chino en un grano de arroz, las aguas cambian de color, se oscurecen, nos hundimos en la curva del mar.”*<sup>31</sup>

Partiendo de la belleza que inspira nuestro mundo en color, y del valor estético que se le atribuye a los objetos en colores, podemos hablar de una estética del color cuando se define y se entiende por:

<sup>30</sup> El gran libro del color. Pág. 48.

<sup>31</sup> José Emilio Pacheco. El principio del placer. Pág. 132.

*“La palabra se deriva del adjetivo griego “Aistetikós” que significa dotado de sentidos o que percibe con los sentidos. Pero en el sentido real estética es la ciencia o teoría de lo bello... Bello es lo que agrada al ser contemplado. Belleza es la cualidad que poseen los objetos para producir la emoción estética. La emoción estética es un sentimiento agradable, puro, desinteresado que afecta armónicamente a todas las facultades humanas: sensitivas, intelectivas y morales.”<sup>32</sup>*

La música, la literatura, la pintura, la arquitectura, las religiones, los objetos, la medicina, hasta en la astrología el color engendra el sentido, la significación, la simbología, el ritmo, la armonía, un estética y un retrato.

*“ Los efectos de contraste de los colores y su disposición son la base del estudio estético de los colores. Para la formación artística y la ciencia del arte, para los arquitectos y para los creadores de la moda, todo problema de sensibilidad subjetiva ante ciertos colores adquieren una peculiar importancia. El problema estético de los colores se puede contemplar desde un triple punto de vista: sensible y óptico (impresión del color. Psíquico (expresión del color), intelectual y simbólico (construcción del color). ”<sup>33</sup>*

Nuestra expresión artística nace de una experiencia cultural y social, es también muy personal e individual ; las imágenes que vemos diariamente, se convierten en un medio, en un mensaje estético o ideológico. Así, la luz es el eje de la vida, partimos de ella, la vegetación no existiría para hacer la fotosíntesis, pues genera oxígeno y sin ella no viviríamos, el color es luz, y un fotógrafo construye imágenes a partir de su conocimiento: El fotógrafo aprende fácilmente la técnica, pero hacer fotografía es saber escribir con luz.

La fotografía en color, técnicamente hablando, es un aspecto químico y evolutivo en cuestión a la tecnología, pues primero era en Blanco y negro. En este punto no se

<sup>32</sup> Roberto Guzmán Leal. Estética. Pág. 3.

<sup>33</sup> Joahannes Itten. El arte del color . Pág. 14.

profundizará, pues el sentido del color en este ensayo es como un elemento comunicativo y estético, éste último como una forma de expresión artística. Es contemplar la esencia del color, que revele sus mensajes plasmados en entes, telas, objetos... en jugar con la luz, su sombra, textura, línea forma. Es sin duda la clave perfecta para construir una fotografía artística, el desafío de un fotógrafo es encontrar texturas, tener una composición en armonía junto con el objeto o sujeto, el encuadre perfectamente iluminado, el descubrir tonalidades, líneas, el juego de la luz que resalta con las sombras.

La forma de describir la naturaleza o en este caso también en los objetos junto con la apreciación de los colores y asimismo hacer imágenes con éstos tiene como finalidad el hacer arte con la fotografía; se aspira solamente a dar placer estético, el secreto es saber mirar.....

*“Saber mirar es un sistema completamente nuevo de agrimensura espiritual. Saber mirar es un modo de inventar. Y no existe invención tan pura como aquella que ha creado la mirada anestésica del ojo limpiísimo, ausente de pestañas, del Zeiss: destilado y atento, imposible a la floración rosada de la conjuntivitis.( Salvador Dalí)”<sup>34</sup>*

La diferencia de realizar una fotografía buena y una artística es tomar en cuenta lo siguiente: Hacer una composición, y manejar correctamente la iluminación, es decir una adecuada distribución de luces y sombras, tonos correctos, valores acertados y sobre todo, lo más importante adecuadas texturas y por último los procedimientos, que consisten en escoger qué tipo de papel para la impresión, buenas películas fotográficas y el revelado.

Por otra parte, los colores contribuirán a dar un excelente textura a los objetos retratados, se pretende ligar el color y el objeto en un mensaje comunicativo: es el conjunto de símbolos y significados que se les otorgará a cada fotografía realizada. ¿Pero qué es

---

<sup>34</sup> Joan Fontcuberta. Estética Fotográfica. Pág. 130.



símbolo?. En el libro de Georgina Ortiz, se puntualiza varias definiciones, la más cercana para explicar a lo dicho anteriormente lo dice Wirth,:

**“considera que la función esencial de lo simbólico es penetrar en lo desconocido y establecer, paradójicamente, la comunicación con lo incomunicable sin caer en la alegoría. El verdadero fundamento del simbolismo es la realidad y se extiende desde el orden natural tomando en su conjunto el orden sobrenatural.”**

Los símbolos dependen de las distintas culturas y por tanto difiere de sus significantes, asimismo, en este contexto situamos también a los colores.

