

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

LA PSICOLOGÍA DEL COLOR Y SU APLICACIÓN A ESPACIOS HABITACIONALES

Autor: Manuel Alejandro Cervantes García

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciado en Diseño de Interiores y Ambientación**

**Nombre del asesor:
M.E. ARO. Eduardo Montes Esquivel**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





LA PSICOLOGÍA DEL COLOR Y SU APLICACIÓN A ESPACIOS HABITACIONALES

UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

Escuela de Diseño de Interiores y
Ambientación

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
Licenciado en Diseño de Interiores y
Ambientación

PRESENTA
Manuel Alejandro Cervantes García

ASESOR
M.E. ARQ. Eduardo Montes Esquivel

CLAVE: 16PSU0010U
R.V.O.E.: LIC121128

Morelia, Michoacán. Octubre, 2019.

AGRADECIMIENTOS

A mis amados padres quienes me han enseñado a buscar mi propio camino, se han convertido en mis maestros, y por ello se ganaron mi amor y mi respeto.

A mis hermanas Yunuen y Laura; a mi hermano Carlos, amigos del alma, cómplices y compañeros de vida.

A mis profesores por su paciencia y sus conocimientos transmitidos; a mi asesor por todo su apoyo.

A mis amistades que tanto han sumado a mi vida, a aquellas personas que sin darse cuenta me han dado las mejores lecciones de vida.

GRACIAS

ÍNDICE

| | |
|----|---|
| 8 | RESUMEN |
| 9 | INTRODUCCIÓN |
| 10 | JUSTIFICACIÓN |
| 12 | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA |
| 14 | HIPÓTESIS |
| 15 | OBJETIVO GENERAL |
| 16 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS |
| 17 | ALCANCE DEL PROYECTO |
| 18 | CAPÍTULO 1 - HISTORIA DEL COLOR |
| 23 | 1.1. PRIMERAS TEORÍAS DEL COLOR |
| 34 | CAPÍTULO 2 - LOS COLORES Y SU CLASIFICACIÓN |
| 40 | 2.1. PRIMERAS TEORÍAS DEL COLOR |

ÍNDICE

| | |
|----|--|
| 42 | CAPÍTULO 3 - PSICOLOGÍA DEL COLOR |
| 45 | 3.1. SIGNIFICADO PSICOLÓGICO DE LOS COLORES |
| 50 | CAPÍTULO 4 - EFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL |
| 54 | 4.1. COLORES FRÍOS EN EL ESPACIO HABITACIONAL |
| 55 | 4.2. COLORES CALIDOS EN EL ESPACIO HABITACIONAL |
| 56 | 4.3. COLORES NEUTROS EN EL ESPACIO HABITACIONAL |
| 58 | CAPÍTULO 5 - RELACIÓN ESPACIO, USUARIO Y COLOR |
| 60 | 5.1. VIVIENDA, SIGNIFICADO Y ACTIVIDADES |
| 62 | 5.2. COLOR Y SU INFLUENCIA |

ÍNDICE

| | |
|-----|--|
| 63 | CAPÍTULO 6 - PSICOLOGÍA DEL COLOR |
| 65 | 6.1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO |
| 66 | 6.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN |
| 67 | 6.3. METODOLOGÍA |
| 68 | SALA |
| 94 | COCINA |
| 120 | COMEDOR |
| 146 | RECÁMARA |
| 172 | CONCLUSIONES DEL ESTUDIO |
| 173 | CONCLUSIÓN |
| 174 | REFERENCIAS |

Psicología del color enfocada a espacios habitacionales en una tesis orientada a temas de interés para la comunidad creativa de diseñadores especializados en interiorismo.

Una Investigación teórica encaminada hacia la disciplina de Interiorismo y el correcto uso de uno de los elementos más importantes del mundo del diseño, el Color como protagonista; su historia a través de los años, sus primeros usos y significados, su evolución y aplicación.

Para corroborar esta teoría, se ha llevado a cabo un estudio práctico. ¿Qué develaran los resultados de este estudio? ¿A caso han cambiado las percepciones de las personas a través de los años? Estas y otras numerosas respuestas que servirán como punto de referencia para la correcta utilización del color en el espacio habitacional.

El desarrollo de esta investigación se compone de una serie de temas significativos dirigidos al entendimiento de la aplicación del color dentro del espacio habitacional y los efectos sensoriales producidos a sus habitantes.

Iniciando con datos interesantes acerca de la Historia del color, su uso, su fabricación y la evolución que este ha tenido al pasar de los años. Antecedentes que funcionan para entender las primeras teorías acerca de su composición y la interesante manera en que es captado; Artistas, filósofos y científicos aportaron sus propias conjeturas que fueron innovándose al pasar de los años.

Estos precedentes dieron origen a diferentes clasificaciones tonales de acuerdo con sus características atribuidas tales como el tono, valor y saturación. Sin embargo, más allá de estas propiedades físicas, se comenzaron a investigar los efectos sensoriales que cada

tonalidad es capaz de producir, a este nuevo descubrimiento se le denominó Psicología del color. Hoy en día estos descubrimientos han sido de utilidad para crear espacios que resalten sus cualidades, llenos de carácter, pero, sobre todo, que genere efectos de bienestar al hombre.

Esta estructura teórica sirvió para llevar a cabo un estudio con la finalidad de encontrar respuestas a las atribuciones referentes a Psicología del color enfocada a espacios habitacionales.

Como bien lo dice Verner Pantón, "Elegir colores no debería ser un juego de azar. Debería ser una decisión consciente. Los colores tienen un significado y una función." Apropiémonos de conocimiento y usémoslo como herramienta creadora de sensaciones únicas.

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales tiene como principal objetivo ayudar a mejorar la calidad de vida del hombre.

“La vivienda tiene un significado psicológico profundo más allá del puramente instrumental de cobijo y lugar donde se desempeñan las conductas domésticas. A través de la vivienda tiene lugar la satisfacción de numerosas aspiraciones, motivaciones y valores personales, manifestándose, este lugar y sus contenidos” (Clare, 1995).

