



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

**Σχολή Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού
Τμήμα Γραφιστικής & Οπτικής Επικοινωνίας**

**Μαρία Χριστίνα Βασιλοπούλου
15001**

ΤΙΤΛΟΣ ΘΕΩΡΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η επίδραση των χρωμάτων στην αντίληψη της γεύσης
και στο σχεδιασμό ψηφιακών διαδραστικών εφαρμογών

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Δρ Σοφία Μυτιληναίου
Επίκουρη Καθηγήτρια
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής**

Αθήνα, Ιούλιος 2024



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή:

**Δρ Σοφία Μυτιληναίου
Επίκουρη Καθηγήτρια
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής**

**Δρ Ρωσέτος Μετζητάκος
Επίκουρος Καθηγητής
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής**

**Δρ Ιωάννα Δελφίνο
Ακαδημαϊκός Υπότροφος
Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής**



ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Βασιλοπούλου Μαρία Χριστίνα του Βασιλείου με αριθμό μητρώου 15001 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών & Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα
Βασιλοπούλου Μαρία Χριστίνα

Περιεχόμενα

1. Περίληψη	5
2. Επίδραση των χρωμάτων στην αντίληψη της γεύσης	
2.1 Οπτική αντίληψη και γεύση	6
2.2 Χρώματα και πολιτισμικές διαφορές ανά τον κόσμο	6
2.3 Χρώματα στην Ισπανική γαστρονομία	10
2.4 Χρωματική επίδραση στα τρόφιμα από τις χρωστικές ουσίες	13
3. Χρωματική παλέτα και UI Design	
3.1 Η σημαντικότητα της χρωματικής παλέτας στο UI Design	15
3.2 Χρωματικοί συνδυασμοί	15
3.3 Παραδείγματα επιτυχημένων χρωματικών παλετών στο UI Design	17
4. Χρωματική παλέτα και Provecho	
4.1 Εισαγωγή	18
4.2 Τα χρώματα στον σχεδιασμό λογοτύπου	19
4.3 Τα χρώματα στον σχεδιασμό της εφαρμογής κινητού	20
5. Βιβλιογραφία	21

Περίληψη

Η πτυχιακή εργασία επικεντρώνεται στον σχεδιασμό μιας διαδραστικής ψηφιακής εφαρμογής κινητού, η οποία αφορά την γνωριμία με την ισπανική γαστρονομία και την μετέπειτα καθοδήγηση της γευσιγνωσίας της για κάθε (εν δυνάμει) ταξιδιώτη ξεχωριστά και άμεσο χρήστη αυτής. Στο θεωρητικό μέρος αναλύεται η επίδραση των χρωμάτων στην αντίληψη της γεύσης και των ψηφιακών εφαρμογών. Παρουσιάζεται η χρωματική επίδραση στην οπτική αντίληψη των τροφίμων, η σύνδεση των χρωμάτων με την ισπανική κουλτούρα και γαστρονομία αλλά και άλλων πολιτισμών ανά τον κόσμο και η σημαντικότητα της χρωματικής παλέτας σε εφαρμογές. Στο πρακτικό μέρος, παρουσιάζεται ο σχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας, της εφαρμογής και της προώθησής της.

Λέξεις - κλειδιά:

Εφαρμογή κινητού, σχεδιασμός εφαρμογής, προώθηση εφαρμογής, σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας, ισπανική γαστρονομία

2. Επίδραση των χρωμάτων στην αντίληψη της γεύσης

2.1 Οπτική αντίληψη και γεύση

Τα χρώματα έχουν άμεση επίδραση στο πώς ο άνθρωπος αντιλαμβάνεται τα φαγητά και αποτελούν σημαντικό κριτήριο που ξεκινάει από την αγοραστική επιλογή μέχρι την κατανάλωση. Το φαγητό αποτελεί καθημερινή ανάγκη για τον άνθρωπο, χρησιμοποιώντας και τις πέντε αισθήσεις του. Πιο συγκεκριμένα, η αίσθηση της όρασης είναι η πρώτη αίσθηση που ενεργοποιείται για να αξιολογηθεί αρχικά ένα φαγητό ή ποτό, μετά ακολουθούν οι υπόλοιπες και αν έχει φανεί κατάλληλο ή επιθυμητό για κατανάλωση, τότε ενεργοποιείται και η αίσθηση της γεύσης. Αυτό σημαίνει ότι τα μάτια στέλνουν σήματα στον εγκέφαλο πολύ πριν από τους γευστικούς κάλυκες. Άρα, η αντίληψη της γεύσης έχει ήδη προκαθοριστεί πριν καταναλωθεί το φαγητό ή ποτό. Αντιθέτως, όταν το χρώμα ενός τροφίμου είναι διαφορετικό από αυτό που είναι ήδη γνώριμο στον άνθρωπο, τον επηρεάζει και συχνά πιστεύει ότι θα έχει και διαφορετική γεύση. Ακόμα και η ένταση του χρώματος που θα έχει ένα φαγητό επηρεάζει την αντίληψη που δημιουργείται γι' αυτό, δηλαδή όσο πιο έντονο χρώμα έχει, τόσο περισσότερο δημιουργεί την αντίληψη ότι η γεύση θα είναι ισχυρότερη χωρίς όμως να ισχύει πάντοτε αυτό.

