

2022

# ARTES VISUALES



## PSICOLOGÍA DEL COLOR

Prof.: Paola Güell / Tercer año.

# iholiday!



PANTONE®  
CAPRIAN RED



PANTONE®  
GOLDEN ROSE



PANTONE®  
PINK



PANTONE®  
PERUVIAN LILY WHITE



PANTONE®  
LARKSPUR PURPLE



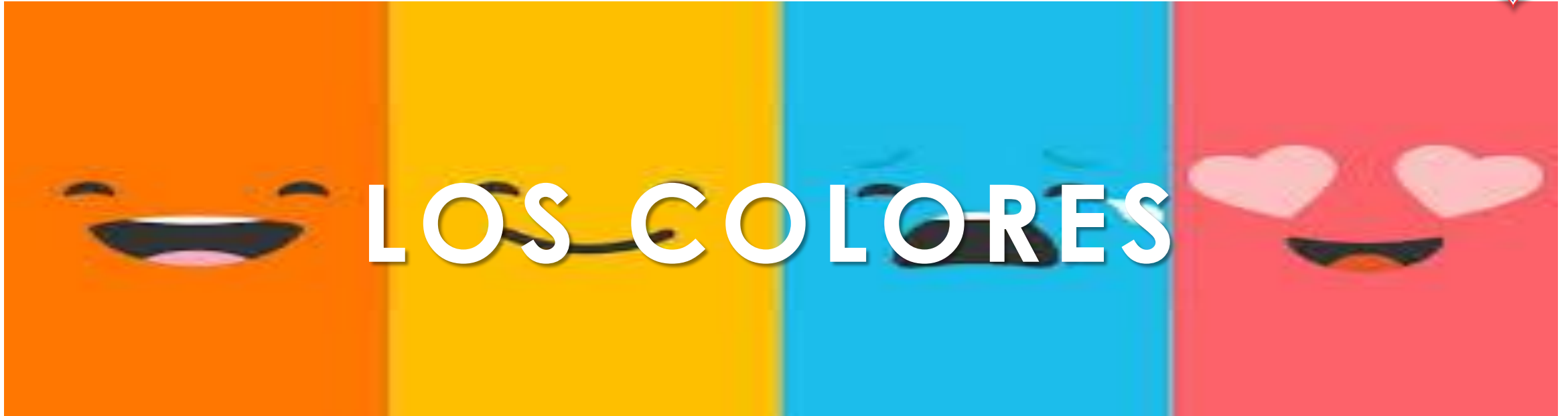
PANTONE®  
RANUNCULUS ORANGE

- **Eje temático: LA HISTORIA DEL ARTE**
- **Capacidad General:** Pensamiento crítico, comunicación, responsabilidad y compromiso.
- **Capacidad específica:** Propiciar la interacción en un clima de cooperación, disfrute, creatividad, técnicas de improvisación y expresión. Resolver de forma creativa la manera de comunicarse y dar a conocer el mensaje. Manipulación y buen manejo de los colores y su psicología.
- **Criterios de evaluación:** Interpretación de consignas. Compromiso y cumplimiento. Utilización de diversos recursos. Resultado final.

# PSICOLOGÍA DEL COLOR

TERCER AÑO / ARTES VISUALES

# BIENVENIDOS A LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



INFLUYEN EN NUESTRAS  
EMOCIONES Y ESTADO DE  
ÁNIMO.

ESTÁN PRESENTES TODO EL  
TIEMPO EN NUESTRA VIDA  
COTIDIANA.

NOS COMUNICAMOS A  
TRAVÉS DE ELLOS.



# ¿QUÉ ES LA PSICOLOGÍA DEL COLOR?

La **psicología del color** es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos.