Se puede decir entonces que las conductas llevadas a cabo por el habitante se relacionan directamente con el espacio en el que residen, “Vivienda” como lo menciona Clare.

Tener la oportunidad de utilizar la suma de objetos, dimensiones y tonalidades para conducir a un estado psíquico conductual favorecedor como finalidad de una vida confortable e incluso dar carácter personal distintivo, creando atmosferas únicas.

¿Cómo podría repercutir la paleta de color en las sensaciones de los habitantes dentro de un espacio?, recordemos que podemos encontrar organizadas las tonalidades en cálidas y frías; dentro de las cálidas se

JUSTIFICACIÓN

encuentran los rojos, naranjas y amarillos; como su nombre lo indica estas generan sensaciones de temperatura calurosa, pueden inclusive dar una percepción visual de pequeñez en los espacios debido a su efecto de acogimiento.

Por el otro lado se encuentran los colores fríos; verdes, azules y violetas. Otorgan al contrario de las cálidos, sensaciones de frescura dentro de los espacios. Por su efecto de distanciamiento, se podrían percibir espacios con mayor amplitud visual.

Con estas características atribuidas a los colores, se le suman además las percepciones individuales de cada persona de acuerdo a sus experiencias vividas, como lo menciona en su libro *Psicología del color: Como actúan los colores sobre el sentimiento y la razón*, la psicóloga Eva Heller (2004) , “Colores y sentimientos no se combinan de manera accidental, y que sus asociaciones no son cuestiones de gusto, sino de experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en nuestro lenguaje y nuestro y nuestro pensamiento”.

Amplia es la diversidad de tonalidades de cada color, y muchas las combinaciones, por ello es importante estudiarlos para aplicarlos a nuestro favor. Tener un conocimiento básico de las nociones psicológicas del color que sirvan para la creación de espacios que optimicen su potencial.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A través de los años, el Diseño Interior ha incrementado su importancia de la mano con la evolución del hombre, formando parte de la transformación ayudando a mejorar su calidad de vida.

Estudios e investigaciones de especialidades acerca de Interiorismo y espacios habitacionales han permitido entender el estilo de vida del hombre, permitiendo con ello otorgar soluciones que satisfagan sus diferentes necesidades habitacionales cotidianas.

La interacción que se tiene cotidianamente en relación con el espacio que habitamos y los elementos que lo conforman, influyen consciente o inconscientemente en nuestro comportamiento. El mobiliario, la disposición de éste, Iluminación natural, iluminación artificial, elementos decorativos, arte, texturas y color; trascienden en la percepción que cada individuo concibe.

“Dentro de la Arquitectura, el diseño y el arte, existen elementos de carácter intangible, como es el caso de la luz y el color, que influyen o ayudan al espectador en su proceso de percepción. El color es un elemento fundamental en cualquier composición, es el contacto visual mayor que tiene el ser humano con el entorno” (Aguirre, 2016).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Anteriormente el color era considerado como un elemento más dentro de la decoración, posteriormente se han descubierto estímulos producidos que van más allá de una asociación vana. ¿Qué sentimientos genera una estancia con muros amarillos?, ¿Cuál es la actitud de una ama de casa cocinando en un espacio color rojo?, ¿Los dormitorios con tonos azules generan descanso o melancolía? Las respuestas a estas preguntas pueden ayudarnos a entender y conducir el uso del color en espacios habitacionales, desarrollando así, beneficios múltiples al hombre.

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales es una temática de interés para profesionales afines al Interiorismo, por ello la importancia del acercamiento, investigación y desarrollo de este elemento intangible primordial usado en la decoración.

Hoy en día son pocas las investigaciones que se pueden encontrar sobre este tema, abriendo con ello la oportunidad de generar información novedosa que sirva a las generaciones pasadas, presentes y futuras a entender las necesidades del hombre y generar respuestas con soluciones integrales utilizando como herramienta siempre acertada, el color.

Con el presente trabajo se pretende otorgar información que sirva como guía a las personas interesadas en el campo del diseño interior, mediante la utilización de un manual que explique los posibles impactos generados a través del uso del color y la relevancia que tiene la correcta elección de tonalidades, aprovechando así las múltiples posibilidades cromáticas dando como resultado actitudes positivas, productivas y de bienestar al hombre en el medio en que lleva a cabo la mayor parte de sus actividades, su hogar.

OBJETIVO GENERAL

Generar un manual de diseño orientado a la aplicación del color dentro de los ambientes interiores habitacionales a través de una investigación que identifique las percepciones, significados y usos de este elemento, tomando en cuenta grupos de usuarios específicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los diferentes colores, así como su uso e interpretación.
- Analizar la propiedad que el uso del color tiene para transformar los espacios habitacionales y la percepción dimensional generada.
- Identificar los efectos sensoriales producidos por el color aplicado en espacios habitacionales.
- Realizar una investigación acerca de la relación entre la correcta selección cromática y los efectos generados al beneficiario en su vida cotidiana.
- Analizar los diferentes colores, su significado y sus recomendaciones de aplicación en espacios habitacionales.
- Desarrollar una propuesta del uso del color según su percepción.

ALCANCE DEL PROYECTO

Rrealizar un estudio acerca de las aplicaciones del uso del color en espacios habitacionales aplicado a un grupo de usuarios según su rango de edad, seleccionando colores determinados analizados desde el enfoque de la psicología del color y el influjo de este; revelar conexiones mentales existentes entre sensaciones, estados de ánimo e incluso respuestas directas al organismo del individuo.

1

CAPÍTULO

HISTORIA DEL COLOR

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales

Los colores se conocen desde que el hombre ha existido, y se puede afirmar que es un elemento esencial en el diseño universal; los colores interactúan con el entorno mediante diferentes elementos: flores, árboles, cielo, tierra, fuego y animales; tienen un papel importante para los humanos, y desde siempre ha existido un profundo interés en conocer mejor este tema; Antes de comenzar, es importante entender su definición y detenerse a preguntar:

¿Cómo se puede definir un elemento intangible como lo es el color? ¿Qué es? ¿Cómo se forma?

