

Primarios

Rojo-amarillo-azul.

A partir de estos nacen los demás. No se pueden obtener mezclando otros colores.

SECUNDARIOS

Naranja-verde-violeta.

Son el resultado de dos colores primarios mezclados.

TERCIARIOS

Es la mezcla de un color primario con uno secundario.

TONO (Hue).

Tonos son todos los colores del círculo cromático, primarios, secundarios e intermedios



VALOR.

Cuando a cada uno de los colores o tonos del círculo cromático los mezclamos con blanco (TINTES) para ganar luminosidad o con el negro para oscurecerlo (SOMBRAS), lo que estamos realizando es un cambio de valor. Entre más diferencia de valor exista entre un objeto y su fondo, mejor contraste.



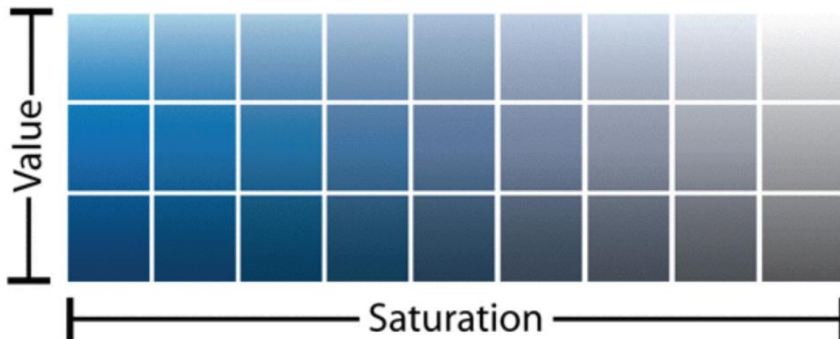


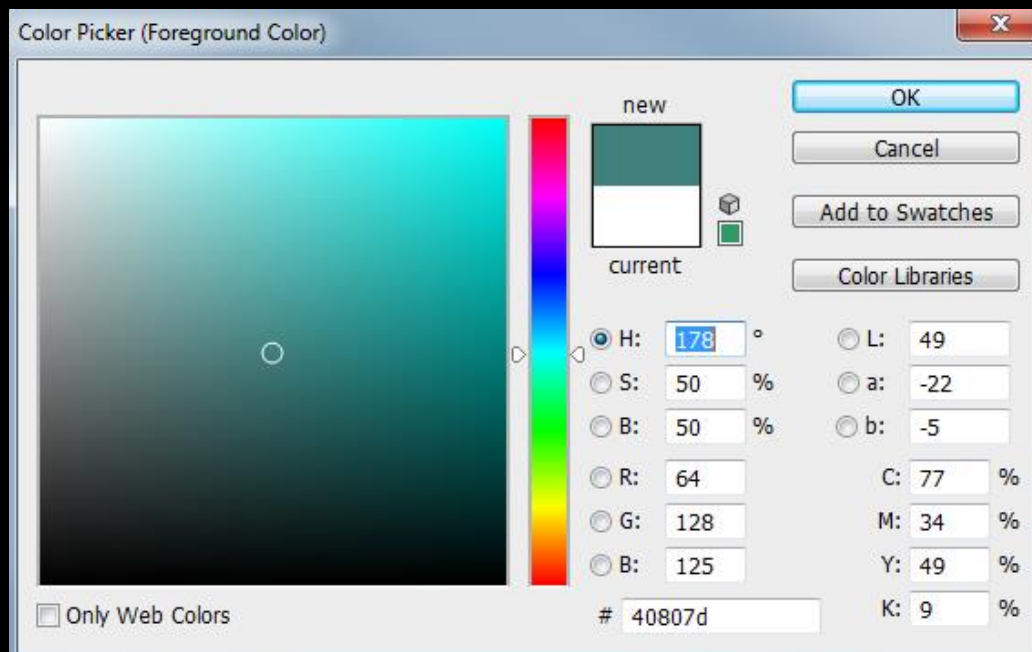
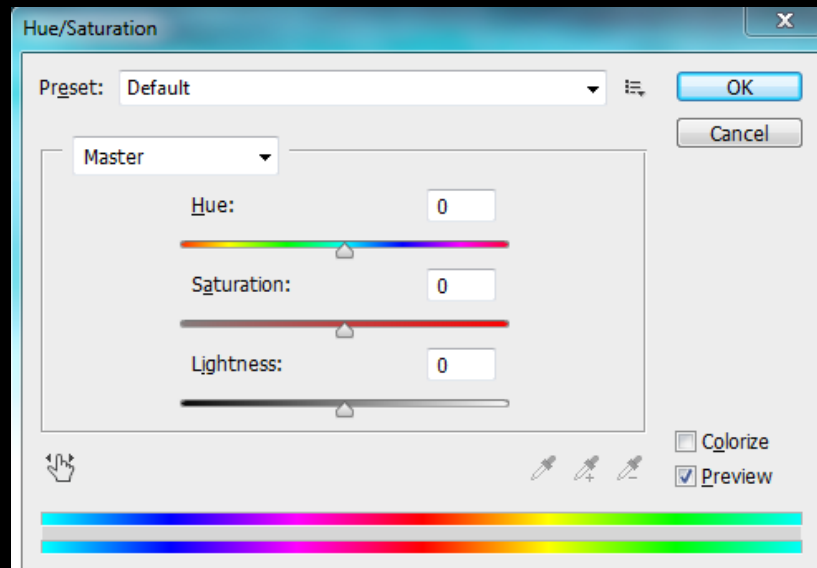
SATURACION.

