

# LAS INVESTIGACIONES MODERNAS

*En este capítulo analizaremos el significado de los colores y su influencia sobre las personas - de acuerdo a la sabiduría oculta de la Torá. Comenzaremos el tema con conocimientos científicos acerca de la influencia del color en general-donde a través de estudios e investigaciones se ha demostrado la existencia de una influencia significativa del color en nuestras vidas. Después, trataremos el tema en concreto, explicando la visión de la Torá respecto a los colores, su significado y sus influencias, y señalaremos - paso a paso - la investigación científica basada en la visión considerada por expertos en este tema.*

***Las Investigaciones Comprueban la Influencia de los  
Colores en las Personas***

En un estudio del comportamiento del consumidor en la región ABC paulista, realizado con 500 consumidores en los supermercados “Coop”, “Extra” y “Pan de Azúcar”, Lideli Crepaldi (*Profesora de la Universidad “Imes” y del Centro Universitario FSA - Master en Administración de Empresas y en Gestión de Organizaciones IMES regionalidad; Doctora en Ciencias de la Religión - UMESP*) expuso un análisis cualitativo de la teoría del color, comparándolo con el comportamiento emitido por los consumidores (*Su estudio fue presentado por Intercom - Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación, en el Congreso Brasileño de Comunicación en 2006*).

A través de su investigación, ella comprobó que los colores influyen en la decisión de compra del consumidor. Ella escribe que la identidad visual del producto tiene una gran influencia sobre los consumidores en el momento de la compra. En medio de una gran cantidad de diferentes productos, los consumidores tienen sólo unas pocas milésimas de segundo de

atención a cada producto y solamente visualiza por más tiempo cuando el producto llama su atención.

De acuerdo a los datos de la Asociación Brasileña de Empaquetado (ABRE) - La industria del envasado movió 20 millones de Reales (más de 10 millones de dólares) en 2005, creciendo 10% en las ventas y del 1,5% en volumen de paquetes producidos.

Ella citó en su análisis que, generalmente, el color es un elemento de gran peso en la emoción humana...

Pero debemos tener en cuenta el hecho de que la influencia de los colores cambia según las asociaciones superficiales, por ejemplo: asociaciones o experiencias del pasado, de hábitos sociales que se establecieron durante la vida; edad, como cita el psicólogo J. Bamz (*Arte y ciencia del color, publicado en Barcelona por Ediciones de Arte*).

En un artículo producido en el Octavo Semestre de Publicidad y Propaganda - Colegios (*ISCA. Bajo la dirección del Prof. Renato Frigo*), consta que el clima es un factor de influencia importante en el uso de los colores. Él cita que el artista del noreste de Brasil, viviendo bajo un sol fuerte, expresa en sus obras, los colores vibrantes y luminosos. Por el

contrario, el artista del sur de Brasil que no sufre de tal influencia, prefiere los colores fríos que expresan más las reacciones a través de la forma.

Se realizaron varios estudios en todos los campos - por expertos en la industria - para aprender a aprovechar mejor las influencias de los colores. En la psicología los colores están relacionados con la personalidad y la afectividad. En la medicina – con el poder de curación. En la comunicación, la arquitectura y el paisaje urbano es utilizado como elemento de comunicación. Por lo tanto, algunos investigadores discuten los colores en diferentes áreas de conocimiento: física, neurología, nutrición, la poesía y, por supuesto, en las artes - para entender sus efectos en los seres humanos.

En una encuesta de 1.447 consumidores en dos cadenas de supermercados, Roberta Pohl (*Disertación, Maestra de Psicología en el Instituto USP*) encontró que el 82% de los consumidores considera el aspecto visual como un requisito previo para la adquisición de un producto y que, en muchos casos, se abstienen de tomar un producto porque su apariencia no les atrae, y ciertamente el color es un factor importante en la apariencia del producto.

Pero la influencia de los colores en la persona no siempre es consciente... también trabaja en su subconsciente... En la misma encuesta, 82% de los consumidores dijeron que la apariencia es un factor importante en la compra. Cuando le preguntaron "¿Acaso sientes influencia por los colores en la elección de un producto?" El 52% respondieron que no se ven influenciados por los colores (33% dijeron que nunca se sienten influenciados por los colores y 19% dijeron que rara vez se sienten influidos), y sólo 47% respondieron que son influenciados (17% respondieron que eventualmente son afectadas, y 30% dijeron que siempre se sienten influenciados; 1 % no supo responder). De estas mismas personas, 32% dijeron que no comprarían un producto si los colores de los embalajes son distintos a los habituales, y 23% comprarían con algunas restricciones, y 10% dijeron que difícilmente lo comprarían. Es decir, 65% de las personas – mismo conscientemente – afirman que se abstendrían de comprar un producto simplemente por presentar un color no habitual.

Por lo tanto, a través de esta investigación, se comprobó que existe la influencia del color, pero no siempre el consumidor lo percibe.

En su análisis, la profesora Lideli Crepaldi, llega a la conclusión de que los colores son muy importantes en la vida

de las personas ya que tiene la capacidad de despertar sensaciones y definir las acciones y conductas, así como provocar reacciones físicas y psicológicas.

***Por último, nos queda por preguntar...***

¿Por qué cada color tiene una influencia única? ¿Cuál es la relación entre el color y su influencia? ¿Cuál es el origen de cada color? ¿Acaso existe una razón para cada influencia o es casual? ¿Qué representan los colores en un aspecto espiritual? Las investigaciones científicas no revelan respuestas a estas preguntas, sólo revelan las influencias técnicas del color a través de un análisis del efecto causado en varias personas, a continuación, se establecen las normas ... Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, varios factores superficiales influyen en la reacción de la persona respecto a los colores - así que, para entender a través de investigaciones la influencia causada por los colores de forma pura - sin asociaciones superficiales - resulta bastante complicado...

En el próximo capítulo respondemos las cuestiones mencionadas a través de las enseñanzas de nuestros Sabios – basados en la parte oculta de la Torá. El tema es muy complejo, y, en este trabajo, trataremos de simplificarlo para permitir un mejor entendimiento.