Esto dice el libro *Color, espacio y estilo*: “El color es el resultado del modo como un objeto absorbe o refleja la luz del espectro visible. Un objeto que el ojo percibe como rojo absorbe todos los colores a excepción del rojo, que es el que refleja. El blanco se suele describir como el reflejo de todos los colores, mientras que el negro se describe

como la absorción de todos ellos” (Grimley & Love, 2012).

Pareciera que se habla de magia al darte cuenta que el color que observas refleja todos los colores menos el que ves, un fenómeno fabuloso; Ahora bien, este puede ser captado a través del ojo, un órgano igualmente maravilloso.

Janet Turner (2000) en su artículo *Diseño con luz en espacios públicos* explica cómo ingresa la luz al ojo humano y cómo de esta manera se perciben los tonos que irradia.

“La luz nos permite ver, el ojo reacciona ante ella en dos formas: dentro del ojo, los nervios sensores llamados bastones detectan la intensidad de la luz; otros sensores llamados conos analizan el color de los objetos percibidos en una mezcla de tintes rojo, amarillo y azul”.

El artículo de Verónica Chauvie y Adriana Risso (2003) en su investigación *Color y*

Arquitectura enuncian la luz como “Una forma de energía capaz de estimular a nuestro órgano de la visión de manera que permite distinguir claramente la forma, el tamaño y el color de los objetos que nos rodean”.

Se entiende entonces que el color tiene como principal atributo la luz, y dependiendo de la frecuencia de ésta es el resultado del tono generado, Chris Grimley y Mimi Love (2012) hablan sobre esto en su libro *Color, Espacio y Estilo*:

“El color es un fenómeno físico, y la variedad de colores se extiende más allá de lo que el ojo humano es capaz de percibir. En cada extremo del espectro visible de luz están las imperceptibles luces infrarrojas y ultravioletas. En medio está el espacio de color humano. Este modelo se observa cuando la luz se refracta en un prisma y el ojo identifica las longitudes de onda de los diferentes colores (cuyo número se considera en torno a los diez millones) como un arcoíris”.

Por otro lado, los autores Sánchez Ramos y Caldera Gonzales (2016) en su artículo

La significación del color y su importancia para la divulgación de la ciencia. Un enfoque cualitativo, describen:

“Desde el momento en que la luz está en el cerebro, por cada punto en la retina se produce un código que lleva a una correspondiente sensación de color. La materia y la estructura molecular dependen del poder de absorción de una parte de la luz y el resto que no es absorbido, sino reflejado. Al resto de la luz que entra en el ojo de un observador se le denomina estímulo y es una radiación energética incolora, sin embargo, los colores dependen de la composición espectral de la iluminación existente”.

Pero el atributo de percibir colores no es algo exclusivo del hombre, algunos otros seres vivos tienen esta capacidad, como lo señala el autor Manlio Brusatin (1987) en su libro *Historia de los colores*:

“A diferencia de casi todos los mamíferos, el hombre ve en colores, tal como los peces, los reptiles, los pájaros, y algunos insectos, laboriosos o efímeros, como la abeja o la libélula. Esta

es una condición de sensible incertidumbre sobre la que se ha apoyado cualquier teoría científica sobre la esencia de los colores”.

Pues bien, esta retribución de percibir colores casi exclusiva del humano, ha ido tomando importancia e interés; se ha buscado y elaborado infinidad de estudios, experimentos y teorías desde diferentes perspectivas; científicas, artísticas, culturales y sociales. La era primitiva desembocaba en colores elaborados a través de materiales naturales.

“La primera elaboración material y artística, se tiende a limitar a tres los colores primitivos: blanco, negro, ocre, tal como aparece y cuaja el blanco de las calces y de los yesos, el negro de los carbones, el rojo amarillento de las arcillas o de las tierras ferruginosas” (Brusatin, 1987).

Conocer acerca de los procedimientos y materiales utilizados por el hombre en la prehistoria no es solamente interesante, sino también importante, ya que forma parte de nuestra historia como humanidad.

“Al analizar las características de las pictografías y los restos de utensilios prehistóricos en los yacimientos con pinturas rupestres se ha desvelado parte del procedimiento de trabajo de estos artistas primitivos. Se empleaban por lo general uno o dos colores. El rojo es el color más frecuente junto con negro, ocre, amarillo y blanco en distintas gradaciones resultado de la mezcla de pigmentos. Para la creación de pinturas se usaban pigmentos minerales molidos (óxidos de hierro y manganeso, hematita, limonita, arcilla y yeso) y carbones vegetales. El pigmento en polvo era aplicado directamente o aglutinado con otras sustancias o fluidos orgánicos (grasa y resina) para modificar la calidad de la pintura y aumentar su fijación y permanencia sobre el soporte” (Lasso, 2018).

Por supuesto no era suficiente una gama tan limitada obtenida con materias naturales; la vida avanza, las necesidades aumentan y se vuelven más exigentes. La industria como surgimiento después del asentamiento del hombre tras vivir como nómada, trajo

consigo nuevas técnicas, nuevos procesos; un avance gigantesco para la sociedad.

“Toda investigación sistemática sobre el color sugiere, en la segunda parte del siglo XIX, el programa disciplinado de la variedad moderna de los objetos coloreados, desarrollando, al mismo tiempo, los horizontes de la producción y la difusión industrial. La nueva experiencia químico-productiva del color eliminaba la percepción anterior de los colores obtenida por mezclas locales y secretas de tintes que utilizaban plantas e insectos, donde la calidad del color se refería y estaba en estrecha relación con los largos tiempos de elaboración” (Brusatin, 1987).

Actualmente podemos encontrar un sinfín de tonos, combinaciones y acabados a través de una amplia gama de proveedores especializados, inclusive sistemas de color diferenciados, dependiendo del enfoque a utilizar desde digital, imprenta y textiles; utilizando diferentes técnicas de aplicado que logran efectos específicos para trabajos detallados. Pantone es una empresa ejemplo de la utilización del color hoy en día.