*“El símbolo es todo signo que evoca, por medio de una relación natural, algo ausente o imposible de percibir...De acuerdo con Schaff, son signos sustitutos en el sentido de que su función es substituir algo, de manera específica, a las nociones abstractas, se distinguen tres características: Objetos materiales que representan ideas; La representación se basa en un convenio que da lugar al reconocimiento del símbolo; representación de una noción abstracta por un signo que dirige a los sentidos.”<sup>35</sup>*

Los elementos comunicativos de los colores en su mayoría se asocian fácilmente con atraer la atención del espectador; sin embargo, el simbolismo de los colores está en asociarlos con otros elementos u objetos más complejos, formar interpretaciones desde la simple relación con la naturaleza, hasta los psicológicos y culturales:

*“Nada es indiferente, todo expresa algo y todo es significativo. Ninguna forma de realidad es independiente, todo se relaciona de algún modo. Lo cuantitativo se transforma en cualitativo, en ciertos puntos esenciales que constituyen precisamente la*

---

<sup>35</sup> Georgina Ortiz. El significado de los colores. Pág. 70,71.

*significación de la cantidad. Todo es serial, fenómeno fundamental que abarca el mundo tanto físico (gama de colores) como espiritual (vicios, virtudes, sentimientos). Existe correlaciones de situaciones entre las diversas series y elementos que la integran.”<sup>36</sup>*

Pero, todo color también evocan a las emociones, cobran un valor simbólico que depende de un contexto cultura, al mismo tiempo esta interpretación o percibirlos depende de las experiencias y el proceso comunicativo de los individuos. Es aquí que vemos a los colores como una forma de comunicación; Adam Schaff en su libro “Introducción a la semántica” formula la palabra comunicación como una manera específica humana que remite al dominio completo de la vida espiritual de hombre: tanto a la experiencia emocional como a la intelectual.

*“ En la comunicación por medio de música, imágenes hasta cierto punto también por medio de la poesía, lo que importa es transmitir emociones a otros; en el otro caso, transmitir contenido intelectual, transmitir ciertos estados mentales. Esto no implica que tal comunicación carezca de aspecto emocional. Por el contrario, su finalidad puede ser precisamente suscitar cierto estado emocional aquí es siempre secundario en relación con el contenido intelectual, y es transmitido por mediación de este último. Por tanto, convendremos en que el “lenguaje” de la música o de las imágenes es más adecuado para la transmisión directa de emociones que el lenguaje de las palabras.”<sup>37</sup>*

Tomando en cuenta lo que al autor nos dice sobre la comunicación, es claro decir que las imágenes de este ensayo serian un ejemplo de que todo proceso de comunicación convierte a un objeto o todo medio expresivo en la transmisión de estados emocionales como también elementos simbólicos que van variando dependiendo de los significados que se le atribuyen a las cosas.

---

<sup>36</sup> Ibidem. Pág. 75,76.

<sup>37</sup> Schaff Adam. Introducción a la Semántica. Pág.132.

*“Todo objeto material, o la propiedad de ese objeto, o un acontecimiento material, se convierte en signo cuando en el proceso de la comunicación sirve, dentro de la estructura de un lenguaje adoptado por las personas que se comunican, al propósito de transmitir ciertos pensamientos concernientes a las realidad, esto es, concernientes a experiencias internas (emocionales, estéticas, volitivas, etc.) de cualquiera de los copartícipes del proceso de la comunicación.”<sup>38</sup>*

En resumen en el proceso de comunicación el signo tiene el mismo significado para las personas que se comunican, y consiste en la transmisión de significados por medio de signos. Para Schaff Adam signo y significado son elementos del proceso de comunicación. Los colores tienen significados, por lo tanto entran en el proceso comunicativo.

Es así que recorremos el mundo imponente de los colores, las asociaciones que demos a éstos surgen desde luego de nuestra relación y convivencia de nuestro entorno, de la naturaleza, de las actividades intelectuales, políticas, culturales y sociales. El uso de ellos dependerá de quienes tiene una visión distinta, profunda y de un conocimiento teórico, filosófico y artístico. Con los objetos ordenamos y facilitamos nuestra vida diaria o el simplemente hecho de divertirnos y jugar con ellos. El gozo de ver los colores y crear despierta una infinita imaginación interminable.

Hoy en día la aplicación del color es de suma importancia para este siglo, los individuos son visuales; su conocimiento teórico aporta y ayuda a fortalecer a toda una maquinaria del consumismo, pues podemos decir que los colores también contribuyen al posicionamiento de todo tipo de marcas y empresas. Sin embargo, revindicar al color como un elemento comunicativo, estético y artístico nos permite acercarnos más con una parte individual más profunda. Mirar, sentir, crear en color va más allá de vestir de negro o azul, todo color nos sirve para expresar algo: una visión, idea o pensamiento.

---

<sup>38</sup> Ibidem. Pág.18.