Hay ciertos aspectos subjetivos en la psicología del color, por lo que **no hay que olvidar que pueden existir ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas.**

# COMO VIMOS EN LA GUÍA ANTERIOR...

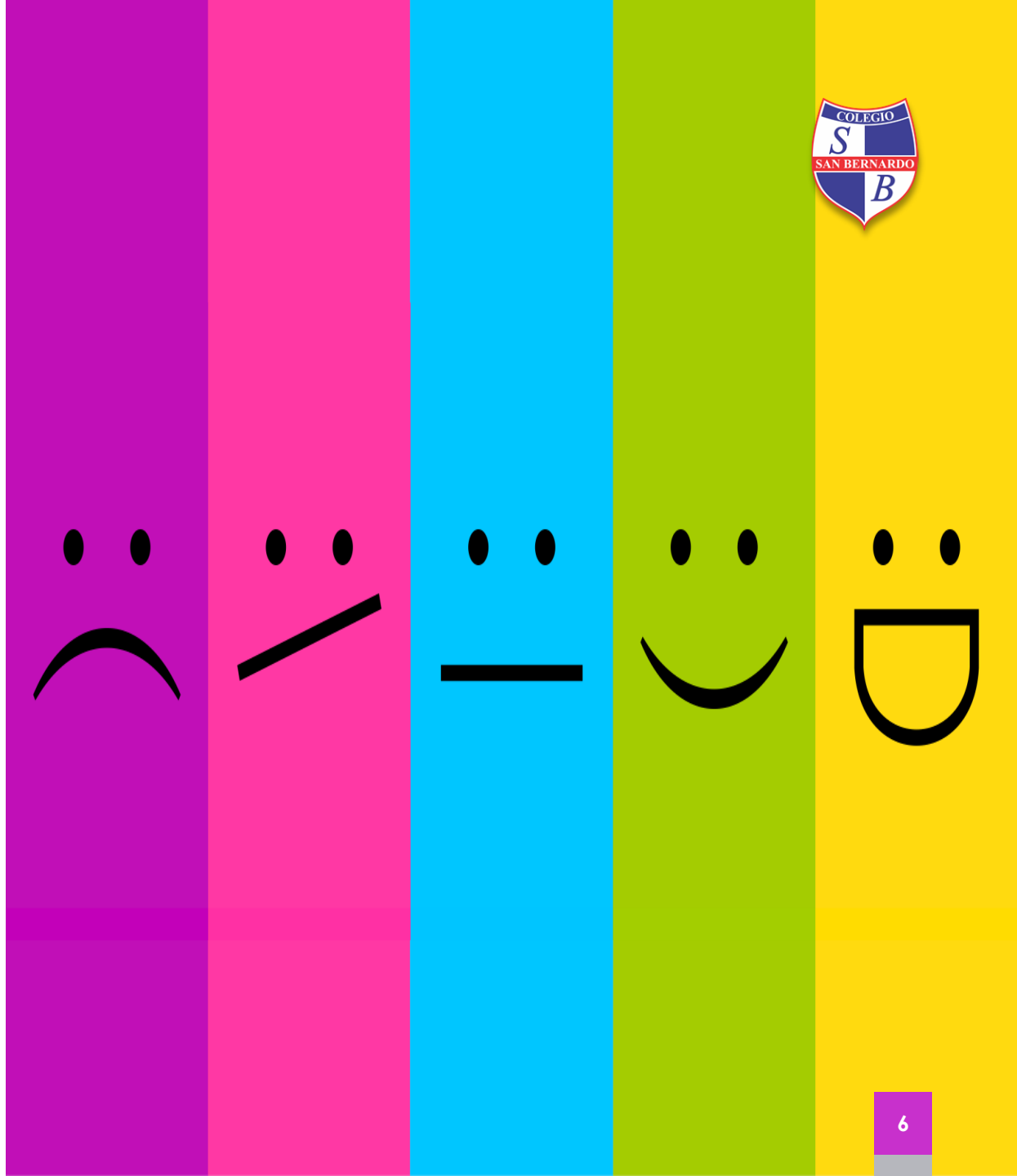
## EL COLOR

Existen un sinnúmero de variedades de colores. Cómo ya vimos, cada color con sus combinaciones y gamas están regulados por ciertas reglas que los agrupan y ordenan (TEORÍA DEL COLOR).

A esto le sumamos que cada color tiene un significado, trasmite, expresa, comunica y siempre cumple una función, ya sea en una marca, en un producto, en un cartel, en una nota escrita, en la vestimenta misma, en una publicidad y en la situación que se nos ocurra el color está cumpliendo una función.

## NOSOTROS PENSAMOS EN COLORES.

A través de los colores podemos: **EXPRESAR NUESTRAS EMOCIONES, DAR ORDENES, TRANSMITIR SENSACIONES, ENVIAR MENSAJES, en fin... COMUNICAR**





*Para demostrar que pensamos en colores y reconocemos colores...*

## ¿Hacemos un **ejercicio mental**?

A continuación verán una selección de logos de marcas súper reconocidas mundialmente.