2.2 Χρώματα και πολιτισμικές διαφορές ανά τον κόσμο

Η χρωματική αντίληψη και η σημασία των χρωμάτων για τον κάθε άνθρωπο διαφέρει αφού υπάρχουν τόσο διαφορετικοί πολιτισμοί, αντιλήψεις, κουλτούρες, αλλά ακόμα και διαφορετικές προτιμήσεις και συνήθειες στα φαγητά και στα χρώματα αυτών αναλόγως που έχει γεννηθεί και ζει ο κάθε άνθρωπος. Το ίδιο χρώμα μπορεί να έχει διαφορετική σημασία αναλόγως τη χώρα που εντοπίζεται και χρησιμοποιείται έως και να έχει ακριβώς την αντίθετη έννοια. Αυτές οι διαφορές έχουν άμεση επίδραση στην αντίληψη του συμβολισμού ενός χρώματος αλλά και τις γευστικές προσδοκίες που έχουν οι άνθρωποι στα χρώματα των φαγητών. Παρακάτω πιο αναλυτικά ο συμβολισμός των χρωμάτων σε διαφορετικούς πολιτισμούς.

Το κόκκινο χρώμα στη Δύση συμβολίζει το πάθος, τη γιορτή, τη ζωντάνια, την αγάπη αλλά και τον κίνδυνο και τη βία. Ταυτόχρονα συμβολίζει τον θυμό, το πένθος και την προειδοποίηση για κάτι κακό.

Στους ασιατικούς πολιτισμούς το κόκκινο συμβολίζει την καλοτυχία και την ευημερία. Υπάρχει ως έθιμο ανήμερα της κινεζικής Πρωτοχρονιάς, τα παιδιά να παίρνουν δώρο κόκκινους φακέλους με χρήματα μέσα. Καθώς και οι νύφες επιλέγουν κόκκινο κιμονό την ημέρα του γάμου τους ως σύμβολο ευημερίας. Στην κινεζική γαστρονομία συναντάται συχνά σε παραδοσιακά πιάτα, σε γιορτές και πολιτισμικές συγκεντρώσεις. Το δημοφιλέστερο πιάτο είναι το Hong Shao Rou που το φτιάχνουν την Πρωτοχρονιά και εκτός από την προφανώς κόκκινη απόχρωση που έχει, αποτελεί σύμβολο τύχης για την χρονιά που ακολουθεί. Τέλος, το κόκκινο χρώμα είναι το επικρατέστερο στα μαγαζιά εστίασης, γιατί πιστεύουν ότι φέρνει τύχη και στους ίδιους τους ιδιοκτήτες αλλά και στους πελάτες.





Αντιθέτως, σε αρκετές χώρες όπως η Νότια Αφρική και η Κολομβία το κόκκινο αντιπροσωπεύει την ιστορία της. Συμβολίζει την αντίσταση, την δύναμη και την αντοχή των ανθρώπων, αλλά και την αιματοχυσία που συνέβη κατά την προσπάθεια της χώρας να ανεξαρτητοποιηθεί και να αποκτήσει ελευθερία. Γι'αυτό υπάρχει και στις σημαίες τους.



Το κίτρινο χρώμα συμβολίζει την ευτυχία, την ελπίδα, το φως, την δημιουργικότητα, την αισιοδοξία αλλά και το πένθος και τον φθόνο.

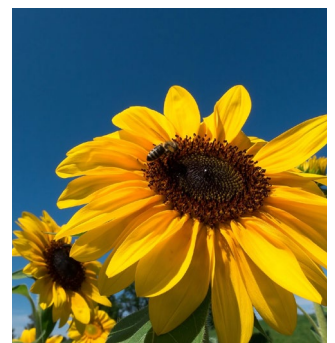
Στην Λατινική Αμερική και πιο συγκεκριμένα στο Μεξικό, το κίτρινο συμβολίζει τον ήλιο και είναι συνδεδεμένο με τις αναζωογονητικές του ιδιότητες. Το πιάτο που αποτελεί σήμα κατατεθέν είναι το κίτρινο ρύζι (arroz Amarillo), το οποίο είναι ρύζι βρασμένο με σαφράν ή κουρκουμά δίνοντάς του μια έντονη κίτρινη απόχρωση και συμβολίζει την καλοτυχία και την ευημερία.

Στην Ασία, το κίτρινο έχει διαφορετική σημασία αναλόγως τη χώρα. Στην Ιαπωνία, θεωρείται βασιλικό χρώμα με κύρος και συμβολίζει τη γενναιότητα και την ευημερία. Στην γαστρονομία, συναντάται στο σούσι με αυγά (tamago sushi), το οποίο συνοδεύει σημαντικές και ευτυχισμένες περιστάσεις όπως είναι ο γάμος και τα γενέθλια, συμβολίζοντας την ευτυχία και χαρά. Ενώ,

Στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και τον Καναδά, οι οικογένειες βάζουν κίτρινες κορδέλες στους εξωτερικούς τοίχους των σπιτιών και σε δημόσιους χώρους για να δείξουν ότι τιμούν και υποστηρίζουν και να διατηρήσουν την ελπίδα για τους δικούς τους, και όχι μόνο, ανθρώπους που βρίσκονται σε πόλεμο.

Στην Ευρώπη συνδέεται με τον καλό καιρό, τον ήλιο, την άνοιξη αλλά και την φιλοξενία, με εξαίρεση την Γερμανία και τη Γαλλία, που συνδέουν το κίτρινο με τη ζήλεια και τον φθόνο. Ωστόσο, στην Αίγυπτο έχει τελείως αντίθετη έννοια και συμβολίζει το πένθος.

Τέλος, στη Μέση Ανατολή και την Κολομβία συμβολίζει την αφθονία των φυσικών πόρων και του χρυσού που έχουν, παρόλο που αυτή η νοοτροπία συναντάται περισσότερο στις δυτικές χώρες.



Το πράσινο χρώμα συμβολίζει την υγεία, την φρεσκάδα, την ηρεμία, τη φύση, την τύχη αλλά και την απιστία.

Στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική αντιπροσωπεύει την καλοτυχία και το πιο δημοφιλές σύμβολο είναι το πράσινο τετράφυλλο τριφύλλι.