“Pantone proporciona un lenguaje universal de color que permite tomar decisiones críticas de color en cada etapa del flujo de trabajo para marcas y fabricantes. Más de 10 millones de diseñadores y productores de todo el mundo confían en los productos y servicios de Pantone para ayudar a definir, comunicar y controlar el color, desde la inspiración hasta la realización, aprovechando la avanzada tecnología para lograr consistencia cromática en diversos materiales y acabados para gráficos, moda y diseño de productos” (Pantone, 2019).

En este primer capítulo se hizo referencia acerca del concepto color, su proceso para ser captado por el ojo humano y también de sus antecedentes dentro de la historia que servirá como introducción al siguiente subtema.

1.1 PRIMERAS TEORÍAS DEL COLOR.

Las diferentes analogías y acercamientos respectivos al color, fueron creando hipótesis sustentadas con estudios de

diferentes personalidades que al pasar de los años se perfeccionaban creando nuevas teorías. Colores primarios, colores complementarios y combinaciones del color; se aproximaban a respuestas mejor sustentadas. Artistas y filósofos comenzaron a generar teorías, de los primeros, Platón.

“Según Platón desde el punto de vista filosófico se entiende el fenómeno de ver color como tres fenómenos que se suceden en simultáneo, uno de ellos son lo que él llama “llamas” (fuego) que emana del objeto, el segundo es las llamas que emanan de nuestros ojos al ver algo, a este fenómeno Platón lo llama el flujo visual; Estos dos fuegos se ven influenciados por un tercer elemento que es la luz diurna. Al cruzarse estos tres elementos en la atmosfera nos permite ver los colores” (Dulude, 2014).

Platón genera una hipótesis meramente especulativa, pero novedosa para su época. Además de esta teoría, realizó su propia clasificación de colores.

“Los diez colores del espectro propuesto por Platón

se forman de la combinación de los 4 elementos y su interacción entre sí; también se ven afectados por el material del objeto que posee el color y la forma como esta propiedad interactúa con los elementos. Los diez colores propuestos por Platón son más bien reacciones naturales de los elementos y espacios que habitaba el hombre a los que él llamó: Rojo sangre, castaño rojizo (color del sol), púrpura (color de la noche), gris amarronado, rojo amarillento, gris, ocre, azul oscuro, verde azulado y verde suave” (Dulude, 2014).

Esta teoría Platónica fue adoptada por algún tiempo, hasta el surgimiento de una nueva hipótesis creada por Aristóteles, la cual sugiere:

“Aristóteles se basa no tanto en el estudio de las propiedades de la luz, sino más bien en la transparencia, y de cómo los objetos son transparentes y se percibe su color según su grado de transparencia donde el blanco es la máxima transparencia y el negro lo opuesto. El resto de los colores se producían de la variedad de proporciones entre el blanco y el negro. Estudiando pues

los efectos de la transparencia nos dicen que el ojo ha de ser un elemento acuoso a diferencia de Platón y su teoría de los fuegos, y que por ser un elemento transparente se le permite ver los colores. Aristóteles propone una teoría de siete colores que encuentran apoyo en las siete notas musicales pero que vienen de la observación del fenómeno del paso del día a la noche; Blanco, amarillo, rojo, violeta, azul profundo y negro” (Dulude, 2014).

Platón y Aristóteles hacían estudios con poco sustento científico, hasta que Issac Newton tuvo la primicia de tener su propia teoría sustentada.

“Newton experimentó con las diferentes propiedades de la luz, mientras buscaba una forma de crear un cristal que no fuera redondo y llegó a la forma conocida como prisma, con está comenzó sus cavilaciones. Oscureció una habitación creando solo un agujero redondo pequeño para permitir el paso de la luz solar y así poder controlar el rayo, luego lo hizo pasar por el prisma obteniendo la descomposición de la luz en una serie de colores. Newton fue el primero en analizar y experimentar con este rayo para poder comprender que los colores no eran pues relacionado a los elementos o a los objetos sino puramente cualidades de la luz. Descubrió también que la posición del prisma, el ángulo o su formación permitía ver determinados colores, y que estos se originan a partir de su capacidad de ser refractados, donde el rojo se refracta menos y el violeta más” (Dulude, 2014).

Ilustración 1, Teoría de los 7 colores de Aristóteles, Artículo de revista Teoría del color, 2014



HISTORIA DEL COLOR

De esta manera, Newton elabora un catálogo de colores divididos en 2 grupos, clasificación muy cercana a lo que conocemos hoy en día como colores primarios y colores secundarios.

“Existen pues según Newton, dos tipos de colores, originales y simples y colores creados de la mezcla de los anteriores los originales son rojo, amarillo, verde, azul y violeta juntos con naranja e índigo. Algunos de estos colores pueden ser obtenidos de la mezcla de otros como el verde que se obtiene al mezclar la luz azul con la amarilla. Deduce que si mezclas dos colores que no se encuentran lejos entre sí en el espectro entonces producen un color intermedio como rojo y amarillo producen naranja, pero si mezclas dos colores que están muy separados entre sí en el espectro no obtienes el color intermedio por ejemplo naranja y azul no producen verde. Pero lo más sorprendente era por supuesto el blanco que se formaba de la composición de todos los colores primarios mezclados en las proporciones adecuadas. Eso explica que la luz es blanca y que a través del prisma al dar con un ángulo

determinado se descomponía en la luz que refractaba ese ángulo particular” (Dulude, 2014).

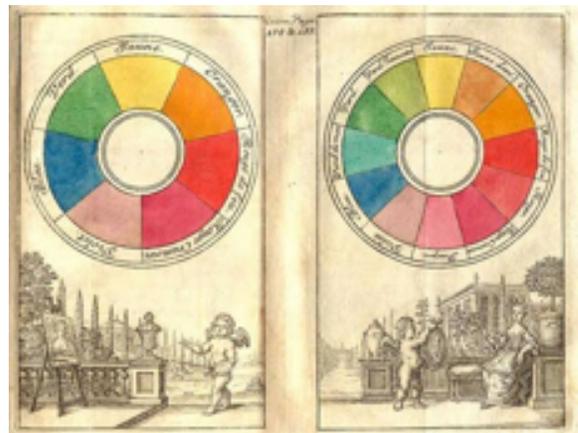


Ilustración 2, Teoría de Colores Originales y Colores Creados de Isaac Newton, Artículo de Revista Teoría del color, 2014.

