



**Encuentra tu mejor seguro**  
Con Rastreator, encuentra el mejor seguro al mejor precio.  
[Tu comparador de seguros](#)



**Plan España**  
PLAN ofrece distintas formas de contribuir a mejorar las condiciones de miles de niños.  
[Elige la tuya!](#)



**Plan Es**  
PLAN of  
formas c  
mejorar l  
condicio  
de niños  
[Elige la](#)

Identificate / Regístrate Martes 14 de febrero de 2012 | RSS

**informacion.es**  
El periódico de la provincia de Alicante

NOTICIAS  
**Televisión**

HEMEROTECA »

Ir

PORTADA

SECCIONES

DEPORTES

OPINIÓN 2.0

OCIO

VIDA Y ESTILO **iNuevo!**

PARTICIPACIÓN

MULTIMEDIA

Nacional Internacional Economía Sucesos Sociedad Cultura **Televisión** Arte y Letras

EN DIRECTO

**Tenis/Final del US Open: Murray - Djokovic**

Información.es » **Televisión**

Estudio de la Universidad de Alicante

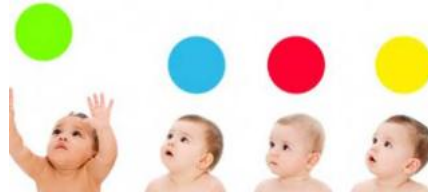
## Verde, que te quiere el niño

13:07



Tweet 2

Un experto de la UA señala que el verde es el color más recomendable para fondo en los spots infantiles



**REDACCIÓN** El uso del software "Matlab", habitual en ciencias, es novedad en aplicación metodológica para un análisis de contenido en Comunicación Publicitaria

El verde es el color que deberían escoger los anunciantes de productos dirigidos al mercado infantil para color de fondo en sus spots. Esta es la recomendación que hace el profesor de Óptica de la Universidad de Alicante y recién nombrado doctor por la Universidad de Alicante, Enrique Martínez a los anunciantes.

El estudio que ha llevado a cabo Martínez y que es la base para elaborar su tesis doctoral, indica que más del 50% de la población infantil (que son emétopes e hipermétropes) ve mejor sobre fondo verde. Por tanto, el profesor dice que podría relacionarse que el fondo verde en un spot sería mejor percibido en condiciones óptimas por un tanto por ciento nada desdeñable de público infantil.

La investigación desvela que cada anunciante usa una gama cromática de forma preferente en sus comunicaciones publicitarias en televisión y que, además, existen prevalencias cromáticas dominantes en la publicidad infantil. Así, el color negro aparece en un 22,71 %, seguido del verde, blanco, rojo, amarillo y, por último, el azul.

El estudio descubre, además, datos como que los anunciantes del mercado infantil no utilizan el mismo color en sus spots que en los logotipos de sus marcas comerciales.

La tercera de las conclusiones que se extraen de la investigación revela que, entre la población infantil actual, hay una prevalencia de amétopes (aquellos que no necesitan compensación). Con este dato sobre la mesa, el doctor Enrique Martínez descubre - sin embargo - que ahora hay más miopes que hipermétropes en la franja de edad comprendida entre los 4 a 12 años, cuando antaño los estudios decían que había más hipermétropes. La causa de este cambio puede hallarse en el uso mayoritario de la visión de cerca que requiere, hoy en día, la utilización de aparatos como dispositivos móviles, consolas u ordenadores.

Enrique Martínez es profesor titular del Grado en Óptica y Optometría en el Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Alicante y autor de la tesis doctoral "Relaciones entre color y visión en spots comerciales dirigidos al público infantil" defendida y aprobada recientemente en la UA. Los directores de tesis son los profesores del Departamento de Comunicación y Psicología Social Victoria Tur Viñes y Juan M. Monserrat Gauchi.

### El método

El objetivo de la tesis doctoral "Relaciones entre color y visión en spots comerciales dirigidos al público infantil" ha sido cuantificar y evaluar el color en spots de televisión dirigidos al público infantil de edades comprendidas entre los 4 y los 12 años. Para tal fin se recogieron durante el mes de noviembre de 2009 un total de 184 anuncios de 20 segundos de duración cada uno de ellos del canal en abierto Disney Channel, spots catalogados dentro del sector de deportes y tiempo libre. La selección de este canal de televisión responde al criterio de ser el primero en audiencia de contenido infantil.

Martínez ha analizado cuantitativamente el uso del color en los frames que corresponden a los segundos 0, 5, 10, 15 y 20 de cada uno de los anuncios que componen esta muestra. Como novedad, el investigador ha usado el software Matlab para el análisis de contenido, si bien este es un programa de uso frecuente en investigación de visión artificial y procesamiento de imagen. El investigador ha conseguido cuantificar el color de cada frame y de cada spot por medio de una programación específica, implementando algoritmos de detección de cada color (RGB). Para ello, primero definió lo que consideraba es cada uno de los seis colores básicos (azul, rojo, verde, amarillo negro y blanco). Una vez hecha la cuantificación, se cruzaron los datos y se vio qué prevalencia hay de color en los spots y el color del logotipo.

El resultado obtenido permite aseverar que no existe relación entre los colores usados en el logotipo por los anunciantes y los del spot publicitario.