Στη Μέση Ανατολή το πράσινο χρώμα αποτελεί το σύμβολο της ζωής και της γονιμότητας. Στην κουζίνα τους, το πιο γνωστό πιάτο είναι ο ταμπουλές που αποτελείται από μαϊντανό, δυόσμο, μέντα, ντομάτα και πλιγούρι, όπου αποτελεί και σύμβολο υγείας και ζωτικότητας. Στην ταϊλανδέζικη γαστρονομία, το πράσινο συμβολίζει την ευεξία και την ισορροπία. Τα πιάτα που το αντιπροσωπεύουν είναι το Thai Green Curry και η Som Tum Thai (Πράσινη σαλάτα παπάγιας), η οποία περιέχει βασιλικό, κόλιανδρο και φύλλα λάιμ δημιουργώντας αναζωογόνηση στον οργανισμό.

Στην μεξικάνικη κουζίνα, το πράσινο χρώμα συμβολίζει την υγεία και τη φρεσκάδα. Η πιο δημοφιλής τους συνταγή και παραδοσιακή από την εποχή των Αζτέκων, η γουακαμόλε σως, είναι ουσιαστικά πολτοποιημένο αβοκάντο μαζί με λάιμ, κόλιανδρο, κύμινο, κρεμμύδι, σκόρδο και ψιλοκομμένη ντομάτα.

Στην Ινδονησία και την Κίνα έχει αρνητική σημασία το πράσινο και συμβολίζει την απιστία. Πιο συγκεκριμένα στην Κίνα, αν κάποιος άντρας φοράει πράσινο καπέλο θέλει να δείξει ότι η σύντροφός του τον απατάει.



Το άσπρο χρώμα δεν είναι μόνο ένα χρώμα αλλά η αντανάκλαση όλων των φωτεινών κυμάτων του ορατού φάσματος. Κυρίως συμβολίζει την αθωότητα, την αγνότητα, την πνευματικότητα και την ειρήνη. Όμως, σε κάποια μέρη του κόσμου έχει τον ακριβώς αντίθετο συμβολισμό, αυτόν του θανάτου και της δυστυχίας.

Στις περισσότερες χώρες, το άσπρο χρώμα συνδέεται άμεσα με τις θρησκείες. Αναλυτικότερα, επιλέγεται από τις γυναίκες για το νυφικό τους φόρεμα, συμβολίζοντας την αγνότητα. Στην καθολική Εκκλησία συμβολίζει την αφοσίωση και τη θυσία, γι' αυτό και ο Πάπας φοράει λευκά. Στον μουσουλμανισμό, οι προσκυνητές φοράνε μια λευκή ενδυμασία που ονομάζεται ihram και συμβολίζει την ισότητα όλων.

Στον ασιατικό πολιτισμό, το άσπρο συμβολίζει την αγνότητα και την πνευματικότητα. Πιο συγκεκριμένα, στην Ιαπωνική κουζίνα, υπάρχει η Shiru Nashi Men???, που σημαίνει καθαρή σούπα και αποτελείται από καθαρό, αγνό ζωμό και σερβίρεται συνήθως σε ειδικές περιστάσεις. Επίσης, το ρύζι μαγειρεμένο σε οποιαδήποτε μορφή αποτελεί βασικό τρόφιμο

της διατροφής τους και συμβολίζει την παράδοση.

Αντιθέτως, στην Ινδία, το άσπρο χρώμα συμβολίζει το πένθος, την πνευματικότητα και την καθαρότητα. Χαρακτηριστικό τους πιάτο είναι το dahi chawal, το οποίο είναι γιαούρτι με ρύζι και εκτός από πιάτο που μπορεί να καταναλωθεί σε καθημερινή βάση για ενέργεια και βοήθεια στην πέψη, καταναλώνεται σε κηδείες και περίοδο πένθος συμβολίζοντας την μετάβαση και τη γαλήνη. Επίσης, στην ελληνική κουζίνα, το τυρί φέτα, το πιο δημοφιλές λευκό τυρί στην χώρα αλλά και παγκοσμίως, συμβολίζει την παράδοση και την αυθεντικότητα.



Το μαύρο χρώμα είναι το ακριβώς αντίθετο του άσπρου αλλά έχουν ένα κοινό στοιχείο, ούτε το μαύρο χρώμα δεν είναι μόνο ένα, αλλά προέρχεται από την απορρόφηση όλων των φωτεινών κυμάτων του ορατού φάσματος. Αποτελεί το σύμβολο της κομψότητας, της δύναμης και της πολυπλοκότητας. Ταυτόχρονα όμως και του θανάτου, του πένθους και του μυστηρίου.

Στην Ευρώπη, την Αμερική, την Αφρική και την Μέση Ανατολή, συμβολίζει εδώ και αιώνες τον θάνατο και το πένθος, γι αυτό και στις κηδείες φορούν μαύρα ρούχα.

Στις ευρωπαϊκές χώρες και την Αμερική συνδέεται με την πολυτέλεια, τη δύναμη και την υψηλή κοινωνία. Αυτός είναι ο λόγος, που σε επίσημες εκδηλώσεις προτιμάται το μαύρο χρώμα σε ρούχα.

Στην Λατινική Αμερική και την Αφρική, συμβολίζει την αρρενωπότητα και την ωριμότητα. Στις χώρες της Ασίας, συμβολίζει την ενέργεια, το μυστήριο και την θηλυκότητα, με εξαίρεση την Ινδία, που εκεί αποτελεί το σύμβολο του κακού.

Όσον αφορά στη γαστρονομία, στη γαλλική συμβολίζει τη σκοτεινή γοητεία στην μαγειρική έκφραση, με χαρακτηριστικό τους πιάτο το μοσχαρίσιο ταρτάρ (tartare de boeuf), το οποίο αποτελείται από ωμό ψιλοκομμένο μοσχαρίσιο κρέας με μαύρο πιπέρι και άλλα καρυκεύματα. Στην ινδική κουζίνα υπάρχουν οι μαύρες φακές, οι οποίες είναι σύμβολο της δύναμης και της θρέψης.



