

Coche rojo no es igual a peligro

Un equipo de investigadores de la Universidad de Granada (UGR) han confirmado que, en contra de la creencia popular, los coches de color rojo no son percibidos por las personas como más peligrosos que los demás, ni los conductores los asocian con un riesgo mayor que el resto. En un artículo publicado en la prestigiosa revista *Perception*, los científicos de la UGR, pertenecientes al Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento (CIMCYC), han estudiado la reacción de cien conductores españoles ante la aproximación de una serie de coches de distintos colores (rojo, verde, amarillo, negro, gris y blanco) en diferentes situaciones de peligro en la carretera como base de la conclusión final del informe.

Los investigadores analizaron el riesgo que los participantes percibían ante estos vehículos de diferentes gamas, así como su comportamiento (el tiempo de respuesta y la probabilidad de frenado al ver el peligro), en el que supone el estudio más completo realizado hasta la fecha que aborda esta temática. En los resultados del experimento se muestra que el comportamiento del conductor no está directamente influenciado por el color rojo, ya que la respuesta fue similar al de otros colores empleados en la prueba, lo que sugiere, a juicio de los científicos encargados del estudio, que el color rojo no tiene un impacto específico en la seguridad vial, porque no provoca respuestas más rápidas o mayores niveles percibidos de riesgo.

Como explica el autor principal de este trabajo, el investigador de la UGR Leandro Luigi Di Stasi, "dada la creencia general que vincula accidentes en carretera y el color rojo de los coches, el estudio del comportamiento del conductor ante coches rojos, así como su percepción de riesgo ante este tipo de coches, puede servir para mejorar la seguridad vial".

Las asociaciones que las personas hacen con el color rojo están muy determinadas por la cultura. De esta manera, en España, en investigaciones previas se muestra como el color rojo se ha asociado tradicionalmente con el peligro, el dolor y la agresividad, algo que además está muy asentado en la cultura popular. Sin embargo, los resultados de este nuevo trabajo apoyan la hipótesis de que la influencia del rojo en los comportamientos humanos depende, en realidad, del medio, esto es, del entorno y las circunstancias en las que se encuentre el observador.

En la actualidad, el rojo es considerado como uno de los colores más populares entre la gente que se decide a comprar un coche. No obstante, desde hace muchos años el mercado de la automoción está dominado por otras gamas como el blanco, el negro y el gris. De hecho, las cifras indican que el rojo es el color del 8% de los vehículos que se venden en el mercado mundial. Un porcentaje no demasiado alto, pero que va creciendo en los últimos años con la diversificación de los fabricantes de coches y el cambio del gusto popular.

Los científicos del Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento (CIMCYC) de la Universidad de Granada señalan que, a la luz de los resultados de este trabajo, "la vieja creencia de que las compañías de seguros cobran más por asegurar un coche rojo, por considerar a sus conductores más agresivos al volante, no tiene ningún rigor científico, si bien esta práctica ha sido desmentida en muchas ocasiones por las propias aseguradoras".

Por otra parte, los investigadores destacan la necesidad de no generalizar en exceso sobre los efectos perceptivos que se han encontrado con poblaciones y tareas específicas, ya que, en este caso, el "efecto del rojo" no se ha podido comprobar en conductas viales, pese al avance en esta materia.