Sintetizada la información anterior en el libro *Color, Espacio y estilo*, en donde los autores Chris Grimley y Mimi Love (2012) hacen también referencia al círculo cromático que elaboró Newton.

“En su libro “Óptica” (1706), Isaac Newton dividió la luz blanca en siete colores: naranja, amarillo, verde, azul, añil, violeta y rojo, que ordenó en un círculo dividido en sectores de dimensiones proporcionales al peso del color, de forma que su giro diera como resultado el color blanco. La materialización del color de Newton en un sistema matemático permitió una experimentación cuantificable”.

Issac Newton logró crear un parteaguas entre la comunidad científica con sus conclusiones publicadas. Todo parecía tener respuesta, hasta que Thomas Young, científico inglés, refutó esta teoría en 1806.

“Young propone que la visión se da no por el ángulo de incidencia con el que la luz da en el ojo como sugería Newton, sino que los colores viajaban con una frecuencia determinada (cómo la música) y que daba en tres tipos de conos que formaban la retina y que nos permitía por reacción a esta vibración ver el color, donde el color rojo era el que más estimulaba la retina. Estos tres conos en la visión y la mezcla de estos nos permiten

ver los diversos colores así pues tenemos que el amarillo se forma de similares partes de rojo y verde con muy poca luz azul” (Dulude, 2014).

Se puede entonces apreciar la diferencia entre las teorías Newton-Young. El primero determinaba que un rayo viajaba en ondas y estas permitían ver el color según la posición del ojo, mientras que Young argumentaba que la luz se desplazaba en ondas, pero que estas tenían una vibración.

Diferentes teorías, diferentes personajes; desde Platón y Aristóteles con estudios meramente especulativos, hasta Issac Newton y Thomas Young con sus descubrimientos científicos. Sin embargo, los estudios continuaban y el siguiente en hacer su aportación fue el matemático y físico escocés James Clerk Maxwell.

“En 1849, Maxwell comenzó sus estudios del color. Basándose en la teoría de Newton sobre los colores y la luz, Maxwell dedujo que, si se colocaba un foco con filtro rojo, uno azul y uno verde al proyectar las luces la

unión produciría el blanco, pero además en la intersección de estos rayos se producían nuevos colores. Entonces separa los colores en colores primarios luz, formados por el rojo, verde y azul que sumados dan la luz blanca, por eso se les conoce también como aditivos y los colores sustractivos o secundarios que son el cian, magenta y el amarillo, que se formaban a partir de la intersección de los colores aditivos. La suma de los colores sustractivos además producía el negro. Este conocimiento le valió la primera fotografía tomada a color, mediante el juego de filtros y luces. Maxwell además fue el primero en mencionar las tres variables que caracterizan a un color: tono, tinte y sombra” (Dulude, 2014).

Newton logró entonces crear un sistema cuantificable, Thomas Young descubrió que las ondas de luz vibran y estas vibraciones determinan el tono percibido, James Clerk Maxwell clasifica los colores en primarios luz y sustractivos o secundarios. Pero no solamente es la parte científica cuantificable la que conforma el color, existe también la parte cualitativa enfocada a los

atributos sensoriales producidos. En los siguientes párrafos se darán a conocer personajes y sus atribuciones enfocadas a cualidades sensoriales, teorías desde un punto de vista artístico.

“Moses Harris fue un entomólogo y grabador que vivió entre 1730 y 1788. En su afán con plasmar los insectos que había estudiado poseía un conocimiento considerable del grabado y sus técnicas, esto lo llevó, como a muchos artistas, al estudio de las combinaciones de colores y creó en 1776 el primer círculo cromático que muestra a los colores de manera equidistante que contiene 18 tonalidades diferentes. Harris hace una especificación de los colores que utilizó llamados bermellón, amarillo del rey y ultramarino y para hacer claras a los demás estas tonalidades las comparó con el color de una fruta o de una flor tanto como de un pigmento, sin embargo, esta ya no es una forma de identificación de su paleta pues muchas de estas muestras varían de color según nuestra percepción. El aporte de Harris es casi matemático, él divide a los colores en dos grandes principales, rojo, azul

“Philipp Otto Runge nació en 1777, fue pintor, pero con un comienzo tardío y una muerte muy temprana en 1810. Su estudio de color fue el resultado natural de su trabajo como pintor y de su mente curiosa. Animado por sus amistades escribió un tratado sobre la mezcla de color que pensó ayudaría a la comunidad científica a entender las propiedades volumétricas de la esfera, pero mediante un estudio de color donde el blanco y el negro eran los polos opuestos, su interés principal estaba en la representación de objetos con volumen en la pintura, tratando de que esta impresión fuese lo más fehaciente posible, y comprendió que la mezcla de colores de la forma y proporción correcta facilitarían su entendimiento. Su estudio no se basa en el estudio de la luz tan directamente como es un estudio directo de los pigmentos. Separó los tres primarios rojo, azul y amarillo del blanco y del negro, considerando a estos últimos como las sombras y luces de la paleta y reduciendo todo a estos cinco colores. En el esquema publicado en su trabajo nos muestra dos esferas, una hacia el blanco y una hacia el negro donde demuestra no solo

la mezcla de los colores con sus adyacentes sino hacia los polos con blanco o negro, creando pues a pesar de la bidimensionalidad la propuesta volumétrica de una esfera. Así también determina el valor del color complementario cuando se pinta pues un objeto de un solo color y como el volumen está entonces determinado por el complemento del color, usando la distancia entre los colores, tomando como referencia el centro del círculo cromático” (Dulude, 2014).