## Conclusión

Al salir del metro me topé con objetos multicolores que acosaban mi mirada, era impensable no dejarme seducir, el cortejo entre el rojo y el azul como si fueran dos amantes amontonados en una caja de ropa, esto obligaba a comenzar un viaje por las calles, descubriendo objetos en color, provocando una sensación de que la vida cobra sentido a través de ellos. Todo inicia por el descubrimiento de algo, los recorridos por calles, avenidas, callejones, mercados, pueblos, playas, parques, etc, avivaban una necesidad personal de reivindicar al color. Mi fascinación personal que tengo por él nace por una noción de vacío interno, los colores llenaron poco a poco la mirada, el alma, conocerlo afondo a través de una investigación y acercarme a una teoría y distintas interpretaciones, así como darme la oportunidad de acercarme más allá de la explicación científica, permitió interiorizarme con ellos: los colores son y serán un elemento comunicativo importante para mi carrera profesional. Como fotógrafa busco siempre el color en las cosas, pues me ayudan a encontrar texturas y una luz propia que sólo encuentro con ellos.

Ahora ya sabemos qué es el color, su uso y aplicación en la publicidad, en el mercado comercial, en los medios audiovisuales como artísticos. Conocer sus significados en distintas culturas así como en la naturaleza y sobre todo, mirarlo en los objetos, nos ayuda a apreciar cada color. Al mismo tiempo, sus efectos son estudiados por la psicología, ésta ayuda a publicistas, diseñadores, arquitectos, pintores y fotógrafos a despertar una interminable creatividad, pues nos sensibiliza y magnetiza con sus tonalidades y mezclas. El ser humano ha buscado las formas de expandir su conocimiento, obligándolo a perfeccionar métodos y herramientas más complejas y a la vez más seductoras. Por lo tanto, los colores son una parte inherente y necesaria en toda actividad humana a lo largo de su historia.

Hacer de los colores una arquitectura visual para producir un sin número de mensajes, enriquecer los sentidos por su belleza. México es un claro ejemplo, es un país rico en tradiciones por su diversidad cultural y recursos naturales. Encontramos todo un universo multicolor en su comida, vestimenta, arquitectura, sus expresiones artísticas, inclusive en

sus rituales y tradiciones. Cada barrio, cada pueblo y ciudad están sumergidos en sus vivos colores. Desde los diferentes moles, los chiles, mangos, tunas, nopales, maíz, helados, dulces típicos de cada región, hasta los globos, velas, juguetes, muebles, santos, iglesias, y todo tipo de flores.

Cada fotografía es un pedazo de este maravilloso país; mi campo de estudio fueron las calles, los barrios, pueblos, etc; visité Malinalco, Puebla, Acapulco, Puerto Escondido, y tuve la oportunidad de ir a Argentina y a Uruguay: me percaté que sus colores son sobrios y grises comparados con México. Tenemos la fortuna de contar con una enorme riqueza cultural de los colores.

Los colores tienen significados, en la medicina, en la astrología y en las flores. En la antigüedad, los médicos diagnosticaban alguna enfermedad por el color de la piel y orina; la astrología y la metafísica usan al color como campo energético, en las flores los colores rojos representan el amor, o ciertos colores sirven para atraer a insectos. Nuestra infancia está acompañada por ellos, aprendemos sobre la naturaleza y nuestro entorno; y aprehendemos sus efectos para inspirarnos y pintar un cuadro o hacer una fotografía.

Desde que nacemos un color determina si somos niños o niñas; es un cuestionamiento que muchos en la actualidad se hacen, hablando de género y equidad. El rosa y el azul son dos colores que marcan socialmente y culturalmente una actitud. Esto desde mi punto de vista no puede ser, el rosa no necesariamente indica la feminidad y un género. Pero hoy en día estos simples colores traen consigo una serie de debates. En los recién nacidos aparentemente no existe una evidencia en sus rostros de si son niña o niño, pero los padres compran la ropa de acuerdo a su género; el trato hacia ellos cambia al vestirlos de rosa o azul, es decir, con un bebé vestido de rosa los padres actúan de manera más delicada al cargarlo y en su forma de hablarle.

Es en los colores donde toda una concepción de vida, filosofía, tradición, cultura, etc. dan lugar a una importante reflexión sobre ellos. La soberanía de un país también se ve reflejada en los colores de una bandera, actúan también en la naturaleza donde con la cual

aprendemos para sobrevivir en nuestro medio. Los animales son un ejemplo de cómo utilizan herramientas o técnicas para comer: el hombre primitivo tuvo que mirar cómo una araña construye su trampa para atrapar insectos, las redes de pesca son como una telaraña. En los colores, el camaleón hace usos de ellos como camuflaje para no ser atrapado y visto por otro animal, los soldados usan el color verde, café y negro simulado el color de una selva o desierto como lo hace un camaleón.

¿ Y por qué no hacer un ensayo sobre los colores ?, si son tan importantes en nuestra vida tanto creativamente como funcionalmente. Este ensayo es un viaje que invita a mirar y a crear conciencia del papel que tienen. Los colores son un espejo de lo que somos, retratados en estas imágenes. Es la mirada personal de un país a través de los colores, y darle un lugar especial a cada color nos produce una sensación, emoción, o idea a través de sus objetos, rostros o fachadas. Por eso presento cuarenta fotografías que hacen historias con sus personajes anónimos o el mismo color como un personaje que conquista un espacio en nuestras miradas.