La intensidad cromática o pureza de un color.

Cuando un color pertenece al círculo cromático se dice que está saturado, que tiene el máximo poder de coloración. Pero no siempre nos encontramos los colores puros, sino que se suelen ver compuestos por mezclas complejas, con cantidades desiguales de colores primarios. Para cambiar la saturación de un color hay que mezclarlo con su complementario y, así, se obtiene la escala de saturación o de grises.







Esquemas de Color

Combinaciones de color para composiciones efectivas.



Monochromatic



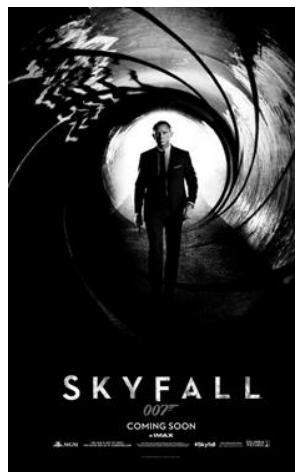
Analogous



Complementary

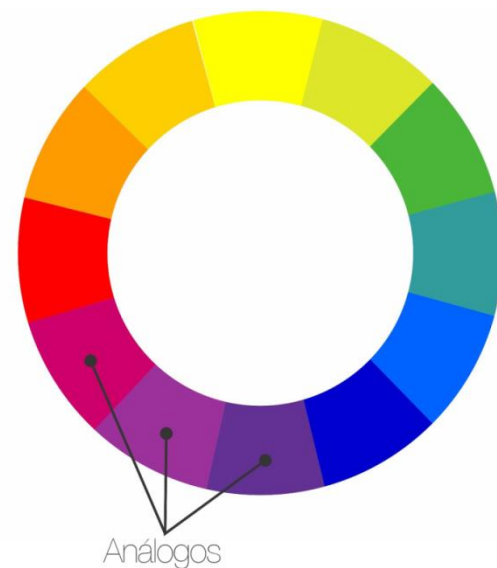
Acromático

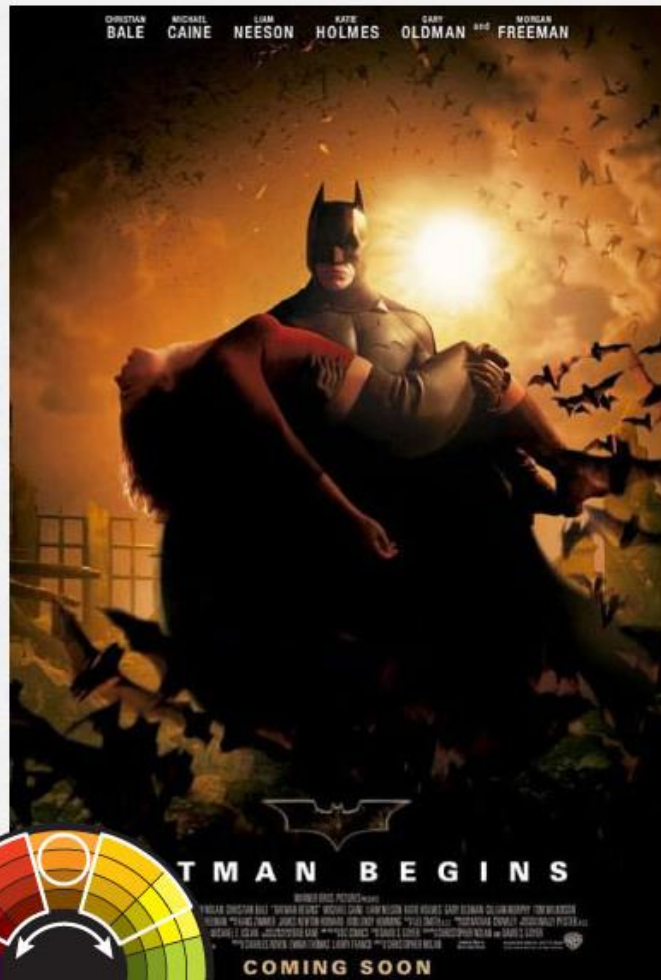
Sin color, utiliza sólo el negro, el blanco y el gris.
Se asocia con los conceptos de **elegancia, seriedad y formalidad**.



