

EL PROGRESO EN EL MUNDO DEL COLOR

Ahora que llegó la primavera, puede ser un buen momento para hablar de un tema trascendental para el mundo de la comunicación en el que nos movemos hoy en día, es el color, (cada vez que repita la palabra a lo largo del artículo, piense el lector en un color para poner alguna imagen a este texto de negro sobre blanco y así no les parecerá una incorrección usarla tantas veces).

¿Qué ha pasado con el color en los últimos 20 o 30 años?, es una buena pregunta. Como precedente inmediato, digamos que los diseñadores en el pasado siglo XX, proponían el color a medida que avanzaban los cambios industriales, se inventaban nuevos tejidos, tintes, barnices para la madera, pinturas para las paredes, y la sociedad pudiente les seguía como a magos por la senda del bosque encantado.

Cuando llegaron las grandes guerras, la vitalidad del color se ensombrecía en los barrios oscuros de las ciudades ocupadas y el color de los uniformes de los ejércitos, era de vital importancia para fabricarlos a bajo coste, y mantener la imagen corporativa intacta.

En el momento en que el occidente que conocemos se estabiliza de alguna forma y empieza a darse un evidente progreso material, van apareciendo las formas de comunicación de masas en las que el color es un reto evidente. La fotografía logra su hegemonía pasando del blanco y negro al color, y otro tanto ocurre en el cine. Los semanarios impresos en papel cuché, que se habían adueñado de la imagen obtenida de esas fotografías de las estrellas del cine y de otros protagonistas de la información, van cediendo terreno a los periódicos de tirada diaria que a finales de los 80 ya se imprimen en color.

Las nuevas tintas y técnicas serigráficas permiten que nuevos colores sólidos se estampen en superficies no tan cómodas como el papel. La industria del automóvil empleará colores estables, que son la imagen de los modelos y reflejo de las modas del momento, haciendo que el color sea móvil por las ciudades y carreteras.

Todos los medios han alcanzado el color, hasta la televisión que lo es medio por excelencia, y así irrumpió como símbolo de progreso en el mundo del color

cuando dejó atrás la pantalla en blanco y negro. Ahora la televisión necesita más cadenas, se crean multitud de ellas y algunas emiten en varios canales. También los medios impresos y periódicos se multiplican y hasta los hay gratuitos, libros que inundan mensualmente las librerías, folletos que rebosan en los buzones de los portales y catálogos que se multiplican por miles, en todos ellos va la imagen fotográfica.

La velocidad con que se imprime hoy en día, se hace indescriptible, las agencias y las imprentas guardan los fotolitos con la posibilidad de introducir cambios para otra publicación, es una clara competencia entre la inmediatez de la imprenta y más aún de la televisión. Curiosamente, con la intervención de la informática, todos estos cambios se agilizaron antes en la imprenta que en la televisión, ahora ya con las redes es posible emitir un pequeño programa por internet desde tu casa y hacer una pequeña tirada de un folleto desde la impresora.

El color todo lo invade, las impresoras y el tóner bajan de precio, respecto a las tintas de inyección y las grandes pancartas que invaden las fachadas de nuestros edificios llenan de colores fotográficos la ciudad. Los teléfonos ya no son negros como los de la telefónica del siglo pasado, son de colores y se ven en color, con música e imágenes multimedia.

La brillantez de los colores proyectados en el cine o en la pantalla del ordenador, son pura luz, de ahí su atractivo visual, superior al del color estampado. Las imágenes para llenar esas pantallas son casi infinitas, por eso se han trivializado, al mismo tiempo que pueden servir para ver la grandeza de nuestro mundo, desde el sillón.

Una sola mancha de sangre de una tragedia es multiplicada por cientos de miles en todo el mundo, el rojo se multiplica; así ocurre con el negro y cualquier color. Una catástrofe en el mar es vista por millones de personas cientos de veces, el negro se multiplica, el verde de un dragón o de un dinosaurio de Spielberg es visto millones de veces en cines o en vídeo, se multiplica, un estampado azul de Zara es comprado en miles de tiendas en todo el mundo, también se multiplica. Pero al mismo tiempo, todos esos colores pueden ser borrados y cambiados al instante en una pantalla, el color de la tragedia puede ser manipulado y el color de los que negocian con el propio color,

también se cambia para hacerlo obsoleto, pasado de moda, del año pasado.

Hemos convertido en virtual, millones de colores del monitor, que son los que nos han convencido para comprarlo, cambiamos una pantalla de plasma, LCD o LED por una puesta de sol, que siempre tuvo el mismo rango de colores afines, desde que se conocen las puestas de sol.

Pero ¿cómo es posible que haya millones de colores, si ni siquiera hay millones de palabras para describirlos?, y en todo caso si empleáramos, para mezclarlos, aunque solo fueran 10 segundos, por cada par de ellos, para crear todas las mezclas estaríamos años y años; ya se que la respuesta es una cuestión de múltiplos matemáticos. Las cajas de colores, óleos, acrílicos etc. siguen estando ahí, realmente ¿sabemos mezclar colores y hacer combinaciones de color?, quizá se están enriqueciendo unos pocos a costa de empobrecerse estéticamente un conjunto social.

Nunca hubo tanta euforia con el color y jamás se consiguieron tales calidades como ahora, por algo se ha hecho, la mejor operación de marketing jamás vista, al cambiar la llamada fotografía analógica, por la fotografía digital como si no hubiese pasado nada, la cámara es cámara de fotos aunque dentro lleve un CCD, y el sofisticado e ingenioso invento lleno de química que es el negativo fotográfico, se sustituye por el mucho mas sofisticado y complicado sistema de imagen digital de las nuevas cámaras, basada en la matemática de los millones.