Acercarme a museos, revistas, películas, libros, teatro y la expedición urbana, reconstruyó de una manera más profunda cada imagen de este portafolio fotográfico. Cada color, textura, rostro, objeto, paisaje, sombra y luz reencarnan por su encanto. Sólo hay que detenernos para encontrar y mirar lo que hay en ellos. Dejemos de caminar y tomemos un silencio para escuchar la música de los colores.

Cada imagen de este ensayo fotográfico muestra la esencia que sumerge de las cosas u objetos pintados por muchos colores materializado en un sentimiento cuando las personas se percatan por sus encantos. Un ensayo escrito y otra en imagen se complementan aquí para lograr entender su lenguaje.

La política de los hombres ha destajado el alma de la humanidad, hoy en día no puedo dejar a un lado lo que acontece. Las crisis económica, ecológicas, sociales y hasta culturales, han nublado la mente, las conciencias de algunos cuantos no es suficiente para parar este deslucido ritmo destructivo. La creatividad es el eje para construir un mejor mundo junto

con una ética . Hay que detenernos, dejemos de caminar y sentémonos a pensar y sobre todo mirar alrededor, ver más allá de nuestra mirada: hacer una introspección. Observemos, los objetos también nos revelan mensajes, comunican, proyectan y en ocasiones reflejan: el espejo es un objeto, una cosa. ¿Será acaso nuestros ojos el espejo de nuestra realidad?. Miremos la vida de los colores, coloreándola y creando más color.

## Bibliografía

- Albers Josef. La interacción del color. Alianza forma, Madrid, 1984. Pp. 115.
- Álvarez Villar Alfonso. Psicología del Arte. Edit. Biblioteca Nueva, España, 1974. Pp. 601.
- Baront Robert, y otros. Psicología: comprensión de la conducta. Nueva Editorial Interamericana, México, 1980, Pp. 542.
- Brusatin. M. Historia de los Colores. Paidós Estética, 1987. Pp 146.
- Cebrián Herreros Mariano. Géneros Informativos Audiovisuales. Edit. ILCE, México, 2000. Pp. 377.
- Dallal Alberto. Periodismo y Literatura. Edit. Del Valle de México, México, 1997. Pp. 140.
- Dantzie Maris Cynthia. Diseño visual. Introducción a las artes visuales. Trillas, México, 1994. Pp. 341.
- Eco Humberto. Cómo se hace una tesis. Edit. Gedisa. España, 2003. Pp. 233.
- El gran libro del color. Edit. Blume, Barcelona, 1982. pp. 255.
- Elena Poniatowska. Mexican Color. Edit. Stewart Tabori and Chang, Italia, 1998. Pp. 160.
- Fabris- germani. Color. Proyecto y estética en las artes gráficas. Don Bosco, Barcelona, 1973. Pp. 154.
- Ferrer Eulalio. Los lenguajes del color. Conaculta, México, 1999. Pp. 420.
- Fontcuberta Joan . Estética Fotográfica. Gustavo Gili, Barcelona, 2003. Pp. 288
- Freund Gisèle. La fotografía como documento social. Edit. Gustavo Gili, México, 1993.
- Gage John. Color y cultura. La práctica y el significado del color de la antigüedad a la abstracción. Siruela, Londres. Pp. 193.
- González Reyna Susana. Géneros periodísticos- Periodismo de opinión y discurso. Edit. Trillas, México, 1999. Pp. 189.
- Guzmán Leal Roberto. Estética. Porrúa, México, 1999. Pp. 222
- Hickethier Alfred. El cubo de los colores. Edit. Noriega Limusa, México, 1991. Pp. 40.
- Instituto de investigaciones Estéticas. El color en el arte Mexicano. Problemas y métodos. Edit. UNAM, Del 20 al 22 de septiembre, 1994.



- Itten Johannes. El arte del color. Noriega, México, 1994. Pp.94.
- Küppers Harld . Fundamentos de la teoría del color. Gustavo Gili, España, 1978. Pp. 204.
- La magia del color. BCH, México, 1986. Pp. 122.
- Lynch Kevin. La imagen de la ciudad. Edit.Gustavo Gil, España, 1984. Pp. 227.
- Martínez Alberto José Luis. Redacción periodística (los estilos y los géneros en la prensa escrita). Edit. A.T.E., España, 1974. Pp.254.
- Munari Bruno. Diseño y Comunicación visual. Gustavo Gili, España, 185. Pp365.
- Ortiz Georgina. El significado de los colores. Trillas, México, 1992. Pp.279.
- Pacheco José Emilio. El Principio del placer. Era, México,1997. Pp.141.
- Pawlik Johannes. Teoría del color. Paidós estética, 1996. Pp. 154.
- Poniatowska Elena.Mexican Color. Edit. Stewart Tabori and Chang,Itlalia,1998.Pp.160
- Ramírez Juan Antonio. El arte de las vanguardias. Edit. Anaya, España, 1991. Pp. 95
- Reginald Roberts. Psicología del color. Yug, México,1999. Pp. 222.
- Schaff Adam. Introducción a la Semántica. Fondo de Cultura Económica, México.1978. Pp.402.
- Schmelkes Corina. Manual para presentación de anteproyectos e informes de investigación( tesis). Edsit. Harla, México, 1988. Pp.214.
- The American Institute of Graphic Arts. Color. Campion Papers, USA, 1974.
- UNAM. Teoría de la Publicidad. Guía de estudios. Conceptos teóricos y prácticos de la publicidad, México, 1997. Pp.201.
- W. M. Iving Jrs. La imagen impresa y conocimiento. Análisis de la imagen prefotográfica. Colección Comunicación Visual. Edit. Gustavo Gili. Barcelona, 1989. Pp. 233.
- Walker Melisa. Cómo escribir Trabajos de Investigación. Edit. Gedisa, España, 2000.Pp.473.
- Wittgenstein Ludwing. Observaciones sobre los colores. Edit. Paidós. México, 1994. Pp.62.
- Zylberbaum Grinberg Jacobo. Más allá de los lenguajes. Edit.Trillas, México, 1976. Pp. 151.