Análogo

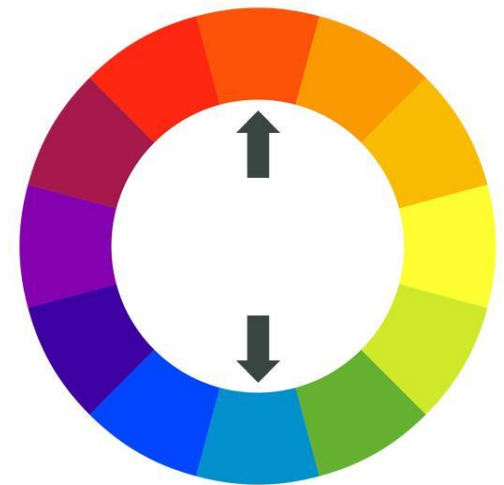
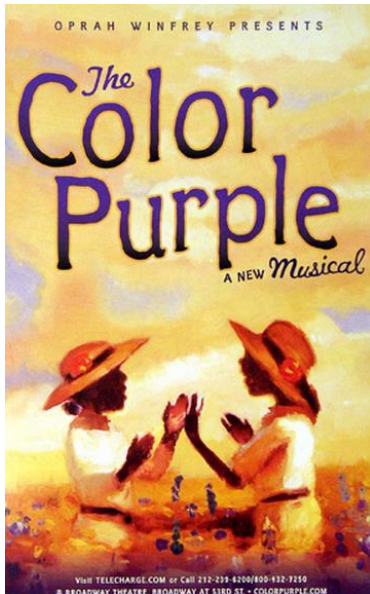
Son aquellos que se encuentran muy **próximos** en el **círculo de color**. Utiliza cualquiera de los dos tonos consecutivos o cualquiera de sus tintes y sombras del círculo cromático. Sensación de **armonía**.

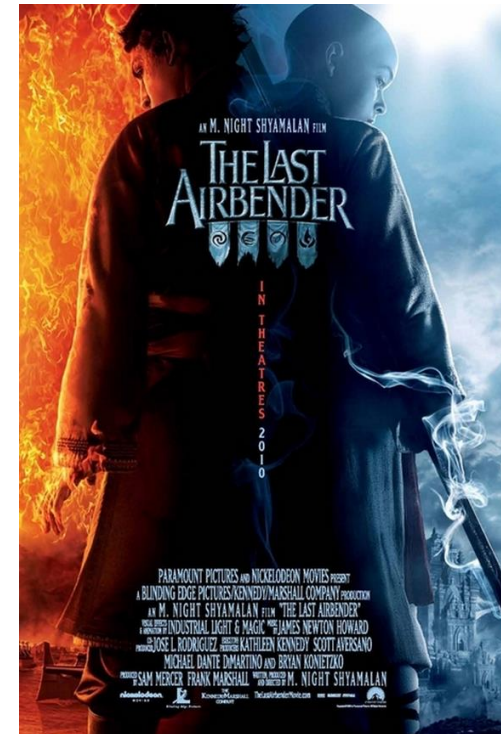




Complementario

Son aquellos que se encuentran **opuestos** en el círculo de color. Usados juntos producen el máximo contraste. Su efecto puede ser **llamativo** y hasta **agresivo**.

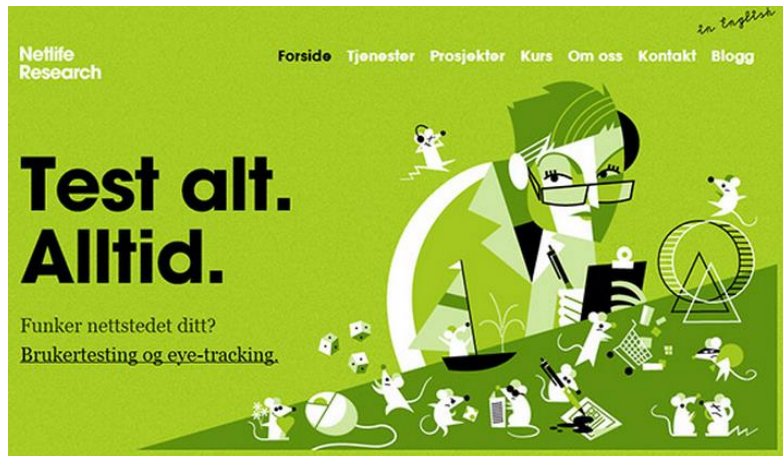




Monocromáticos

Utiliza **un** tono en combinación con cualquiera de sus tintes y sombras, sin presencia de otros colores.

