

Formato de Presentación Working Paper

Título Características graficas del color en la elaboración de propuestas creativas.

Autores Jeice Hernández

CVLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000096336

Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219432823>

Google Académico: <https://scholar.google.com/citations?user=hcMOTFcAAAAJ&hl=es>

Orcid 0000-0002-1486-1333

Resumen El color ha sido abarcado desde muchas perspectivas a lo largo de la historia, sin embargo, se encuentran pocos estudios se centran en sus cualidades para la creación, desde esta perspectiva este estudio toma las características graficas del color para establecer como se pueden usar de manera mas adecuada para las propuestas creativas logrando potenciar desde el color su mensaje. Para esto se toma en cuenta el color como signo, su relación con el intertexto, su papel de signo plástico en la imagen y su capacidad activa dentro de la misma. Se tomaron en cuenta varios análisis de imagen al igual que distintos textos que abordan el color desde perspectivas distintas logrando así una mirada holística y critica desde la gráfica para la creación de imágenes. Finalmente se propone la existencia de la transversalidad del color donde convergen sus cualidades plásticas y sémicas para la creación de nuevas ideas.

Palabras clave: Color, imagen, color activo, transversalidad, visualización de datos.

Abstract

Color has been covered from many perspectives throughout history, however, there are few studies that focus on its qualities for creation. From this perspective, this study takes the graphic characteristics of color to establish how they can be used effectively. more suitable for creative proposals, managing to enhance your message from color. For this, color is considered as a sign, its relationship with the intertext, its role as a plastic sign in the image and its active capacity within it. Several images analyzes were taken into account, as well as different texts that approach color from different perspectives, thus achieving a holistic and critical look from the graphics for the creation of images. Finally, the existence of the transversality of color is proposed where its plastic and semic qualities converge for the creation of new ideas.

Keywords Color, image, active color, transversality, data visualization.

Introducción. A lo largo de la historia los estudios del color han abarcado distintas perspectivas, sociales artísticas, culturales, técnicas, religiosas, políticas, científicas, etc. La fascinación del color en el ámbito visual se ha evidenciado a lo largo del tiempo especialmente en relación con las áreas del diseño, la moda, arquitectura y las artes, esto se debe a su gran capacidad visual de comunicación y permanencia sémica en el tiempo, estas características se dan por la función que

ejerce el color en las imágenes desde su papel de signo, signo plástico y transversal en las imágenes. Sin embargo, aunque se reconoce su importancia pocos estudios han abarcado su potencial como elemento creativo dentro de estas, tal y como lo exprese en Hernández (2020b) se genera la necesidad de adaptarse y crear nuevas alternativas desde las áreas creativas en la actualidad. El color en este caso se presenta como una herramienta explorada pero poco entendida haciendo que se limite su potencial. Se busca entonces establecer desde una perspectiva gráfica las características del color como signo plástico y sémico de potenciar los trabajos creativos en áreas como el diseño, las artes, arquitectura. Para esto se analizaron imágenes de distintas procedencias y en distintos materiales que obedecían a una misma temática a lo largo del tiempo. Específicamente se analizaron las imágenes que hacían referencia al cuento de Blancanieves a lo largo del siglo XIX y XX estableciendo características gráficas del color y su forma de potenciar el sentido en estas. Es así como se identifican los elementos formales del color como parte de su trascendencia visual y su potencial de signo para la permanencia de sus significados en el tiempo. Finalmente se establece la existencia de una transversalidad el color que obedece a sus características formales que al interactuar con el intertexto visual y sociocultural del autor junto con el contexto se generan variaciones que en el tiempo pueden ser utilizadas como elementos potencializadores de creatividad ya que le dan al producto o imagen final una característica única pero que conserva la trascendencia temporal y sémica. Se establece entonces el color como un medio activo y el entendimiento de la transversalidad tal y como se establece en Hernández (2020) y (2020a) para usar el imaginario popular como una herramienta de creación y difusión de conocimiento en la actualidad entendiendo esta última como estrategias donde el color refuerza el sentido y comunicación en la imagen (ver ejemplo el color como dato en la visualización de significados Hernández, J, Rojas, R (2022)).

Estado del arte.