Η σύνδεση των χρωμάτων με τους πολιτισμούς και εν συνεχεία με την γαστρονομία έχει πολυδιάστατη μορφή και αποτελεί μια συναρπαστική μελέτη του τρόπου με τον οποίο οι πολιτισμικές διαφορές διαμορφώνουν τις γαστρονομικές εμπειρίες, συνήθειες και προτιμήσεις. Τα χρώματα στα φαγητά δεν είναι απλώς αισθητικές επιλογές, αλλά βασίζονται σε βαθύτερα συμβολικά νοήματα που αντικατοπτρίζουν και τις πολιτιστικές αξίες και παραδόσεις, δημιουργώντας μια ποικιλία συναισθημάτων. Επομένως, η κατανόηση του συμβολισμού των χρωμάτων στα φαγητά μπορεί να ενισχύσει την εκτίμηση και τις γνώσεις του κάθε ανθρώπου για τις παγκόσμιες κουζίνες και τα πολιτιστικά πλαίσια από τα οποία προκύπτουν.

2.3 Χρώματα στην Ισπανική γαστρονομία

Στην ισπανική γαστρονομία κυριαρχούν τα έντονα και ζωντανά χρώματα. Συμβολίζουν την φρεσκάδα των υλικών που χρησιμοποιούν και την πλούσια γεύση που έχουν τα φαγητά τους. Τα χρώματα στα φαγητά δεν είναι μόνο αποτέλεσμα οπτικής ευχαρίστησης αλλά έχουν και πολιτισμική σημασία αναλόγως το μέρος που προέρχονται, καθιστώντας τα πέρα από ελκυστικά και ενδιαφέροντα στη γεύση, και σύμβολο της γαστρονομικής κουλτούρας και των παραδόσεων. Αυτή η σύνδεση δείχνει πόσο σημαντικά είναι τα χρώματα στα φαγητά, όχι μόνο γιατί ενισχύουν τη γεύση αλλά και για την πολιτισμική τους αξία.

Το κόκκινο χρώμα συναντάται σε φαγητά όπως:



Paella (παέγια), ως ένα από τα δημοφιλέστερα πιάτα της Ισπανίας, το οποίο φτιάχνεται με κόκκινο σαφράν, δίνοντας το χαρακτηριστικό χρώμα στο ρύζι μαζί με θαλασσινά ή κρέας ή και τα δύο μαζί.



Chorizo (τσορίθο), ένα πικάντικο, κόκκινο αλλαντικό καρυκευμένο με γλυκιά ή καυτερή πάπρικα, εξίσου ευρέως γνωστό.



Gazpacho (γκασπάτσο), σούπα με κύριο συστατικό της να αποτελεί η ντομάτα, σερβίρεται κρύα και προτιμάται τους καλοκαιρινούς μήνες για να προσφέρει δροσιά.



Sangria (σανγκρία), ίσως το πιο δημοφιλές ισπανικό ποτό, αποτελούμενο από κόκκινο κρασί, κομμάτια φρούτων, όπως πορτοκάλι, λεμόνι, μήλο και προαιρετικά η προσθήκη λίγου κονιάκ ή λικέρ, σερβίροντάς την παγωμένη.



Tinto de Verano (τίντο δε βεράνο), που σημαίνει κόκκινο κρασί του καλοκαιριού και είναι ένα ακόμη ισπανικό ποτό αλλά είναι πιο γνωστό στους ίδιους τους Ισπανούς, το οποίο αποτελείται από κόκκινο κρασί αναμεμειγμένο με λεμονάδα. Πιο εύκολο και πιο γρήγορο στην παρασκευή του από τη sangria αλλά και πιο γλυκό στη γεύση του. Σερβίρεται παγωμένο και προτιμάται προφανώς τους καλοκαιρινούς μήνες.

Το κίτρινο χρώμα σε φαγητά όπως:



Tortilla (τορτίγια), ονομάζεται η ισπανική ομελέτα και όσο ψήνεται παίρνει ένα χρυσαφένιο χρώμα. Η παραδοσιακή της συνταγή, είναι με την προσθήκη πατάτας και κρεμμυδιών, αλλά μπορείς να τη βρεις με πολλά και διαφορετικά υλικά μέσα.



Croquetas (κροκέτες), οι οποίες είναι φτιαγμένες από μπεσαμέλ και εξωτερικό πανάρισμα, επιτυγχάνοντας εξωτερικά την τραγανότητα και εσωτερικά την κρεμώδη υφή. Συνήθως, στην γέμιση περιέχει τυρί ή πατάτα ή τσορίθο ή jamon de serrano, επίσης ισπανικό δημοφιλές αλλαντικό.

Το πράσινο χρώμα σε φαγητά όπως:



Pimientos del piquillo (πιπεριές πικίγιο), που είναι πράσινες πιπεριές γεμισμένες με τυρί ή μπακαλιάρο.



Gazpacho verde (γκασπάτσο βέρντε), μια πράσινη παραλλαγή της κλασσικής σούπας γκασπάτσο, φτιαγμένη από πράσινα λαχανικά, όπως πράσινη πιπεριά, αγγούρι, πράσινες ντομάτες, σπανάκι ή ρόκα.

Το άσπρο χρώμα σε φαγητά όπως:



Bocadillos de calamares (μποκαδίγιο δε καλαμάρες), που ουσιαστικά είναι ψωμάκι σάντουιτς με τηγανητά καλαμαράκια και μαγιονέζα. Βέβαια, να σημειωθεί ότι τα bocadillos τα βρίσκουμε με διάφορα υλικά μέσα, όπως είναι jamon de serrano ή μπακαλιάρο ή τσορίθο.