Proyectan **estabilidad y unidad**. Puede llegar a ser una combinación **monótona**, pero se puede evitar utilizando colores con diferente luminosidad (más claros y más oscuros).



Triada

Paletas de color que usan un **trio de colores**.
Se seleccionan tres colores que se encuentren
espaciados uniformemente en el círculo.
Puede proyectar **sofisticación**.



Psicología del color



Dedicada a analizar los problemas emocionales y efectos en el comportamiento producido por los colores y las combinaciones de color.

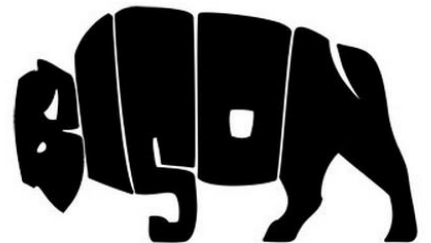
Los colores representan una conexión emocional con los sentidos, muy ligada a la cultura del individuo.

NEGRO

Elegancia, formalidad, poder.

El negro es, técnicamente, la ausencia de color.

Puede ser encontrado en muchos logotipos por su simplicidad y sofisticación. Puede hacer que los otros colores se vean más brillantes.



AZUL

Confianza, armonía, calma, limpieza.

También puede generar frialdad y depresión.

Es probablemente el color más popular en el diseño de logos.

Puede calmar a la gente pero también reducir el apetito.

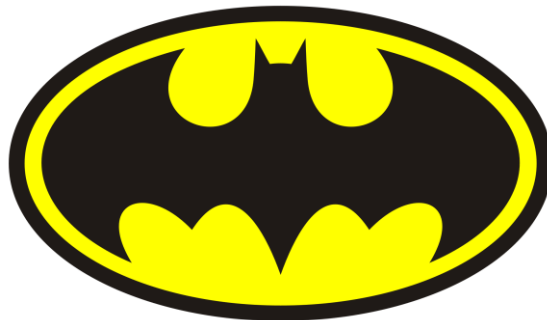


AMARILLO

Alegría, precaución, calidez, energía, inteligencia.

Pero también envidia y cobardía.

El amarillo es muy visible, razón por la cual puede ser encontrado en avisos de precaución y otras señales. Es utilizado muchas veces en el diseño de logotipos para captar atención.



VERDE

Vida, naturaleza, crecimiento, frescura y renovación.

Es un color tranquilo y relajante, pero también puede representar envidia y enfermedad. Puede ser encontrado comúnmente en compañías ecológicas o de giro tecnológico.



GRIS

Neutralidad, estabilidad, respeto, seriedad.

Es comúnmente utilizado en la tipografía dentro de los logos debido a su carácter neutro, que funciona bien con la mayoría de los otros colores.



ROJO

Energía, peligro, poder, pasión, agresividad.

Es un color intenso. Usualmente es utilizado en el diseño de logos como una manera para llamar la atención del observador y se conoce que puede llegar a incrementar la presión sanguínea o provocar hambre.

The Coca-Cola logo, featuring the brand name in its iconic white script font on a red background.

NARANJA

Creatividad, diversión, jovialidad, amistad.

Es más juguetón y juvenil que el rojo.

Puede ser encontrado comúnmente en logos que quieren representar diversión o estimular emociones e incluso apetitos.



BLANCO

Paz, pureza, seguridad, honestidad, limpieza.

Puede ser encontrado comúnmente en logotipos como
textos en negativo.



fiezeay™

LOGOMILK®

PÚRPURA

Realeza, creatividad, misterio, espiritualidad y sofisticación.

El púrpura puede ser encontrado en muchos logos relacionados con educación y productos lujosos.



ROSA

Inocencia, amor, feminidad y delicadeza.

El rosa puede ser encontrado en muchos logos relacionados con productos femeninos.

The Barbie logo is written in a stylized, cursive pink font.The logo features the word "PINK" in large, bold, pink block letters. Below it, "VICTORIA'S SECRET" is written in a smaller, black, sans-serif font.The logo consists of the words "GO PINK for the cure" in a pink, sans-serif font. A pink ribbon is artistically integrated into the design, looping around the word "PINK".

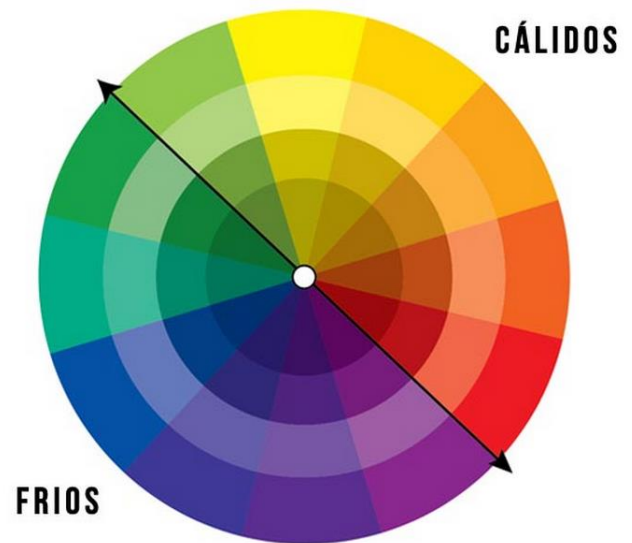
CAFÉ

Naturaleza, neutral, seriedad, sutileza, tranquilidad, rústico.