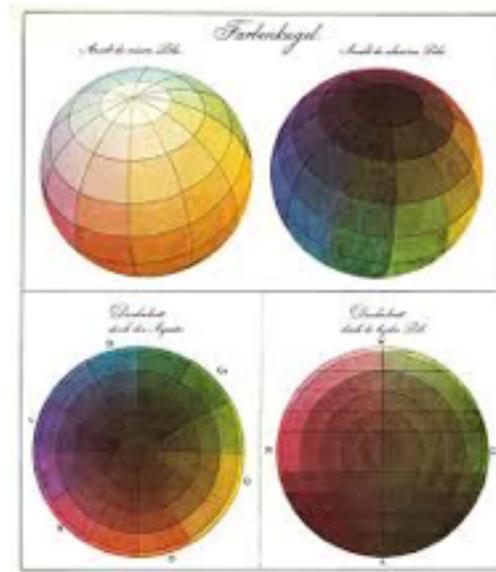


Ilustración 4, Esfera de color de Philipp Otto Runge, Artículo de revista Teoría del color, 2014.

Los estudios de Philipp Otto Runge fueron primordiales para continuar desarrollando su propuesta de esfera tridimensional.

“El poeta alemán Johann Wolfgang Von Goethe y el pintor romántico Philipp Otto Runge desarrollaron la teoría del color (en, respectivamente, *Theory of Colours* [Teoría de los Colores] de 1807 y *Farben Kugel* [La esfera de los colores] de 1810) para incorporar los efectos subjetivos del color: el contraste de los colores complementarios, las ilusiones ópticas de las imágenes que persisten cuando el estímulo ha cesado y las sombras de la luz coloreada. También asociaron el color con la emoción, clasificando ciertos colores como cálidos y otros como fríos” (Grimley & Love, 2012).

“A Goethe se le conoce por su estudio del color que sobrepasa lo científico para embarcarse en lo psicológico. Según su teoría nuestra posibilidad de ver el color no se basa solo en la luz, o las propiedades de cada objeto como se había postulado antes sino también en un tercer elemento que él denomina la percepción

psicológica de este color. Él no realiza un círculo cromático sino más bien una especie de triángulo subdividido en otros triángulos, en el cual coloca los colores amarillo, rojo y azul en los extremos, y los colores surgidos de su combinación en el centro” (Dulude, 2014).



Ilustración 5, Triángulo cromático de Johann Wolfgang Von Goethe, Artículo de revista Teoría del color, 2014.

Indagaciones que, hasta la fecha, se pueden dar por sentadas como primeros estudios que develaban la influencia tan importante de sensaciones

generadas a través del uso de los colores. Avance primordial respecto a la psicología del color y que más adelante serviría para dar una aplicación cromática con un fin específico.

“A comienzos del siglo XX surgieron dos teorías del color en la Bauhaus de Weimar que continúan ejerciendo una influencia en la forma en que entendemos el color en la actualidad. La primera surgió de las enseñanzas de Johannes Itten, que desarrolló la rueda de color de 12 tonos, Itten identificó siete normas de contraste que estudiaban, de un modo científico, los efectos subjetivos de la combinación de colores, su proporción y armonía” (Grimley & Love, 2012).

Claramente era necesaria una organización más clara y estructurada acerca de una gama tan extensa de colores, sumando tonalidad, claridad y saturación. Albert Munsell logró crear este sistema retomando y mejorando la esfera tonal que había propuesto Philipp Otto Runge, pero esta vez atribuyéndole propiedades al color, mismas que sirvieron para organizar de una mejor manera

los diferentes tonos encontrados en cada color, como bien lo menciona Chris Grimley y Mimi Love (2012) en su libro *Color, espacio y estilo* a continuación.

“En la década de 1900, el norteamericano Albert Munsell desarrolló un sistema de análisis del color basado en el tono, la claridad y la saturación. Estos conceptos forman un modelo tridimensional que, a partir de una relación circular de los tonos, permite describir cada color mediante una notación decimal. Munsell también limitó la nomenclatura de su sistema de color, refiriéndose al naranja como rojo-amarillo para evitar confusiones. Su segundo término, claridad, describe las cualidades de saturación, identifica un color según se mueve hacia adentro, desde el perímetro de tonos hasta el eje vertical de la claridad”.

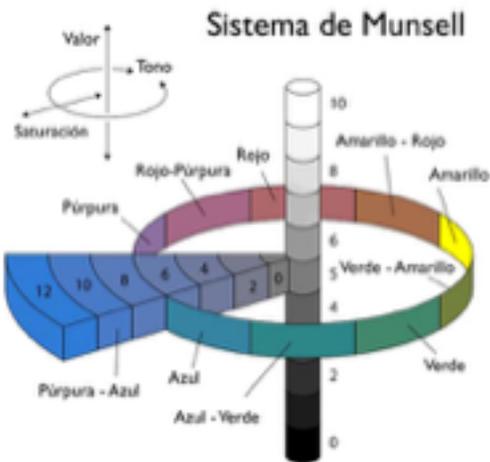


Ilustración 6, Sistema Cromático de Albert Munsell, Artículo web Molinari Pixel, 2019.

Esta información ha sido de utilidad para comenzar a entender el concepto color y su estudio a través de generaciones, antecedentes históricos con hipótesis desde diferentes perspectivas, científicas, artísticas y psicológicas.

2

CAPÍTULO

LOS COLORES Y SU CLASIFICACIÓN

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales

LOS COLORES Y SU CLASIFICACIÓN

Se pueden encontrar 2 grupos importantes de colores relacionados a la temperatura que estos generan, “Están clasificados en grupos de cálidos (amarillos y rojos) y fríos (verdes y azules). El fundamento de esta división radica simplemente en la sensación y experiencia humana más que en una razón de tipo científica” (Moreno, 2005).

En comparativa con Verónica Chauvie y Adriana Risso (2003) de su artículo Color y Arquitectura; “Es usual clasificar los colores desde el punto de vista psicológico según la sensación que producen. Llamamos cálidos a los tonos rojos, anaranjados y amarillos y fríos a los azules y violetas. La mayor calidez o frialdad de un color se determina por su mayor tendencia a los tonos que se acaban de mencionar”.

-Colores cálidos

“Los colores cálidos en matices claros: Cremas y rosas, sugieren delicadeza, feminidad, amabilidad, hospitalidad y regocijo.

Los matices oscuros con predominio de rojo, vitalidad, poder, riqueza y estabilidad” (Moreno, 2005).