Horchata (ορτσάτα), που είναι δημοφιλές παραδοσιακό δροσιστικό ρόφημα προερχόμενο από την Βαλένθια. Φτιάχνεται από ρύζι, γάλα, βανίλια, κανέλα και σερβίρεται με πάγο.

Το μαύρο χρώμα σε φαγητά όπως:



Arroz negro (μαύρο ρύζι), που είναι παραλλαγή της παέγιας, ρύζι μαγειρεμένο με μελάνι σουπιάς, δίνοντάς του αυτό το χαρακτηριστικό μαύρο χρώμα μαζί με θαλασσινά.



Calamares en su Tinta (καλαμάρες εν σου τίντα) που η ίδια η ονομασία σε προϊδεάζει ότι είναι καλαμάρια μαγειρεμένα στο ίδιο τους το μελάνι, δίνοντάς τους μια χαρακτηριστική μαύρη εμφάνιση. Το πιάτο αυτό συνήθως περιλαμβάνει κρεμμύδια, ντομάτες, σκόρδο, και λευκό κρασί, δημιουργώντας μια πλούσια και γευστική σάλτσα.

2.4 Χρωματική επίδραση στα τρόφιμα από τις χρωστικές ουσίες

Η οπτική εμφάνιση των τροφίμων είναι η πρώτη αίσθηση για τους καταναλωτές γιατί επηρεάζει άμεσα την αξιολόγηση που θα κάνουν για την αποδοχή ή την απόρριψη των προϊόντων.

Τα χρώματα των φρέσκων λαχανικών και φρούτων προέρχονται από φυσικές χρωστικές, που πολλές από αυτές αλλάζουν κατά τη διάρκεια της ωρίμανσης του λαχανικού ή του φρούτου. Οι κύριες χρωστικές που δείχνουν την ποιότητα του χρώματος είναι οι λιποδιαλυτές χλωροφύλλες (πράσινο), τα καροτενοειδή (κίτρινο, πορτοκαλί και κόκκινο), οι υδατοδιαλυτές ανθοκυανίνες (κόκκινο, μπλε), τα φλαβονοειδή (κίτρινο) και οι βεταλαΐνες (κόκκινο). Από την άλλη μεριά, η κατάψυξη των λαχανικών και των μαγειρεμένων φαγητών προκαλούν μια θαμπάδα στα χρώματα, η οποία είναι συνέπεια της υπερβολικής ξήρανσης λόγω ακατάλληλης συσκευασίας ή μεγάλης χρονικής διάρκειας αποθήκευσης. Ωστόσο, η κατάψυξη στα πουλερικά συνήθως δεν προκαλεί αλλαγές στο χρώμα. Ενώ, τα κόκκαλα και το κρέας κοντά σε αυτά μπορεί να γίνουν πιο σκούρα.

Όταν όμως, οι άνθρωποι παγκοσμίως κάνουν σπατάλη τροφίμων σε καθημερινή βάση και θέλουν να καταναλώνουν όλα τα φρούτα και τα λαχανικά κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου, ενώ δεν είναι η εποχή τους, αυτό έει ως συνέπεια την ανθρώπινη παρέμβαση. Επίσης, όταν το χρώμα ενός τροφίμου δεν συμβαδίζει με τις προσδοκίες του ανθρώπου, μπορεί να επηρεάσει την αντίληψή του για τη γεύση και το άρωμα και στη συνέχεια να το απορρίψει. Αυτή η ψυχολογική επίδραση χρησιμοποιείται συχνά από ορισμένες εταιρείες τροφίμων και ποτών για δικό τους όφελος. Επομένως, οι εταιρείες προσθέτουν χρωστικές ουσίες σε τρόφιμα, είτε συσκευασμένα, ή ακόμα χειρότερα σε φρέσκα, δίνοντας την ψευδαίσθηση της πιο έντονης γεύσης, αρώματος ή καλύτερης ποιότητας και ωρίμανσης. Καθώς και σε πολλά τρόφιμα προστίθενται ενισχυτικά χρωστικές ουσίες, διότι παρατηρείται απώλεια χρώματος στο στάδιο της παραγωγής μέχρι να φτάσει στους καταναλωτές, λόγω της έκθεσης στο φως, τις μεγάλες αλλαγές στη θερμοκρασία και τις συνθήκες αποθήκευσης. (Για παράδειγμα, σε εκτροφεία σολωμού, το χρώμα του είναι γκριζο και χρωματίζεται ροζ για να δημιουργήσει την ψευδή εντύπωση ότι το ψάρι είναι φρέσκο και καλής ποιότητας.)

Γι' αυτό και οι άνθρωποι συνηθίζουν να επιλέγουν τρόφιμα με έντονα χρώματα, ακόμα και αν γνωρίζουν ότι αυτά τα τρόφιμα μπορεί να περιέχουν χρωστικές ουσίες για να αποκτήσουν το ιδανικό χρώμα. Η προτίμηση αυτή οφείλεται στην ισχύ που έχει η επίδραση των χρωμάτων και μπορεί να κάνει τον άνθρωπο να θεωρήσει ότι τα πιο έντονα χρωματισμένα τρόφιμα, είναι πιο φρέσκα και γευστικά. Αυτή η επιλογή υπάρχει ακόμη και όταν τα τρόφιμα που δεν έχουν δεχτεί καμία απολύτως επεξεργασία έχουν ακριβώς την ίδια γεύση με τα επεξεργασμένα. Τέλος, τρόφιμα ή ποτά που έχουν χρωματιστεί με κάποιο άλλο χρώμα από το αναμενόμενο και αυτό είναι ήδη γνώριμο στον άνθρωπο, προκαλεί σύγχυση, με συνέπεια να μπερδεύεται στις γεύσεις.