Temperatura del color

Colores cálidos y fríos





Colores Cálidos

Tienen un efecto estimulante y dan la impresión de que se adelantan de la superficie que los contiene. Esto provoca **sensación de cercanía. Son colores vitales, alegres y activos.**



Colores Fríos

Producen una acción relajante y un efecto de alejamiento, generando **sensación de distanciamiento**. Producen una impresión de **reposo y calma**, y utilizados solos pueden dar efecto de tristeza.

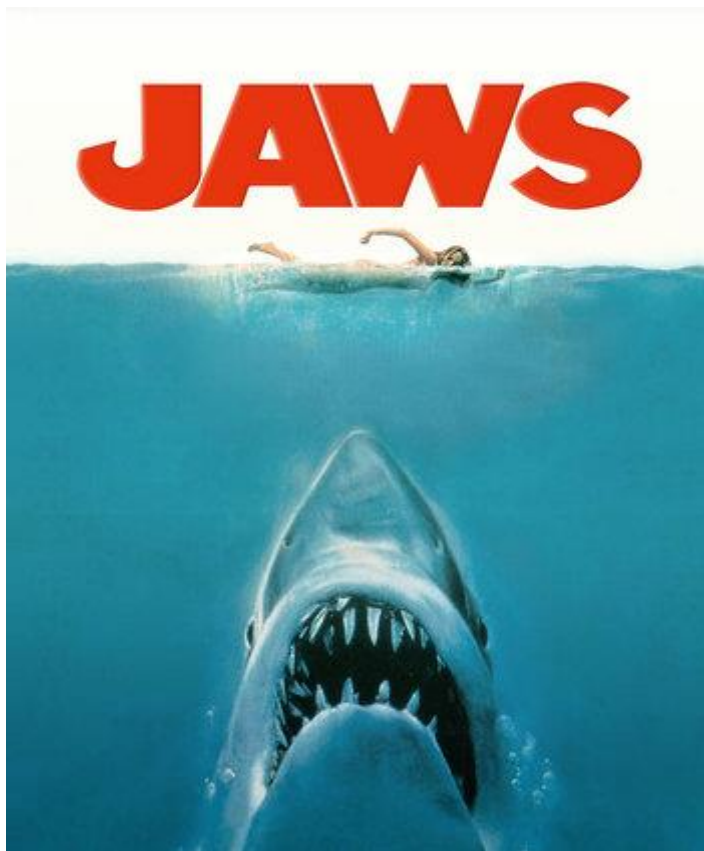
Lo que no se debe hacer



La mayoría (si no es que todas) las combinaciones de color son correctas.

Para que sean funcionales en nuestro diseño se tiene que tener en cuenta cual es el mensaje y sensaciones que se quieren proyectar.

Pero hay que saber cómo utilizar tales combinaciones:



Bien 😊

In this post I am showing you the worst color combination which you can choose for the articles in your web sites. Please use this colours everywhere else but not in your posts where the reader should read.

Mal 😞

In this post I am showing you the worst color combination which you can choose for the articles in your web sites. Please use this colours everywhere else but not in your posts where the reader should read.

In this post I am showing you the worst color combination which you can choose for the articles in your web sites. Please use this colours everywhere else but not in your posts where the reader should read.

In this post I am showing you the worst color combination which you can choose for the articles in your web sites. Please use this colours everywhere else but not in your posts where the reader should read.

Is this text difficult to read?

The red and gray have the same luminance value. This color combination creates a **chromostereopsis** effect.

Green can be problematic as well.

Blue and red are a poor choice...

Especially red on blue.