## Filmografía

### **CABEZA DE VACA**

Director: Nicolás Echeverría.

Productor: Rafael Cruz, Julio Solórzano y Jorge Sánchez.

Guión: Nicolás Echevarría y Guillermo Sheridan. Inspirada en el libro “Naufragios” de Alvar Núñez Cabeza de Vaca.

Fotografía: Guillermo Navarro.

Reparto: Juan Diego, Daniel Jiménez Cacho, Roberto Sosa, Carlos Castañón, Roberto Cobo.

Productora: Instituto Mexicano De Cinematografía ( IMCINE), Fondo de Fomento a la Calidad Cinematográfica, Iguana Producciones.

México, 1990.

112 min.

### **DANZA CON LOBOS**

Director: Kevin Costner.

Producción: Kevin Costner.

Reparto: Kevin Costner, Maury Chaykin, Mary McDonnell, Graham Greene.

EEUU, 1990.

220 min.

### **BETTY BLUE**

Director: Jean-Jacques Beineix.

Guión: Philippe Djian.

Fotografía: Jean-Francois Robin.

Reparto: Jean-Hugues Anglade, Beatrice Dalle.

Francia, 1986.

117 min.

### **LA ALDEA**

Director: M. Night Shyamalan.

Productor: M. Night Shyamalan, Sam Mercer, Scott Rudin.

Guión: M. Night Shyamalan.

Fotografía: Roger Deakins.

Reparto: Joaquin Phoenix, Bryce Dallas Howard, Adrien Brody.

Productora: Coproducción Hong-Kong/China.

EEUU, 2004.

109 min.

**RAY**

Director: Taylor Hackford.  
 Productor: Taylor Hackford.  
 Guión: Taylor Hackford.  
 Fotografía: .Pawel Edelman.  
 Reparto: Jamie Fox, Kerry Washington.  
 EEUU, 2004.  
 152 min.

**HÉROE**

Director: Zhang Yimou.  
 Productor: Zhang Yimou.  
 Guión: Zhang Yimou, Feng Li, Bin Wang.  
 Fotografía: Christopher Doyle.  
 Reparto: Jet Li, Tony Leing Chio Wai.  
 Productora: Coproducción Hong-Kong/ China.  
 China, Hong Kong, 2002.  
 107 min.

**LA CASA DE LAS ESPADAS**

Director: Zhang Yimou.  
 Guión: Zhang Yimon, Feng Li, Bin Wang.  
 Fotografía: Zhao Xiaoding.  
 Reparto: Jet Li, Tony Leiung, Maggie Cheung, Zhang Ziyl.  
 Productora: coproducción China/ Hong-Kong; Edkofilms.  
 China, Hong Kong, 2004.  
 119 min

**CAMINO A CASA**

Director: Zhang Yimou.  
 Guión: Shi Bao.  
 Fotografía: Yong Hou.  
 Reparto: Zhang Ziyi, Honglei Sun.  
 Productora: Guangxi Films Studios, distribuida por Columbia Pictures.  
 China, Hong Kong, 2004.  
 119 min.

**EL VIOLIN ROJO**

Director: Francois Girard.

Guión: Don McKellar y Francois Girard.

Fotografía: Alain Dostic.

Reperto: Samuel L. Jackson, Greta Seacchi.

Productora: Newe Line International Releasing/Channel Four Films/ Telefilm Canada  
Canada, 1998.

130 min.

**EL HOMBRE DEL ZAPATO ROJO**

Director: Stan Dragoti.

Guión: Robert Klane.

Fotografía: Richard H. Kline.

Reperto: Tom Hanks, Lori Singer.

Productora: 20th Century Fox.

EEUU, 1985.

96 min.

**LA MUJER DE ROJO**

Director: Gene Wilder.

Guión: Gene Wilder, Jean-Loup Dabadie y Robert Yves.

Fotografía: Fred Schuler.

Reperto: Gen Wilder, Kelly Le Brook

Productora: Metro Goldewyn-Mayer.

EEUU, 1984.

87 min.

**LA CIUDAD DEL PECADO**

Director: Robert Rodríguez y Frank Miller.

Guión: Frank Miller y Robert Rodríguez.

Fotografía: Robert Rodríguez.