“Los colores cálidos parecen avanzar hacia el observador y hacen que este concentre su atención en ellos” (Chauvie & Risso, 2003).

“Por asociación la luz solar y el fuego al rojo-anaranjado, al amarillo, etc. La distinción entre colores cálidos y colores fríos es bastante corriente “ (Moreno, 2005).

-Colores fríos

“Se los considera por asociación con el agua al azul, violeta y verdoso. Los colores fríos en matices claros expresan delicadeza, frescura, expansión, descanso, soledad, esperanza y paz. Los matices oscuros con predominio de azul, melancolía, reserva, misterio, depresión y pesadez” (Moreno, 2005).

LOS COLORES Y SU CLASIFICACIÓN

“Los colores fríos parecen retroceder hacia el observador” (Chauvie & Risso, 2003).

“Estos sistemas sirven como punto de partida para entender las complejas relaciones de equilibrio, proporción, armonía y efecto que pueden producir las combinaciones de colores” (Grimley & Love, 2012).

Además de diferentes colores, se pueden encontrar diferentes tonalidades, con diferente saturación y claridad tal como se mencionó anteriormente. Para ello la elaboración de Círculos Cromáticos ha sido esencial como parte del ejercicio complementario en el que se puede tener un mejor alcance y entendimiento, algo parecido al arcoíris, un claro ejemplo natural del orden en los colores.

“Para comprender y representar las relaciones estructurales entre colores primarios, secundarios y terciarios, se utilizan esquemas gráficos; cada autor tiene su propia forma de representación que va desde el círculo cromático hasta representaciones tridimensionales” (Chauvie & Risso, 2003).

Círculo Cromático de Newton.

“En su intento por desarrollar una teoría del color, Newton fue el primero en entender que los colores no se ordenaban de forma lineal, sino que existían en un continuo. El círculo cromático se representa con el blanco en el centro y los colores dispuestos en orden alrededor del disco. Cada color tiene un peso o proporción que lo equilibra dentro del sistema” (Grimley & Love, 2012).

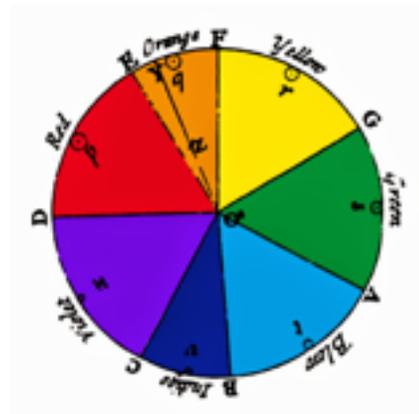


Ilustración 7, Círculo cromático de Issac Newton, Artículo web Arte & Oficio, 2019.

LOS COLORES Y SU CLASIFICACIÓN

Círculo Cromático de Johannes Itten.

“Johannes Itten desarrolló su círculo cromático basándose en los colores primarios rojo, amarillo y azul. A partir de este sencillo punto de partida, dos mezclas sucesivas dan como resultado 12 tonos. Itten no creyó que fuera necesario ampliar el círculo 24 o 100 tonos, ya que la complejidad del sistema de nomenclatura que estableció hacía difícil identificar los diferentes colores” (Grimley & Love, 2012).



Ilustración 8, Círculo cromático de Johannes Itten, Página web Steban Cardona, 2019.

LOS COLORES Y SU CLASIFICACIÓN

Esfera de color de Munsell.

“En el sistema de Munsell los tonos se ordenan sobre el perímetro de una esfera, la claridad según el eje vertical (arriba, claro; abajo, oscuro) y la saturación según el horizontal. Munsell también desarrolló una nomenclatura que permitió identificar cualquier color de un modo sencillo” (Grimley & Love, 2012).

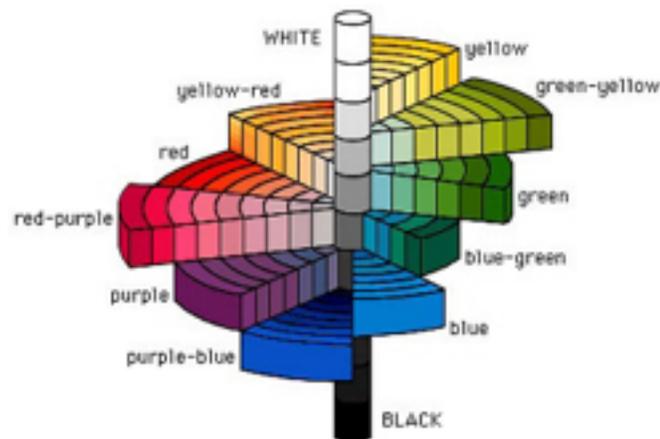


Ilustración 9, Sistema Munsell, Artículo web Robert Swain, 2019.

2.1 PROPIEDADES DEL COLOR.

La luz es el atributo principal del color como se mencionó anteriormente, pero en realidad el color cuenta además con más propiedades, dichas propiedades fueron mencionadas por primera vez por Philipp Otto Runge; valor, tinte o matiz e intensidad o saturación.

“El sistema de visión humana permite ver una extensa gama de colores, en donde intervienen el matiz, la saturación y el brillo; esto, debido a que la percepción del color, depende principalmente de la longitud de onda de la luz, mientras que la amplitud incide en el brillo y la pureza, en la saturación” (Pelaez, Gómez, & A., 2016).

Para entender mejor estos conceptos, a continuación, se describen cada uno de ellos.

Valor

“Es la intensidad luminosa del color. Es la cantidad de luz que puede reflejar una superficie. Una escala de valores tonales tiene como externos el blanco y el negro. Agregando negro, blanco o

gris, se introduce un componente acromático. El valor se modificará y también el nivel de intensidad. El tono resultante será más claro o más oscuro y más neutral.” (Moreno, 2005).

Tinte-Matiz

“Son las características cromáticas del color. Es la sumatoria de longitudes de onda que puede reflejar una superficie. El principio sobre el que descansa el matiz, se denomina mezcla sustractiva. Solo en el espectro o bajo condiciones especiales encontramos colores monocromáticos. Es decir que el color que vemos en los pigmentos es en realidad una sensación compuesta.” (Moreno, 2005).