How carrots can be eaten

- Sliced, coated in oil, and roasted
- Grated carrots are used in carrot cakes



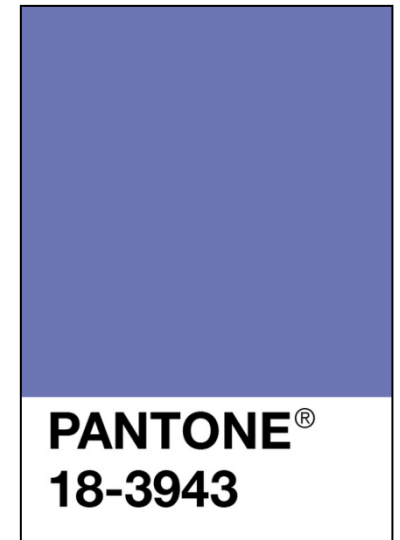
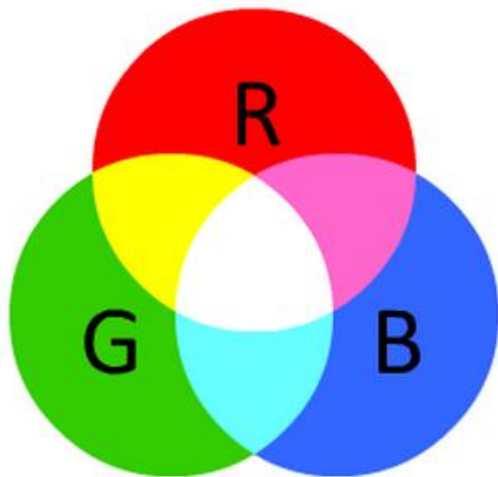
Existen combinaciones de color que se conocen como difíciles de manejar, pero funcionan sabiéndolas utilizar:

- Verde con azul
- Rosa con naranja
- Negro con café

Selección de modo de color

Las cosas que nosotros vemos en una pantalla (monitor) se generan a partir de luz, a diferencia de las cosas que vemos impresas que se obtienen a partir de pigmentos (tintas).

Esto significa que **es muy difícil que los colores que veamos en una pantalla sean iguales que los impresos o viceversa.**



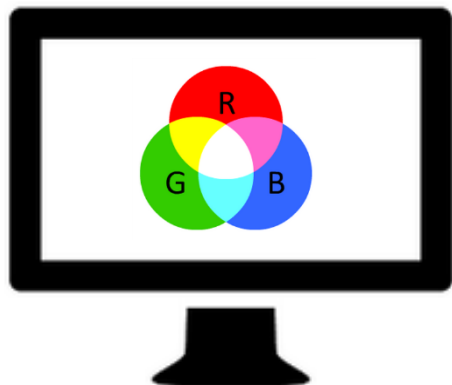
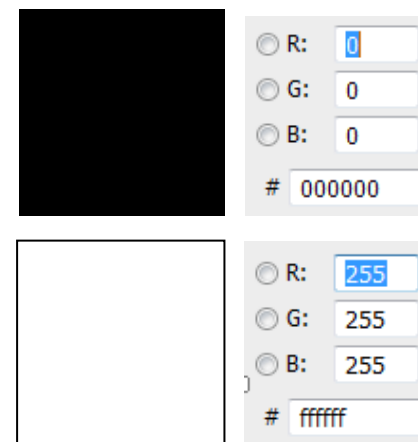
RGB

Rojo, verde y azul. Modo de color aditivo.

Este modelo utiliza la mezcla de estos tres colores para la creación de todos los demás. Al tratarse de colores de luz, la suma de los tres al máximo da como resultado el color blanco.

Estos colores van de la escala de 0 a 255.

Entre menor es el número más oscuro es el color.