Reperto: Bruce Willis, Mickey Rourke.

Productora: Dimension Films.

EEUU, 2005.

124 min.

**FRIDA KAHLO**

Director: Julie Taymor.  
Guión: Clancy Sigal, Diane Lake y Gregory Nava.  
Fotografía: Rodrigo Prieto.  
Reparto: Salma Hayek y Alfredo Molina.  
Productora: Miramax.  
EEUU, 2002.  
120 min.

**EI GLOBO ROJO.**

Director: Albert Lamorisse.  
Guión: Albert Lamorisse.  
Fotografía: Edmond Séchan.  
Reparto: Pascal Lamorisse, Sabine Lamorisse.  
Productora: Films Montsouris.  
Francia, 1955.  
136 min.

**CHARLIE Y LA FABRICA DE CHOCOLATES**

Director: Tim Burton.  
Guión: John August, basada en la novela de Roald Dahl.  
Fotografía: Philippe Rousselot.  
Reparto: Johnny Depp, Freddie Highmore.  
Productora: Warner BROS Pictures/Village Roadshow Pictures.  
EEUU/ Reino Unido, 2005.  
116 min.

**BELLEZA AMERICANA**

Director: Sam Mendes.  
Guión: Alan Ball.  
Fotografía: Conrad May.  
Reparto: Kevin Spacey, Annette Bening.  
Productora: Dream Works Pictures.  
EEUU, 1999.  
90min.

**LA LISTA DE SCHINDLER**

Director: Steven Spielberg.  
Guión: Steven Zaillian.  
Fotografía: Janusz Kaminski.  
Reparto: Liam Neeson, Ben Kingsley.  
Productora: Universal Pictures.  
EEUU, 1993.  
90 min.

**LA ISLA**

Director: Michael Bay.  
Guión: Caspian tredwell-Owen.  
Fotografía: Mauro Fiore.  
Reparto: Ewan McGregor y Scarlett Johansson.  
Productora: Dream works Pictures/Warner Bros.  
EEUU, 2005.  
127 min.

**KILL BIL -VOLUMEN I**

Director: Quentin Tarantino.  
Guión: Quentin Tarantino.  
Fotografía: Robert Richarson.  
Reparto: Uman Thurman, David Carradine.  
Productora: Miramax Films / A Band Apart.  
EEUU, 2003.  
110 min.

**KILL BIL -VOLUMEN II**

Director: Quentin Tarantino.  
Guión: Quentin Tarantino.  
Fotografía: Robert Richarson.  
Reparto: Uman Thurman, David Carradine.  
Productora: Miramax Films / A Band Apart.  
EEUU, 2004.  
137 min.

**TRES COLORES: AZUL**

Director: Krzysztof Kieslowski.  
Guión: Krzysztof Kieslowski y Krzysztof Piesiewicz.  
Fotografía: Slawonir Idziak.  
Reparto: Juliette Binoche, Benoit Régent.  
Productora: Coproducción Polonia-Francia.  
Polonia-Francia, 1993.  
98 min.

**TRES COLORES: BLANCO**

Director: Krzysztof Kieslowski.  
Guión: Krzysztof Kieslowski y Krzysztof Piesiewicz.  
Fotografía: Edward Klosinoki.  
Reparto: Zbigniew Zamachowski y Julie Delpy.  
Productora: Coproducción Polonia-Francia; MK2 Productions/CED Productions/France-Cinema/CAB Productions.  
Polonia-Francia, 1994  
92 min.

**TRES COLORES: ROJO**

Director: Krzysztof Kieslowski.  
Guión: Krzysztof Kieslowski y Krzysztof Piesiewicz.  
Fotografía: Piotr Sobocinski.  
Reparto: Riere Jacob y Jean-Louis Trintignant.  
Productora: Coproducción Polonia-Francia/Suiza.  
Polonia-Francia, 1994.  
99 min.

## Otros Eventos

### Exposiciones Fotográficas

- Joe Grant, **Africa**, Moneda 13, Centro Histórico, 8 de Febrero de 2005.
- Jesús Agustín Martínez García, **Fiat Lux**, Galería Nacho López, Casa del Lago, 13 de Agosto de 2004.
- Silvia L. Sade, **Ángeles y Demonios del Jardín del Edén**, Centro Cultural José Martí, Reforma, Centro Histórico, 21 de septiembre del 2005.

### Exposiciones de Pintura

- Hermenegildo Sosa, **De la Vida y del Color**, Galería del Lago, Sala A,B,C, Casa del Lago, 13 de Agosto del 2004.
- Justina Fuentes, Chispín Vayadares, **Dos Colores Dos Aromas**, Galería Lourdes Chumacero Arte Contemporáneo, Estocolmo 34, Zona Rosa, 4 de mayo de 2005.

### Obras de Teatro

- Federico González Compeán, Morris Gilbert, **José el Soñador**, dir. Richard Stafford, con Mauricio Salas, Teatro 2, Centro Cultural Telmex, Av Chapultepec, Roma Sur, 28 de agosto de 2004.