La transversalidad del color es un concepto que se plantea en 2019 como resultado de una investigación del color donde Hernández (2019) establece una conexión directa entre el color usado a lo largo de la historia y sus significados en la actualidad, mostrando como a pesar de que ha cambiado de significado por el contexto se siguen generando conexiones que se mantienen en el tiempo. De esta manera se pueden establecer distintos significados y conexiones como las planteadas por Gómez (2021) donde el imaginario popular sirve en la creación de moda y la concepción de sostenibilidad en la misma. A esto se le suma el entender los elementos más allá de lo convencional para lograr cambios a paradigmas ya establecidos para crear nuevas formas de producir y hacer tal como lo muestran López, Agudelo, Hernández (2022) desde el tema de moda. Aunque estas referencias no hablan directamente del color si muestran como las herramientas ya establecidas se pueden cambiar y transformar al verlas desde otras perspectivas, lo cual es un concepto clave en esta investigación.

Por otro lado, según Heller (2000) las conexiones cromáticas están dadas desde nuestra niñez en las primeras relaciones e interacciones que se realizan con los colores. Esto genera que por medio del intertexto se creen nuevas maneras de entender y ver el color pudiendo así crear y establecer nuevas perspectivas al abordar datos que luego traspasamos a las imágenes. Estos datos no son solo sémicos también son formales especialmente respecto al color, de esta manera el mensaje se ve transformado por el medio tal y como lo plantea Ball (2004).

Objetivos establecer desde una perspectiva grafica las características del color como signo plástico y sémico de potenciar los trabajos creativos en áreas como el diseño, las artes, arquitectura

Metodología.

Se realiza una metodología cualitativa donde se trabajan los datos desde una perspectiva hermenéutica critica para establecer de manera comparativa las características graficas del color que pueden potenciar la creatividad desde su papel de signo plástico y activo de la imagen

Resultados

Se establecen las características gráficas relacionadas con los elementos formales del color, como la saturación, el brillo y el tono, así como sus armonías y combinaciones. Estas características, junto con sus atributos como signos plásticos y signos semánticos, se consideran únicos y transversales en el tiempo demostrando su continuidad relación con la actualidad. Además, se combinan con el imaginario popular para crear distintos enfoques de creación que fortalecen significados y formas de visualización adaptados a la contemporaneidad, logrando a través de estos nuevos caminos de creación visual.

Referencias Bibliográficas

- Ball, P. (2004). La invención del color. Turner-Fondo de Cultura Económica.
- Gómez García, D.P. (2021). Sustainable Latin American Aesthetics. In: Gardetti, M.Á., Larios-Francia, R.P. (eds) Sustainable Fashion and Textiles in Latin America. Textile Science and Clothing Technology. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-1850-5_7
- Heller, E. (2000). Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Gustavo Gili.
- Hernandez, J, Rojas, R (2022) GALERÍA VIRTUAL CUVO Estrategia de difusión del conocimiento. En Jeice Hernandez y Cynthia Hurtado. Cultura Visual Digital (p.161). Universidad de Guadalajara – Universitaria virtual digital. ISBN. 978-607-57184-1-5 MX ISBN 978-628-95472-0-7
- Hernández, J. (2020). La transversalidad del color y su papel comunicador en las imágenes visuales, de la literatura a la imagen actual del cuento clásico Blancanieves. Revista KEPES, 17 (21), 171-194 DOI:10.17151
- Hernández, J., Torres Ardila, D., & Camargo, E. (2020a). Digital era in times of pandemic: education, color, knowledge and communication. Utopía y Praxis Latinoamericana, 216-230.
- Hernández Contreras, J. D. (2019, September). La transversalidad del color. In IV Congreso Internacional de investigación en artes visuales: ANIAV 2019 Imagen [N] visible (pp. 379-383). Editorial Universitat Politècnica de València.
- Hernández, J. (2020b) El reto de la cuarta revolución industrial en Colombia: Datos, Diseño y Artes. Colombia, 4, 153
- López, Agudelo, Hernandez (2022). El fin de la educación en diseño de modas. En Capitulo 8 Estudios de la moda en Colombia (pag 260) - Editoriales Jorge Tadeo Lozano/Universidad Santo tomás. ISBN IMPRESO: 978-958-725-326-9 DOI: <https://doi.org/10.21789/9789587253269>