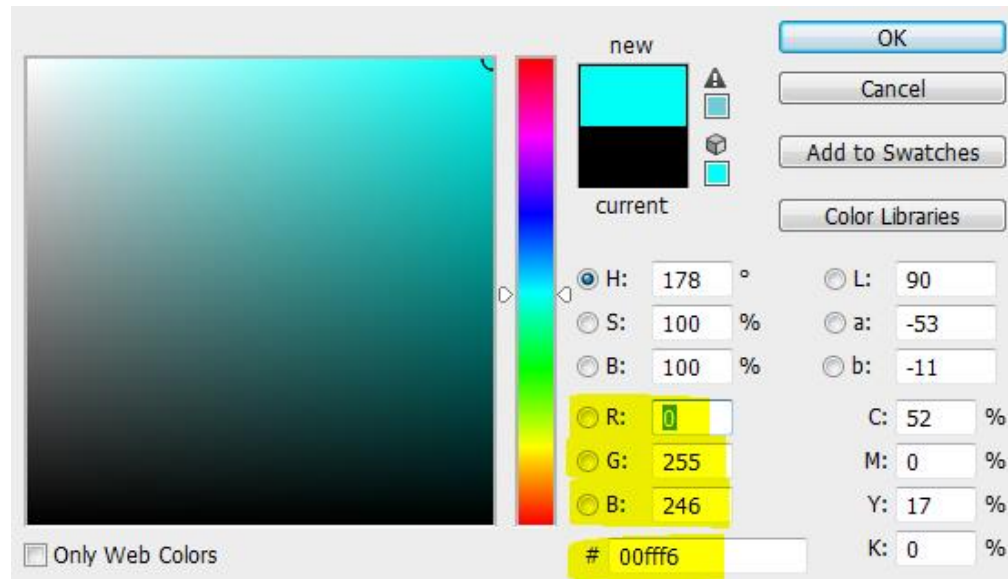
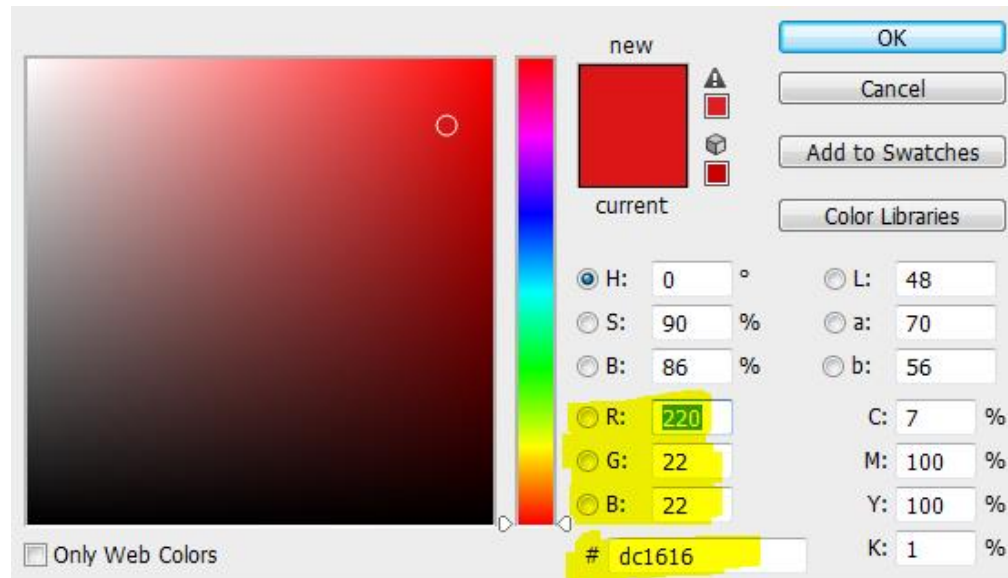
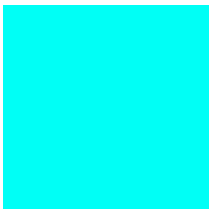
¿Cuándo debe utilizarse?

Siempre que el trabajo final esté destinado a un **medio digital**.
Por ejemplo, si se trabaja para web, video, una presentación ppt, etc.

Los archivos **PNG, GIF y JPG** serán los más utilizados al trabajar en este modo.



DeluoGPS



CMYK

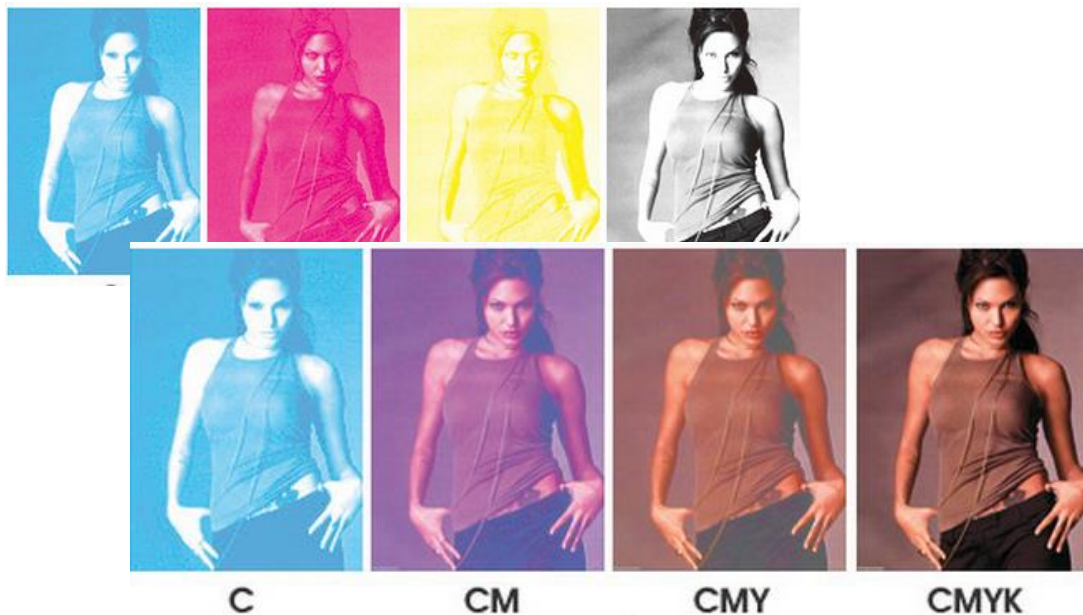
Cyan, magenta, amarillo y negro. Modo de color sustractivo.

