

Una Semana Santa inolvidable al alcance de tu mano

Gran Canaria
Media Pensión desde
65 €
RESERVA YA

Iniciar sesión

¡Regístrate!

ElReferente

Diario independiente líder en información para jóvenes

Martes, 06 de Marzo de 2012 - 13:48 PM



PORTADA

ACTUALIDAD

TENDENCIAS

EDUCACIÓN

OCIO

CULTURA

BLOGS

EL REFERENTE TV

Buscar

Sugerenc

Actualidad. Investigación

Los colores pueden determinar distintas emociones

El 90% de los encuestados asocian el rojo con el calor.

Las mujeres prefieren los colores claros.

Los profesionales del diseño prefieren los colores menos saturados.

SINC - 02-03-2012

Me gusta

Compartir

0



Colores para emociones. Fotografía de Elena Morales.

El rojo estimula y despierta la pasión en occidente, además de advertir del peligro desde las señales de tráfico. Sin embargo, en China es el símbolo de la buena suerte, el color de los trajes de los antiguos emperadores, y los habitantes de aquel país son felices cuando reciben un sobre rojo en el Año Nuevo Chino.

Aún así, un español y un chino probablemente coincidirán en que el rojo es un color cálido.

Es lo que demuestran los ensayos que durante años ha realizado el investigador **Li-Chen Ou** en el departamento de Ciencia del Color de la Universidad de Leeds, Reino Unido, y que plantea en su web **'World of colour emotion'**. Aquí se muestra, por ejemplo, que el 90% de los encuestados asocian el rojo con un calor cálido, mientras que el porcentaje se reduce al 60% cuando se les pregunta por el amarillo.

Para profundizar sobre este asunto, un equipo de investigadores dirigidos por Li-Chen Ou se ha coordinado para **conocer las emociones que sienten las personas ante los colores**. El experimento se ha realizado en España, Francia, Alemania, Reino Unido, Suecia, Irán, Taiwán y Argentina, y parte de los resultados se publican este mes de febrero en la revista **'Color Research and Application'**.

PRUEBAS DE COLOR

Las pruebas consistieron en plantear ante un monitor, convenientemente calibrado y en iguales condiciones en todos los países, tres ejercicios diferentes a grupos de observadores de distinta edad, sexo y ocupación. En la primera sesión se presentaban **unos 70 colores individuales**, en la segunda **190 combinaciones de dos colores**, ambas sobre fondo gris, y en la tercera colecciones de dos colores dispuestos en la vestimenta de una mujer mediante fotos con ropa de primavera, verano, otoño e invierno.

Debajo de cada combinación aparecía una escala numérica para que los observadores

AHORA EN PORTADA

Actualidad



Invercar Junta de
El PP de A
relieve la
en la Junt

Actualidad



Wert eli
en su re
El ministr
Ejecutivo
reforma e

Actualidad



El Gobie
cómo ac
manifes
Santamar
Comunida
contra las

LO + LEIDO

LO + COMPARTIDO

- 01 "Frente a la crisis hay que bi
- 02 Danone, Apple, Metro de Ma
- 03 HUB Madrid cumple dos año:
- 04 Anonymous, víctima de sus
- 05 'Mi Gitana' explora la vida de
- 06 Fallece uno de los creadores
- 07 Pastora Soler ya tiene canci
- 08 Madrid rechaza la privatizaci

valoraran sus sensaciones mediante **adjetivos opuestos**, como frío-cálido, moderno-antiguado, armonioso-disonante o me gusta-desagrada.

De momento se han publicado los resultados de la segunda sesión sobre combinación de dos colores, pero los datos ya revelan resultados interesantes, según explica Rafael Huertas, profesor de la Universidad de Granada y responsable del experimento en España.

LAS MUJERES PREFIEREN LOS COLORES CLAROS

“Las mujeres prefieren los colores más claros y con menor croma, término equivalente a saturación o pureza: lo verde que es un verde, o azul un azul”, comenta el investigador. “También parece que **las personas mayores prefieren la combinación de colores claros**, aunque en este caso con croma alto, respecto a los jóvenes”.

El profesor reconoce que no tienen una explicación clara para las diferencias por sexo, aunque sí para el caso de la edad: “Con los años se va perdiendo intensidad en la percepción de los colores, por lo que es lógico que se prefieran colores más intensos en croma y claridad”.

El experimento constata que los observadores con experiencia en diseño prefieren los tonos pastel. La formación o background profesional parece influir en la elección de los colores. El experimento ha constatado que **los individuos con alguna experiencia en diseño**, estudiantes o profesionales de arquitectura, diseño gráfico o moda, por ejemplo, **prefieren los colores menos saturados** así como los pares con un tono parecido. “Sus preferencias se inclinan por las combinaciones más armoniosas”, aclara Huertas.

COLORES PARA VENDER MEJOR EL PRODUCTO

El investigador argentino, José Luis Caivano, de la Universidad de Buenos Aires, destaca la importancia de este tipo de estudios en el marketing comercial: “Saber qué combinaciones de color prefiere o no un tipo de clientes puede ayudar a venderles mejor el producto”.

Conocer la emoción ante los colores puede ayudar a relacionar colores con conceptos. “Por ejemplo, una aspiradora se asocia a ‘limpieza’, ‘eficiencia’ y ‘practicidad’. Si supiéramos que colores representan estas características, tendríamos una herramienta más que utilizar”, dice Caivano.

Estos trabajos también se pueden aplicar al diseño de interiores, cuya combinación de colores afecta a los ocupantes, así como en test y tratamientos psicológicos, en ambientes hospitalarios, en escuelas y dispositivos de aprendizaje y en la presentación de la información a través de infografías.

La investigación plantea una **nueva teoría sobre la emoción de los colores**. Teniendo en cuenta que la respuesta a las variables cálido-frío, pesado-ligero y activo-pasivo fue similar en todos los grupos, el estudio desarrolla un modelo en el que estos tres pares de sensaciones se clasifican dentro de un nivel denominado ‘reactivo’, es decir, emociones por las que todo el mundo siente lo mismo, como el frío y el calor.

Por el contrario, el par me gusta-disgusta formaría parte de un nivel ‘reflexivo’, propio de cada observador, como el hecho de sentir pena o alegría ante un mismo hecho. Este tipo de emociones es el que está **más relacionado con la cultura**, como la diferente interpretación del color rojo.

Tuenti

Google+

Twit

VOTA

¿Te gusta la nueva versión del iPhone



- ☐ Sí, me encantan las novedades
- ☐ No, me gusta más el Nexus One
- ☐ No, el Nokia N95 ya hacía lo mismo
- ☐ El móvil está para llamar y mandar

Votar

Me gusta

Compartir

0