# ANEXO I

## Cuadro Comparativo Los Significados del color

En la Psicología experimental	En la Psicología	En la Publicidad	En la Cultura Occidental	El color Simbólico	El color Esquemático	El color como propiedad curativa
<p><b>BLANCO:</b></p> <p>Síntesis de todos los colores, en sentido positivo significa perfección, pureza, verdad, inocencia, gloria, integridad, firmeza, obediencia, elocuencia, iniciación, perdón. En sentido negativo puede representar frialdad, poca vitalidad, vacío, ausencia.</p> <p><i>El algunos países orientales el blanco es color de luto. En la naturaleza es el color de la nieve, de los lirios, de los pulcros cisnes. Es el color preferido por los decoradores porque da luminosidad y favorece la integración de cosas muy diversas.</i></p>	<p><b>BLANCO:</b></p> <p>Paz, ligero, virtud, inocencia, bondad, salud.</p>	<p><b>BLANCO:</b></p> <p>Connotación de pureza de los ingredientes de alimentos y bebidas; <i>productos infantiles.</i></p>	<p><b>BLANCO:</b></p> <p>Pureza, limpieza, luminosidad, vacío.</p>		<p><b>BLANCO O PLATA:</b></p> <p>La prudencia, la inocencia, la verdad, la esperanza y la felicidad.</p>	
<p><b>GRIS:</b></p> <p>Color del plomo, del tiempo lluvioso, de las rocas.</p>	<p><b>GRIS:</b></p> <p>Triste, fatiga.</p>	<p><b>GRIS:</b></p> <p>Preferido por centros hospitalarios, de investigación científica e instituciones académicas. <i>Es el color de la cultura.</i></p>		<p><b>GRIS:</b></p> <p>Manifiesta una personalidad que tiene miedo de comprometerse en cualquier aspecto, de dar o recibir. Gran habilidad para los negocios. En decoración se utiliza para minimizar</p>		



<p>Color de la Naturaleza en primavera. Significa esperanza, fe, respeto, servicio, amistad. Pero también angustia y ansiedad. Al veneno se le acostumbra a representar de color verde.</p>	Esperanza	<p>Connotación de frescura y característica publicitaria de los productos de origen vegetal, jabones, cremas y artículos naturistas. <i>Es el color de los nuevos productos ecológicos.</i></p>	<p>Naturaleza, frescor, vegetación, salud, los verdes azules son los favoritos de los consumidores.</p>	<p>Identifica a la firmeza, perseverancia y determinación. Quien gusta el verde es muy selectivo en sus gustos. Sentido el equilibrio y rapidez o de acción y pensamiento; tendencia a imponerse. El verde dinamiza un espacio y le da un aire de frescura y vitalidad.</p>	<p>El honor, la cortesía, el civismo, la esperanza, y el vigor.</p>	<p>Es el color de la armonía y el equilibrio. Es bueno para los nervios cansados y ayuda en la zona del corazón. Equilibra las emociones y produce sensación de tranquilidad. El verde es un buen color curativo en general, ya que estimula el crecimiento.</p>
<p><b>ROSADO.</b> Crea clima festivo</p>	<p><b>ROSA:</b> Femenino</p>	<p><b>ROSA:</b> Preferido por jabones de tocador, ropa, cosméticos y centros musicales. <i>Es un color eminentemente femenino</i></p>	<p><b>PÚRPURA:</b> Riqueza, realeza, sofisticación Inteligencia</p>		<p><b>PÚRPURA:</b> Representa la fe, la devoción, y la templanza</p>	
<p><b>NARANJA:</b> El más generoso de los colores y punto de equilibrio entre la libido y el espíritu. Significa confianza en sí mismo, vigor, estímulo vital. Pero también puede significar tentación lujuriosa, orgullo, ambición.</p>		<p><b>NARANJA:</b> Preferido para la maquinaria pesada, artículos de playa, alimentos y bebidas. Es el de los restaurantes de comida rápida, por ser <i>un color que estimula el apetito y mueve más rápido al consumidor.</i></p>		<p><b>NARANJA:</b> Personalidad alegre e impulsiva. Tendencia a dejar las cosas inconclusas. Hay que saber emplearlo porque es un color muy agresivo. Utilizándolo adecuadamente en un ante comedor o cocina estimula el apetito.</p>	<p><b>NARANJA:</b> Inestabilidad, disimulo e hipocresía</p>	<p><b>NARANJA:</b> También es un color de energía. Se utiliza para aumentar la inmunidad y la potencia sexual, así como ayudar en todos los casos de enfermedades digestivas y de enfermedades del pecho y los riñones.</p>
<p><b>AMARILLO:</b> Color del sol y del oro, significa luz, inteligencia, constancia, nobleza. Pero también envidia, avaricia, hipocresía</p>			<p><b>AMARILLO:</b> Calidez, el sol para muchas culturas, brillo, alegría si esta un poco saturado.</p>	<p><b>AMARILLO:</b> Altos valores, gran intuición, pensamiento lógico. El amarillo es muy magnético. Es recomendado para bibliotecas, oficinas y cocinas.</p>	<p><b>DORADO:</b> La sabiduría, el amor, la fe, virtud y constancia.</p>	<p><b>AMARILLO:</b> Es el color del intelecto y se utiliza para estimulación mental. Se dice que ayuda a pensar con mayor rapidez y que puede curar la dermatitis y otros</p>