Luego de observar detenidamente cada marca que aparece respóndanse a ustedes mismos **¿pudieron notar algo raro en ellas? ¿algo distinto?**

# LOGOS DE MARCAS RECONOCIDOS MUNDIALMENTE



*Coca-Cola*

NETFLIX

Google





# ¿PUDIERON NOTARLO?

## ¿QUÉ TIENEN DE DISTINTO?

¡Cada una de las diferentes marcas se encuentran con un color muy distinto al original! ¿Podrían reconocer el color de cada una?

**¡AHORA SÍ!** ¿Ven cuando incluso el color es una marca registrada de la empresa y posiblemente es una de las atributos que primero recordamos de los logos?



*Coca-Cola*

NETFLIX

Google





# CADA COLOR TRASMITE DISTINTO

Cada color, aunque depende en gran medida de nuestra percepción y vivencia personal, tiene conceptos directamente relacionados que nos ayudan a poder expresarnos.

**A continuación veremos algunos significados de los colores, que transmiten y que marcas los usan.**

# ¿Coinciden?

ROJO	AZUL	VERDE	AMARILLO	NARANJA	VIOLETA	ROSA	MARRÓN	GRIS	NEGRO
DINAMISMO CALIDEZ AGRESIVO PASIÓN ENERGÍA PELIGRO	PROFESIONAL SERIEDAD INTEGRIDAD SINCERIDAD CALMA INFINITO	NATURALEZA ÉTICA CRECIMIENTO FRESCURA SERENIDAD ORGÁNICO	CALIDEZ AMABILIDAD POSITIVIDAD ESTIMULANTE ALEGRÍA LUMINOSO	INNOVACIÓN MODERNIDAD JUVENTUD DIVERSIÓN ACCESIBILIDAD VITALIDAD	LUJO REALEZA SABIDURÍA DIGNIDAD MISTERIO ESPIRITUAL	DIVERSIÓN PRESUMIDO INOCENCIA FEMENINO DELICADEZA ROMÁNTICO	MASCULINO RURAL NATURAL TIERRA SIMPLICIDAD RÚSTICO	AUTORIDAD OPACIDAD SENCILLEZ RESPETO NEUTRAL HUMILDAD	PODER SOFISTICADO PRESTIGIO VALOR ATEMPORAL MUERTE
  	  	  	  	  	  	  	  	  	  