Colores procesados tintas/pigmentos.

Se mezclan estos cuatro colores principales para crear todos los demás.

Van del 0 al 100. Entre mayor es el número más oscuro es el color.

Se puede obtener prácticamente cualquier color pero no es exactamente igual entre una tanda de impresión y otra.



C:	<input type="text" value="0"/>	%
M:	<input type="text" value="77"/>	%
Y:	<input type="text" value="100"/>	%
K:	<input type="text" value="0"/>	%



C:	<input type="text" value="100"/>	%
M:	<input type="text" value="100"/>	%
Y:	<input type="text" value="100"/>	%
K:	<input type="text" value="100"/>	%



Preview Hotmail



Al descargar el archivo se ve bien.



Pantone®

Corporación norteamericana creadora de Pantone Matching System® (PMS), un sistema que permite identificar colores para impresión por medio de un código determinado.

**Las tintas directas utilizadas ya vienen preparadas,
no hay necesidad de mezclar dos o más colores.**

Produce **guías Pantone®**.

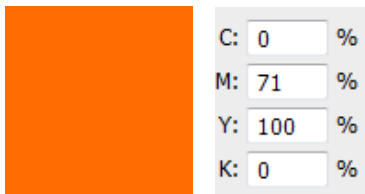
Tiras de papel cartulina de determinado gramaje y textura con la impresión de una muestra de color, su nombre y fórmulas para obtenerlo.



Pantone®

En el sistema CMYK, para obtener un color naranja por ejemplo, necesitamos combinar dos tintas.

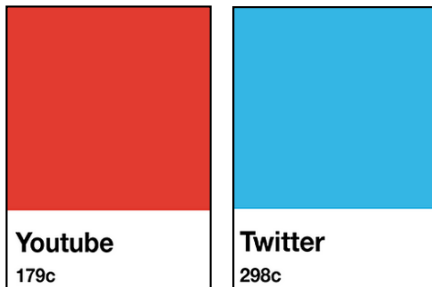
En Pantone, ya viene la tinta pre-mezclada.



CMYK



PANTONE
UNIVERSE
Orange 021C



¿Para qué sirve?

Para que el color impreso se vea exactamente igual siempre, sin margen de error. Así, cuando digamos a nuestro impresor “Quiero imprimir en color azul PANTONE 285U”, podemos estar seguros que el resultado será justo el que deseamos.

También funciona para imprimir colores que necesitan efectos especiales como metálicos o fluorescentes.

En resumen:



Pantone® PMS USO: IMPRESIÓN

Tintas de color premezcladas y estandarizadas.
Para impresión offset. Ideal para papelería corporativa.
Usualmente se usa en trabajos que requieren el uso
de una o dos tintas.



CMYK USO: IMPRESIÓN

Es un proceso en el cual, pequeños puntos de tinta
cyan, magenta, amarillo y negro se mezclan para crear
todos los demás colores. Para impresión digital y offset.
Ideal para volantes a todo color, posters, etc.



RGB USO: PANTALLA

Es un proceso en el cual el color rojo, verde y azul
se combinan para crear todos los demás tonos.
Se usa principalmente en diseños para Internet, TV,
diseños para celular, videojuegos, etc.



R26 G117 B207

C89 M43 Y0 K0

Pantone® 285C



R253 G187 B48

C0 M29 Y91 K0

Pantone® 1235C

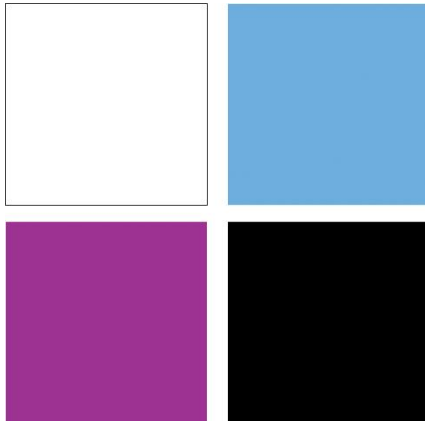
Paleta de color

A thin teal diagonal line that starts near the top right of the text and extends towards the bottom right of the slide.

Conjunto de colores elegidos para pintar algún objeto, superficie o diseño.

Se recomienda que la paleta de color del diseño sea de dos a cinco colores principales (incluyendo blanco y negro).

En base a los **colores institucionales**.



En base a **una imagen.**
(hay que estar seguros que esa es la foto
que vamos a utilizar para el proyecto).



Seleccionando un **color que vaya acorde al mensaje** que se quiera proyectar. Después, combinarlo dependiendo del esquema de color que mejor convenga. (complementario, análogo, monocromático, etc.)





Recursos

<https://color.adobe.com/>
paletton.com
colorschemedesigner.com