Σε ένα πείραμα¹ που έγινε το 1980 παρατηρήθηκαν τα εξής: Σε ποτό με γεύση κεράσι, είχε χρωματιστεί με πράσινο ή πορτοκαλί χρώμα. Όταν οι συμμετέχοντες δοκίμασαν την πράσινη εκδοχή το 26% είπαν ότι έχει γεύση λάιμ, ενώ όταν δοκίμασαν από την πορτοκαλί εκδοχή το 20% είπαν ότι η γεύση είναι πορτοκάλι. Και κανένας από τους συμμετέχοντες δεν σκέφτηκε ότι η γεύση ήταν πορτοκάλι ή λάιμ όταν ήπιαν το ποτό με κεράσι κόκκινου χρώματος.

1. <https://ift.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1365-2621.1980.tb06562.x>

Το ίδιο πείραμα² ξανά έγινε το 2008 με μια σημαντική ανατροπή. Οι συμμετέχοντες ήξεραν εξ αρχής ότι τα χρώματα και οι γεύσεις των ποτών ήταν πιθανό να μην ταιριάζουν μεταξύ τους. Αλλά ακόμα και με αυτή την προειδοποίηση, οι συμμετέχοντες ήταν ακόμα πιο πιθανό να αναγνωρίσουν τις γεύσεις λανθασμένα. Όταν δοκίμασαν ένα ποτό πορτοκαλί χρώματος με γεύση φραγκοστάφυλο, λιγότερο από το 20% μπόρεσε να μαντέψει σωστά τη γεύση. Αυτό επιβεβαιώνει ότι το χρώμα είναι ένας ισχυρός ρυθμιστής των προσδοκιών. Ακόμη και αν ήξεραν ότι το χρώμα είναι λάθος, εξακολουθούσε να επηρεάζει την αντίληψή τους.

Μια ακόμη μελέτη χρησιμοποίησε ένα ασυνήθιστο τρόφιμο: παγωτό καπνιστού σολομού³. Στο πλαίσιο των πειραμάτων τους, οι επιστήμονες ζήτησαν από τους ανθρώπους να δοκιμάσουν αυτό το φωτεινό ροζ πιάτο. Προηγουμένως, έδωσαν σε διαφορετικούς συμμετέχοντες διαφορετικές πληροφορίες. Σε κάποιους είπαν ότι ήταν μια αλμυρή μους, σε άλλους ότι είχε το περίεργο όνομα "τρόφιμο 386" και οι υπόλοιποι δεν ήξεραν απολύτως τίποτα. Το ποσοστό των συμμετεχόντων που δεν είχαν καμία πληροφόρηση και είχαν μόνο οπτικά στοιχεία για να προχωρήσουν, μάλλον περίμεναν παγωτό φράουλα. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι προσδοκίες τους δεν εκπληρώθηκαν και δεν τους άρεσε. Είπαν ότι ήταν πολύ αλμυρό. Σε όσους ανήκαν στις άλλες δύο ομάδες, ωστόσο, το παρασκεύασμα άρεσε πολύ περισσότερο, ενώ κάποιοι είπαν ότι το καρύκευμα ήταν ακριβώς σωστό. Για άλλη μια φορά, οι προσδοκίες είναι ισχυρές και τα χρώματα συμβάλλουν στη δημιουργία αυτών των προσδοκιών.

Οι οπτικές ενδείξεις υπερτερούν της γευστικής πραγματικότητας, υποδεικνύοντας ότι η εικόνα των τροφίμων παίζει καθοριστικό ρόλο στις διατροφικές επιλογές και στην αντίληψη της γεύσης.

2. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329307001590>

3. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329308000384>

3. Χρωματική παλέτα και UI Design

3.1 Η σημαντικότητα της χρωματικής παλέτας στο UI Design

Η χρωματική παλέτα στο UI design είναι ένας συνδυασμός χρωμάτων που χρησιμοποιείται για το σχεδιασμό μιας εφαρμογής. Τα χρώματα που επιλέγονται να πλαισιώσουν την χρωματική παλέτα πρέπει να έχουν συνέπεια ως προς το brand (αν υπάρχει ήδη) και αυτό που εκπροσωπεί. Ο στόχος είναι να δημιουργήσει την βέλτιστη οπτική εμπειρία που θα επιτύχει τη συναισθηματική σύνδεση του χρήστη με το brand, και την κατανόηση ως προς αυτό.

Τα χρώματα δημιουργούν συναισθήματα, μεταφέρουν μηνύματα και επηρεάζουν. Είναι σημαντικό για κάθε χρωματική παλέτα στο UI design, να ληφθεί υπόψιν το target group που θα έχει, γιατί η σημασία των χρωμάτων διαφοροποιείται ανά πολιτισμό και περιοχή. Τα χρώματα πέρα από την αισθητική, έχουν να κάνουν και με την προσβασιμότητα, την οπτική αρμονία, και την επικοινωνία. Η επιτυχημένη επιλογή χρωμάτων έχει τη δύναμη να βελτιώσει την εμπειρία χρήστη, να τον καθοδηγήσει και να δημιουργήσει μια ελκυστική συνολική εμπειρία.

3.2 Χρωματικοί συνδυασμοί

Η χρωματική παλέτα αποτελείται από ένα συνδυασμό χρωμάτων με σκοπό να δημιουργήσουν αρμονία και οπτικά ελκυστικά αποτελέσματα. Ακολουθούν ορισμένοι συνδυασμοί χρωμάτων:

1) Μονοχρωματικός, αποτελείται από ένα χρώμα που πλαισιώνεται από άλλες αποχρώσεις και τόνους αυτού του χρώματος λόγω παραλλαγών στον κορεσμό και την φωτεινότητα. Χρησιμοποιείται συχνά για να δημιουργήσει μια καθαρή και συνεκτική εμφάνιση.



2) Αναλογικός, αποτελείται από χρώματα που βρίσκονται το ένα δίπλα στο άλλο στον χρωματικό κύκλο, δημιουργώντας αρμονία.