# DEFINICIÓN

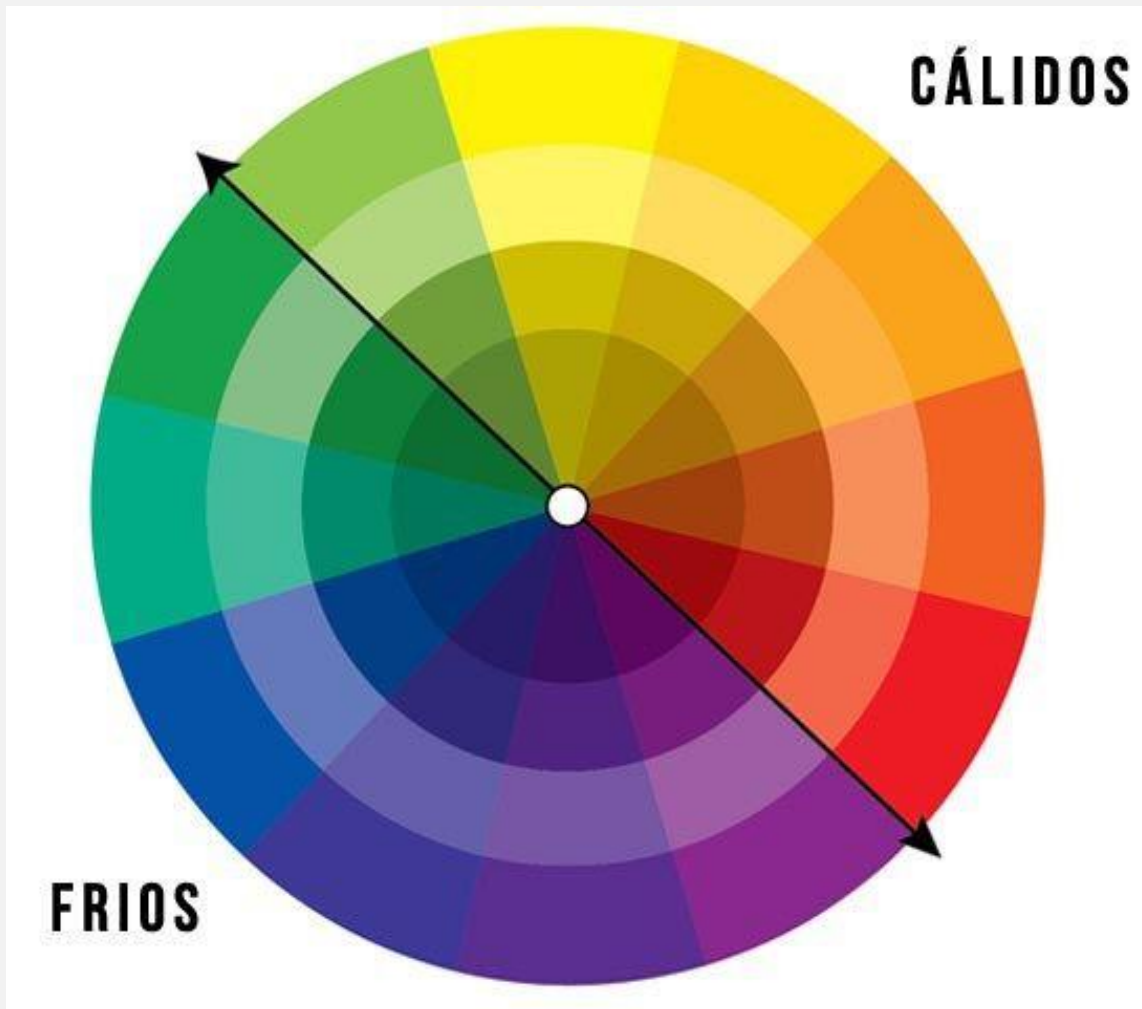


*Para saber utilizar bien los colores y que estos nos ayuden a expresarnos o transmitir tenemos que tener bien en claro su clasificación.*

## **¡LLEGAMOS A LOS COLORES CÁLIDOS Y FRÍOS!**

La distinción entre color cálido y frío, también llamada temperatura del color, apareció en la teoría del color a partir del siglo XVIII en el análisis de las pinturas para definir el efecto que provocaban determinados colores en el espectador.

Ésta es la paleta de colores que ya conocemos solo que ahora la veremos agrupando los colores fríos y cálidos.



La paleta de colores está compuesta por los colores primarios, secundarios y terciarios como vimos en la GUÍA 7. En esta guía agruparemos esos modelos de color solo en dos grupos: COLORES FRÍOS Y COLORES CÁLIDOS.



# ¿QUÉ TRANSMITEN LOS COLORES FRÍOS?

los azules, verdes y violetas.

Los colores fríos, también llamados colores pasivos por sus efectos, son aquellos con una sensación térmica subjetiva de baja temperatura. Los colores fríos contrastan y complementan los colores cálidos.

En cuanto a su efecto psicológico, se dice que los colores fríos transmiten tranquilidad y reposo, frescor, tristeza y poca intimidad.

Tradicionalmente también se afirma que afectan al modo en que son percibidos. Se dice de los colores fríos llaman menos la atención del espectador, que son pasivos y parecen retroceder y dar sensación de mayor distancia y amplitud.

# ¿QUÉ TRANSMITEN LOS COLORES CÁLIDOS?

**amarillos, naranjas, rojos, marrones, dorados y verdes más amarillentos.**

Los colores cálidos, también llamados colores activos por sus efectos, son aquellos con una sensación térmica subjetiva de calor. Los colores cálidos contrastan y complementan los colores fríos. Se asocia lo cálido y lo seco con lo animado, el esfuerzo, el ardor y el rubor. En cuanto a su efecto psicológico, se dice que los colores cálidos estimulan la actividad y la energía del espectador, transmiten calor, alegría y confort.

Tradicionalmente también se afirma que afectan al modo en que son percibidos. Se dice de los colores cálidos que llaman más la atención del espectador, que son dinámicos y parecen extenderse y acercarse.



¡A TRABAJAR!

AHORA QUE YA APRENDIERON TODOOOOO...