Con la cuantificación del color ya hecha, Martínez detectó - asimismo - cuáles son las prevalencias de color de los niños por medio del test bicromático, centrado en el rojo-verde. Para poder realizar esta parte del trabajo de campo seleccionó una muestra de 423 niños pertenecientes a un colegio de Crevillente (Alicante). Primero, analizó, mediante pruebas no invasivas, las capacidades visuales y las preferencias en el test bicromático y, después, cruzó datos y comprobó si es verdad que el hipermetrope ve mejor sobre fondo verde y el miope sobre fondo rojo como sostienen las revistas científicas y las ciencias de la visión. Estas ciencias también mantienen la teoría que asegura que en esta franja de edad hay prevalencia de hipermetropía. El investigador de la UA

[iberempleos.es](#) [iberanuncios.es](#) [iberpisos.es](#) [ibercoches.es](#)

HEMEROTECA

[Volver a la Edición Actual](#)



**Encuentra tu mejor seguro**  
Con Ras encuentras el mejor seguro al mejor precio.  
[Tu comparador de seguros](#)



**Plan Es**  
PLAN of  
formas c  
mejorar l  
condicio  
de niños  
[Elige la](#)



concluye que, en el caso de la muestra seleccionada, existe una prevalencia de amétropes, es decir, aquellos que no necesitan compensación.

Los resultados de la investigación se publican el próximo 1 de marzo de 2012, de forma impresa, en la Revista Científica de Comunicación y Educación Comunicar, en el artículo titulado El color en spots infantiles: prevalencia cromática y relación con el logotipo de marca, firmado por Enrique Martínez, Juan Monserrat y Victoria Tur.

[ENVIAR PÁGINA »](#) [IMPRIMIR PÁGINA »](#) [AUMENTAR TEXTO »](#) [REDUCIR TEXTO »](#)

#### Nota del editor

Para comentar y/o votar esta noticia tienes que [identificarte](#) o estar [registrado](#)

Como usuario registrado te recordamos que sólo los lectores registrados pueden comentar noticias sin límite de caracteres, votarlas y compartirlas en redes sociales, y además podrás crear tu propio blog y participar en los concursos que ponemos en marcha periódicamente.

Te ofrecemos un espacio de debate, información y entretenimiento basado en el respeto, la transparencia y la pluralidad donde no tienen cabida los insultos, las descalificaciones y el spam.

Nos preocupamos porque los comentarios cumplan con la legislación vigente, no sean contrarios al honor, respeten a las personas, la libertad, no sean contrarios a la defensa de los menores y la igualdad entre las personas con independencia de sexo, raza o religión.

Regístrate, opina, debate y ayúdanos a construir tu medio de comunicación preferido.

### Esta página web no está disponible



No es posible encontrar el servidor de [tienda.informacion.es](http://tienda.informacion.es) porque se ha producido un error en la búsqueda de DNS. DNS es el servicio de red que traduce el nombre de un sitio web en su dirección de Internet. Este error suele ocurrir porque la conexión a Internet no está disponible o porque la red no está configurada correctamente. También se puede producir porque el servidor de DNS no responda o porque un



### El mejor cine en Internet

Accede al mejor cine de todas las épocas y las últimas novedades. Acción, terror, comedia, todos los géneros quedan al alcance de un click y sin cortes publicitarios.

[www.elcineonline.es](http://www.elcineonline.es)

[Cómo seleccionar y ver películas](#)

Publicidad



#### Ahorra hasta un 70%

¡Descubre los mejores restaurantes en tu ciudad!



#### CEF.-Oposiciones

¡Líderes en resultados! Preparación en presencia y a distancia. ¡Infórmate gratis! [www.cef.es](http://www.cef.es)



#### Calcula seguro de coche

Con Acierto.com pagarás hasta 500€ menos. Encuentra el más barato en sólo 3 min.



únete al **FACEBOOK** de **informacion.es**

**INFORMACION.ES**

Me gusta

A 14,452 personas les gusta **INFORMACIONES.**

Pep	Lidia	Miguel Ange	Eros	Daniela
Mar	Rafael	Daniel	Jaime	Vicente

INFORMACION.ES on Facebook



CONÓZCANOS: [CONTACTO](#) | [INFORMACION](#) | [LOCALIZACIÓN](#) | [CLUB INFORMACION](#) | [PROMOCIONES](#)

PUBLICIDAD: [TARIFAS](#) | [CONTRATAR PRENSA](#) | [CONTRATAR WEB](#)



INFORMACION.es es un producto de Editorial Prensa Ibérica

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos ofrecidos a través de este medio, salvo autorización expresa de INFORMACION.es. Así mismo, queda prohibida toda reproducción a los efectos del artículo 32.1, párrafo segundo, Ley 23/2006 de la Propiedad intelectual.



Otros medios del grupo Editorial Prensa Ibérica

Diari de Girona | Diario de Ibiza | Diario de Mallorca | El Diari | Empordà | Faro de Vigo | La Opinión A Coruña | La Opinión de Granada | La Opinión de Málaga | La Opinión de Murcia | La Opinión de Tenerife | La Opinión de Zamora | La Provincia | La Nueva España | Levante-EMV | Mallorca Zeitung | Regió 7 | Superdeporte | The Adelaide Review | 97.7 La Radio | Blog Mis-Recetas | Euroresidentes | Lotería de Navidad | Oscars | Premios Goya

[Aviso legal](#)