

Estudio desmiente creencia de que coche rojos son percibidos como peligrosos

Granada, 17 jun.- Investigadores de la Universidad de Granada 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.

Los científicos pertenecientes al Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento (Cimcyc) han estudiado la reacción de 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.

Para ello, analizaron el riesgo que los participantes percibían ante estos vehículos, 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 sobre este tema.

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, que no tiene un impacto específico en la seguridad vial, porque no provoca respuestas más rápidas o mayores niveles percibidos de riesgo.

El autor principal de este trabajo, Leandro Luigi Di Stasi, ha explicado que, 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 y, por ejemplo, en España en investigaciones previas se había mostrado cómo el color rojo se ha asociado tradicionalmente con el peligro, el dolor y la agresividad.

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, del entorno y las circunstancias en las que se encuentre el observador.

Aunque el mercado automovilístico está dominado por el blanco, el negro y el gris, el rojo es el color del 8 % de los vehículos que se venden en el mercado mundial. EFE