3) Συμπληρωματικός, αποτελείται από συμπληρωματικά χρώματα, δηλαδή αυτά που βρίσκονται το ένα ακριβώς απέναντι από το άλλο στον χρωματικό κύκλο, επιτυγχάνοντας μεγάλη αντίθεση και ζωντάνια αλλά ταυτόχρονα οπτική ισορροπία χωρίς να δημιουργεί σύγχυση στο ανθρώπινο μάτι.



4) Ημί-συμπληρωματικός, που είναι μια παραλλαγή του συμπληρωματικού συνδυασμού και περιλαμβάνει ένα βασικό χρώμα και τα δύο χρώματα δίπλα στο συμπληρωματικό του χρώμα, με σκοπό μεγαλύτερη αντίθεση.



5) Τριαδικός, αποτελείται από 3 χρώματα που είναι ομοιόμορφα τοποθετημένα το ένα από το άλλο στον χρωματικό κύκλο, διατηρώντας την αρμονία αλλά και μεγάλη αντίθεση.



6) Τετραδικός, αποτελείται από 2 ζευγάρια συμπληρωματικών χρωμάτων, προσφέροντας μεγαλύτερη ευελιξία και χρησιμοποιείται συνήθως για πιο σύνθετα σχέδια.



7) Τετραγώνου, που ουσιαστικά είναι μια παραλλαγή του τετραδικού συνδυασμού γιατί αποτελείται από 4 χρώματα, αλλά είναι ομοιόμορφα κατανομημένα στον χρωματικό κύκλο και σχηματίζουν ένα νοητό τετράγωνο, δημιουργώντας ποικιλία αποχρώσεων και επιτυγχάνοντας ισορροπία.



3.3 Παραδείγματα επιτυχημένων χρωματικών παλετών στο UI Design

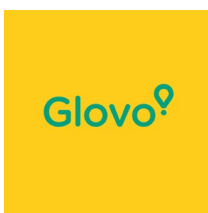


1. Το Facebook είναι μια από τις μεγαλύτερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης από το 2004 και οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να ενημερώνονται για θέματα και πρόσωπα που τους ενδιαφέρουν, ενώ έχουν τη δυνατότητα να σχολιάζουν και να μοιράζονται εικόνες, βίντεο, εκδηλώσεις κ.α.. Το μπλε χρώμα είναι γνωστό ότι δημιουργεί την αίσθηση της ασφάλειας, της εμπιστοσύνης και της ηρεμίας. Αυτές οι ιδιότητες

είναι ιδιαίτερα σημαντικές για μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης όπου οι χρήστες μοιράζονται προσωπικές πληροφορίες.

Η χρήση μιας μονοχρωματικής παλέτας με διάφορες αποχρώσεις του μπλε βοηθά στη δημιουργία μιας συνεπούς εμφάνισης, που ενισχύει την εταιρική ταυτότητα και βοηθάει στην αναγνωρισιμότητα του brand.

Το μπλε είναι χρώμα που δεν κουράζει τα μάτια, οπότε είναι σημαντικό για πλατφόρμες που χρησιμοποιούνται για μεγάλα διαστήματα. Ο συνδυασμός του μπλε με το λευκό δημιουργεί καθαρότητα και απλότητα στο UI design, που διευκολύνει την πλοήγηση και την ανάγνωση του περιεχομένου.



2. Το Glovo είναι μια ισπανική εταιρεία ντελίβερι που επιτρέπει στους χρήστες να παραγγέλνουν και να παραλαμβάνουν διάφορα προϊόντα, από φαγητό μέχρι φαρμακευτικά είδη, μέσω μιας εφαρμογής για κινητά. Το κίτρινο προκαλεί συναισθήματα χαράς και αισιοδοξίας, κάνοντας τους χρήστες να αισθάνονται θετικά για την υπηρεσία. Το πράσινο συνδέεται με τη φρεσκάδα και την αξιοπιστία, προωθώντας την εμπιστοσύνη και την άνεση των χρηστών. Ο αναλογικός συνδυασμός δημιουργεί μια έντονη

αλλά αρμονική αντίθεση. Το κίτρινο είναι ζωντανό και χαρούμενο, ενώ το πράσινο συνδέεται με την ηρεμία και την υγεία. Αυτός ο συνδυασμός βοηθά στη δημιουργία μιας ελκυστικής και φιλικής εικόνας ως προς τον χρήστη.

Επίσης, είναι επιτυχημένος ο συνδυασμός των χρωμάτων γιατί ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές του, όπως το Deliveroo (που χρησιμοποιεί το γαλάζιο) και το Uber Eats (που χρησιμοποιεί το μαύρο και το πράσινο).

