
ENCUESTA | Estudio sobre las emociones que suscitan

Lunes 09/04/2012. Actualizado 17:20h.

Un mismo color, diferentes significados

Teresa Guerrero | Madrid

Actualizado **domingo 08/04/2012 11:21 horas**

Comentarios 34

Los publicistas lo tienen en cuenta a la hora de realizar sus campañas de marketing. Conocer las emociones que despiertan los colores puede ayudar a vender mejor un producto al relacionarlos con determinados conceptos. Pero no todos percibimos los colores de la misma forma.

La edad, el sexo, la formación y la nacionalidad del observador influyen a la hora de percibir y combinar los colores, según ha confirmado un experimento desarrollado en ocho países y en el que han participado investigadores de la Universidad de Granada. El estudio se llevó a cabo en España, Francia, Alemania, Reino Unido, Suecia, Irán, Argentina y Taiwán con 223 participantes de diferentes edades y profesiones, tanto hombres como mujeres.

Los investigadores plantearon tres ejercicios diferentes. En el primero se presentaban 70 colores individuales, en el segundo combinaciones de dos colores y en el tercero colecciones de dos colores en fotografías de ropa de mujer de primavera, verano, otoño, e invierno.

Según esta investigación, publicada parcialmente en la revista 'Color Research and Application', las mujeres tienen a preferir los colores más claros y con menor croma (es decir, con menor pureza o saturación).

Los cambios con la edad

La encuesta también sugiere que a medida que envejecemos cambia la forma en la que percibimos los colores. Las personas mayores suelen preferir la combinación de colores claros, aunque con croma alto. Rafael Huertas Roa, profesor de la Universidad de Granada y responsable del experimento en España, explica que **con los años se va perdiendo intensidad en la percepción del color**, por lo que "es lógico que se prefieran colores más intensos en croma y claridad", señala en una nota de prensa de la universidad.

El estudio también encontró **diferencias según la profesión o la formación de los participantes**. Así, comprobaron que los individuos con formación en diseño (con estudios en arquitectura, moda o diseño gráfico) mostraban preferencia por los colores con menos saturación (tonos pastel) y por las combinaciones que tenían un tono parecido y eran más armoniosas.

Colores fríos y cálidos

Los participantes españoles y argentinos coincidieron en elegir mayoritariamente las combinaciones de colores fríos, mientras que los de otros países optaron con más frecuencia por los colores más cálidos.

El autor principal del artículo es Li-Chen Ou, que en la actualidad es investigador de la National Taiwan University of Science and Technology, en Taipei (cuando llevó a cabo este estudio trabajaba en la universidad británica de Leeds). Desde hace varios años investiga las emociones del color y ha publicado diversos trabajos sobre este tema que recoge en su web, '[World of colour emotion](#)'. Como señala Ou, la relación entre color y emoción ha sido objeto de estudio desde hace tiempo de científicos y artistas.

Los resultados de sus test muestran, por ejemplo, cómo **la mayoría** de la población, con independencia de la nacionalidad, **coincide en considerar el rojo un color cálido** (un 90% de los encuestados). El color amarillo, sin embargo, es considerado cálido por un 60% mientras que un 40% lo califica como frío.

Aplicaciones

La percepción de los colores también depende de la cultura. Por ejemplo, **en los países occidentales el rojo se relaciona con la pasión** y advierte del peligro (en las señales de tráfico). **En China simboliza la buena suerte**.

Los autores subrayan la importancia de conocer estas asociaciones a la hora de elaborar campañas comerciales. Los colores ayudan a relacionar los productos con determinadas marcas y a **recrear una atmósfera que influya en el comportamiento del consumidor**. Asimismo, conocer qué emociones suscita un determinado color puede ayudar a **relacionarlos con conceptos como 'limpieza' o 'eficiencia'**, una información útil para elaborar anuncios publicitarios más eficaces.

El **diseño de interiores** también se puede beneficiar de los estudios sobre percepción de colores pues ayuda a elegir las combinaciones más adecuadas en función del uso de cada centro, ya sean hospitales, escuelas o viviendas.

- [Todos](#)
- [Mejor valorados](#)
- Te mencionan
- Tu red

34 » Comentarios ¿Quieres comentar? [Entra](#) o [regístrate](#)

- [1](#)
- [2](#)
- [3](#)
- [4](#)



1. **Apolo_punk** 08.abr.2012 | 23:01

#31

Estudié en lingüística general que las lenguas son las que marcan que colores vemos, así hay lenguas que solo tienen 2 colores (coloreado y no coloreado), luego otras tienen 3 colores (curiosamente las que solo tenían 3 colores eran los mismos siempre aún siendo lenguas sin contacto). En latín y griego antiguo realmente los colores no son tan definidos como en las lenguas actuales (en griego glaukós era verde claro tirando a blanco pero evolucionó a lefkós en griego moderno que es blanco). el