						problemas de la piel.
<p><b>NEGRO:</b></p> <p>Negación de todos los colores, simboliza la noche, la nada, el abismo, las tinieblas. Significa rigor, prudencia, honestidad, seriedad, elegancia. Pero también tristeza, luto, inconsciencia, odio.</p>	<p><b>NEGRO:</b></p> <p>Muerte, feo, noche, profundo, pesado, miedo.</p>		<p><b>NEGRO:</b></p> <p>Sofisticación, elegancia, poder, rebelión.</p>	<p><b>NEGRO:</b></p> <p>Simboliza la prudencia. Señala una personalidad que piense muy bien de sí misma; gusto por la soledad, el estudio y la meditación. Es el color de la elegancia. Si predomina en un espacio lo torna deprimente, pero si se combina hábilmente produce atmósferas muy dramáticas.</p>	<p><b>NEGRO:</b></p> <p>Luto, la aflicción</p>	
<p>Como el <b>MARRÓN</b>, el beige es un color neutro que evoca un poder suave y sutil, el recuerdo de la infancia. Su significado es mucho más favorable cuando aparece limpio y claro que cuando es sucio y oscuro. Significa sensatez, experiencia, sentido común, justa medida entre mentalidad y emotividad, entre actividad y pasividad. Pero puede significar depresión, indiferencia, astucia y engaño. Las hojas secas al marchitarse adquieren el color beige</p>		<p><b>MARRÓN:</b></p> <p>Idóneo para anunciar automóviles, lociones para hombre, artículos deportivos. En la variación del café es preferido por la ropa sobria y elegante, y producto de alto precio.</p>		<p><b>CAFÉ:</b></p> <p>Indica la sensibilidad. Una personalidad realista y trabajadora, gran poder de concentración. Conexión a la tierra.</p>	<p><b>MARRÓN:</b></p> <p>Penitencia, pena, la traición y la humanidad.</p>	
<p><b>VIOLETA:</b></p> <p>Abarca los matices conocidos como añil, índigo, violeta, lila y morado.</p>		<p><b>LILA:</b></p> <p>Equivale al color de la orquídea y sugiere sensibilidad, amor platónico.</p>				

<p>Significa humildad, retiro, recogimiento, religiosidad, tolerancia, intuición, sabiduría, temperancia. Pero también nostalgia, melancolía, conformismo, soledad extrema. Color propio de los arrepentidos, penitentes, deprimidos, así como de personas de débil vitalidad, frioleras, viejas antes de tiempo.</p>		<p>Preferido por vendedores de flores, salones de belleza, tiendas de regalos. <i>Es el color de lo Unisex</i></p>				
<p><b>ESCARLATA:</b> Abarca los matices conocidos como carmín, carmesí, escarlata y púrpura. Significa grandeza, dignidad, sabiduría. Pero también indignación, dogmatismo, egoísmo.</p>						

Fuente:

- 1.- <http://iteso.mx/~dn44589/index.htm>.
- 2.- Eulalio Ferrer. Los lenguajes del color. Fondo de cultura económica. México,1999. Pág. 379.
- 3.- Ibidem. Pág.79.
- 4.- La revista digital de InfoVis.net. Del libro “Color Harmony for the Web” de Cailin Boyle extraemos algunos de los significados atribuidos al color en la cultura occidental.
- 5.- Desde la perspectiva de una decoradora Claudia Kada. Extraído del suplemento Compras de La Nación.
- 6.- <http://www.newsartesvisuales.com/funda/color10.htm>.
- 7.- [http://www.m-real.com/v2/press\\_club/b\\_colour\\_spanish\\_article\\_01.asp](http://www.m-real.com/v2/press_club/b_colour_spanish_article_01.asp).

## ANEXO II FOTOGRAFÍAS

### Coloreando la vida



**¡Buenos Aires!**



**La Perfecta Ola Azul**



**¡Por Fin ¡**



**Arco iris**



**Adán y Eva 1**



**Adán y Eva 2**



**Brasil**



**Centinela del mar**



**Chamuco**



**Cohete Blanco**



**Convexa**



**Espejos de papel**



**Esperando al Sol**



**Geometría multicolor**



**Jugando a la memoria**



**La Barby**





**La Vida**



**Lealtad**



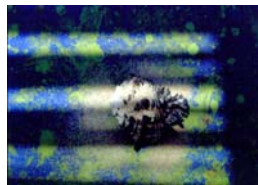
**Sombra en cuatro colores**



**Rey de Oro**



**Los tres mosqueteros**



**Madre tierra**



**Magia**



**Mujer de flor**



**Nubes de cera**



**Oaxaca**



**Ojo morado**



**Olvido**



**Pedazos de azul**



**Pequeño gigante**



**Piedras del pasado**



**Puerta de papel**



**Rosas de azúcar**



**Sirena dorada**



**Soldadito de arena**



**Sombra de arena**



**Tango en colores**



**Tres colores**



**Verdeazul**



**Viento en Marquelia**



**Risas de Colores**



**La Espera**