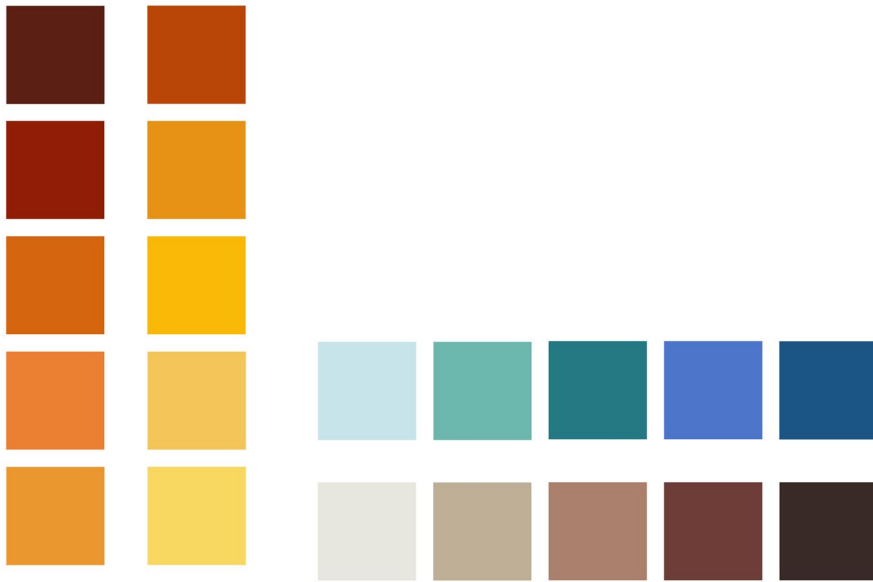
4. Χρωματική παλέτα και Pronecho

4.1 Εισαγωγή

Η αρχική ιδέα του brand ξεκίνησε από την σκέψη ότι θα ήθελα το όνομα να έχει άμεση σύνδεση με το περιεχόμενο της εφαρμογής και να είναι ένα πρώτο στοιχείο, στο τι θα συναντήσει ο χρήστης στη συνέχεια. Όλοι οι Ισπανοί όταν σερβίρουν το φαγητό, είτε σε εστιατόριο, είτε στο σερβίρει στο σπίτι κάποιο μέλος της οικογένειας, λένε την φράση «buen pronecho». Το οποίο σημαίνει «καλή όρεξη» ή «απολαύστε/απόλαυσε το γεύμα σας/σου». Όταν όμως είναι πιο οικείο και φιλικό το περιβάλλον θα ακουστεί και σκέτο το «pronecho» που έχει ακριβώς την ίδια σημασία και είναι πιο σύντομο. Αφού βρέθηκε το όνομα, συνέχισα με την δημιουργία του moodboard για να καταλήξω στην χρωματική παλέτα, της οποίας στόχος είναι να εκπέμπει εμπιστοσύνη, ζεστασιά, αισιοδοξία, φιλικότητα και καλή ενέργεια ως προς τον χρήστη. Ταυτόχρονα, να είναι αναγνωρίσιμο το brand, να τραβάει την προσοχή και να το συγκρατεί στη μνήμη του ο χρήστης ή παρατηρητής.

Το moodboard και η διαδρομή για την τελική χρωματική παλέτα





4.2 Τα χρώματα στον σχεδιασμό λογοτύπου



Το κίτρινο χρώμα συμβολίζει την εμπιστοσύνη, την αισιοδοξία, την καλή ενέργεια, την αναγνωρισιμότητα και τραβάει την προσοχή. Το πορτοκαλί χρώμα συμβολίζει τη ζεστασιά και τη φιλικότητα. Ο χρωματικός αναλογικός συνδυασμός αυτών των δυο προσφέρει αρμονία αλλά και αντίθεση, δημιουργώντας ευχάριστη και προσιτή εικόνα προς τους χρήστες, καθώς και ευκολία στην ανάγνωση.

4.3 Τα χρώματα στον σχεδιασμό της εφαρμογής κινητού



Για το σχεδιασμό της εφαρμογής κινητού χρησιμοποιήθηκαν και τα 5 χρώματα. Το κίτρινο και το πορτοκαλί παραμένουν τα κύρια χρώματα του brand και έρχονται ως δευτερεύοντα χρώματα, αλλά εξίσου σημαντικά να πλαισιώσουν την χρωματική παλέτα. Το βεραμάν συμβολίζει την ηρεμία και δίνει μια αίσθηση φρεσκάδας και σε συνδυασμό με το κίτρινο και το πορτοκαλί δημιουργεί ισορροπία με τα πιο θερμά χρώματα της χρωματικής παλέτας. Το καφέ σκούρο προστέθηκε για να προσθέσει αντίθεση και να δώσει έμφαση σε σημαντικές πληροφορίες. Η κύρια χρήση του χρώματος αυτού είναι στα κείμενα. Το απαλό γκρι προσφέρει καθαρότητα και απλότητα, κάνοντας το περιεχόμενο με αυτό το χρώμα να είναι πιο ευανάγνωστο και προσβάσιμο στον χρήστη.

Η προσθήκη αυτών των τριών χρωμάτων δημιουργεί ένα ισορροπημένο και ελκυστικό χρωματικό σύνολο που μπορεί να βελτιώσει την αναγνωρισιμότητα και την ευχρηστία της εφαρμογής κινητού. Οι καθαρές και έντονες αποχρώσεις βοηθούν στη δημιουργία ενός ευχάριστου και φιλικού περιβάλλοντος για τον χρήστη.

5. Βιβλιογραφία

1. <https://flavourjournal.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13411-015-0031-3>
2. <https://ift.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1365-2621.1993.tb09364.x>
3. <https://www.foodunfolded.com/article/how-does-colour-affect-the-way-we-eat#:~:text=Colour%20and%20taste,brown%20and%20black%20with%20bitterness>
4. <https://www.shutterstock.com/blog/color-symbolism-and-meanings-around-the-world>
<https://www.interaction-design.org/literature/article/ui-color-palette#:~:text=A%20UI%20color%20palette%20is%20essential%20for%20establishing%20visual%20harmony,users%20seamlessly%20through%20the%20interface.>
5. <https://www.interaction-design.org/literature/article/ui-color-palette#:~:text=A%20UI%20color%20palette%20is%20essential%20for%20establishing%20visual%20harmony,users%20seamlessly%20through%20the%20interface.>
6. <https://www.uxpin.com/studio/blog/color-schemes-for-apps/>
7. <https://ift.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1365-2621.1980.tb06562.x>
8. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329307001590>
9. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329308000384>
10. <https://jobs.glovoapp.com/wp-content/uploads/2021/12/glovo-yellow-bookpptx-compressed.pdf>
11. https://www.canr.msu.edu/news/eating_with_all_five_senses_sight
12. <https://www.ramotion.com/blog/color-in-ux-design/>
13. https://eriksen.com/marketing/color_culture/