Intensidad (Saturación)

“Es la intensidad cromática del color. Es el grado de pureza de tinte que puede reflejar una superficie. Un color saturado es aquel que se manifiesta con todo su potencial cromático, inalterado, completo.” (Moreno, 2005)

Explicado de una manera más explícita, Manlio Brusatin (1987)

LOS COLORES Y SU CLASIFICACIÓN

en su libro Historia del color explicaba también con sus propias palabras el significado de estas propiedades pertenecientes al color:

“Las más elementales e intuitivas formas de percepción cromática, como la tonalidad (el color dominante respecto a los grupos de materiales colorísticos de la comparación), la brillantez (el resplandor o la cantidad de luz que acompaña al tinte esfumado o descolorido), la saturación (el tono decidido y cargado de los colores plenos que en alguna medida atraen una intensidad y pureza mayores de la materia)”.

Hasta este punto entonces se puede tener ya un conocimiento del color, su significado, su composición, como es percibido, su historia y sus propiedades. Es momento de encausarse al ámbito psicológico y el significado que se le ha atribuido a cada uno.

3

CAPÍTULO

PSICOLOGÍA DEL COLOR

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales

La influencia que los colores ejercen sobre el humano es innegable. Cómo explicar el hecho de acceder a una habitación y sentirse de pronto molesto, somnoliento, hambriento e inclusive melancólico sin que haya algún estímulo externo social que pudiese ser la causa de esas emociones; este fenómeno es lo que se le ha denominado Psicología del color. No es otra cosa que el cerebro siendo estimulado a través de los ojos con frecuencias de luz, pero eso no lo es todo. Las sensaciones evocadas están conectadas también desde un punto social y personal creado en la suma de valores, ideologías y tradiciones.

Cómo se mencionó en el capítulo 1, los antecedentes de las sensaciones producidas por el color fueron estudiadas por primera vez por el poeta alemán Johann Wolfgang Von Goethe y el pintor romántico Philipp Otto Runge, quienes en su artículo de Teoría de los colores (1807) y La esfera de los colores (1810), desarrollaban una guía respecto

a los efectos generados por el color. Eva Heller (2004) en su libro Psicología del color: Como actúan los colores sobre el sentimiento y la razón sostiene por otro lado que “los colores y los sentimientos no se combinan de forma accidental, sus asociaciones no son cuestiones de gusto por el contrario refieren experiencias universales”.

Es entonces que se reafirma que las sensaciones creadas a través del color, están relacionadas con las experiencias de cada individuo, tal como lo menciona Goethe.

“Cómo se establece, la percepción individual está sujeta a la subjetividad de cada ser, sin embargo, Goethe logra establecer que, para muchos, por razón de alguna regla natural o asociación, reaccionábamos de manera similares a los mismos colores, con lo que lanzó su compendio de significados psicológicos” (Dulude, 2014).

A pesar del gran aporte por parte de Johann Wolfgang Von Goethe

acerca de la psicología del color, no fue una idea aceptada en un principio, tal como lo menciona Abril Matos Dulube (2014) en su artículo Teoría del color.

“Las teorías de Goethe fueron duramente criticadas en principio por su fuerte oposición a los postulados absolutistas de Newton, pero también por el grado de subjetividad que incidía sobre dicha teoría. Muy a pesar de esto, Goethe es el padre de la psicología del color y de su teoría se desprenden la gran cantidad de teorías modernas de dicho tema”.

La psicología del color ha sido importante motor desde entonces y aplicada en diferentes campos y áreas específicas con un fin determinado; Mercado de tecnología, industria de la moda, señalética, por mencionar algunos ejemplos; en este caso el enfoque será dirigido al área de Diseño Interior. El siguiente párrafo ayuda a entender mejor este enfoque:

“La psicología del color tiene gran importancia y aplicabilidad desde el punto de vista arquitectónico. Los colores asociados a objetos o superficies

pueden crear efectos de proximidad, lejanía, aumento o reducción de espacios, influir el estado de ánimo de las personas y crear un determinado clima ambiental” (Chauvie & Risso, 2003).

En este capítulo se pudo corroborar la importancia que tiene el uso del color aplicado en los espacios habitacionales, su función e interacción con el entorno y sus ocupantes.

3.1 SIGNIFICADO PSICOLÓGICO DE LOS COLORES.

A la suma de características, propiedades y sensaciones se les ha otorgado un significado del que la mayoría coincide. Aspectos psicológicos que conectados entre sí desarrollan un ejercicio no solo banal aplicado a los espacios habitacionales, sino que además funciona como guía para obtener respuestas especiales que inducen a un propósito auxiliar para el humano y su interacción con el espacio; sensaciones inducidas, estímulos, según el texto Introducción al color mencionado a continuación.

“El individuo constantemente es estimulado por el entorno que lo rodea, y cada objeto emite una señal estimulante al sujeto, la cantidad de información es variable y este la recibe simultáneamente, reaccionando ante cada estímulo de forma particular; a este proceso de recibir información del exterior a través de los órganos del cuerpo se le llama percepción; en el caso de la excitación del órgano de la visión se denomina percepción visual” (Gonzales, Fernandez, & Cuevas, 2005).

Esta percepción visual es el comienzo para tener una asociación psicológica y con ello generar sensaciones, dependiendo del color seleccionado; Goethe con su hipótesis comienza otorgándole significado a cada color.

“El significado de algunos colores según Goethe, eran de tipo universal. El rojo alentaba a la emoción y la imaginación, mientras que el azul generaba una sensación de frío y contemplación” (Dulude, 2014).

Goethe entonces hizo un listado de colores y su significado

psicológico, presentado a continuación.

“AZUL: Es el color de la inteligencia, la sabiduría, la reflexión y la paciencia. Induce al recogimiento, proporciona una sensación de espacio abierto, es el color del cielo y el mar en calma, y así evoca también paz y quietud. Actúa como calmante, sosegando los ánimos e invitando al pensamiento” (Dulude, 2014).

“ROJO: Está relacionado con el fuego y evoca sensaciones de calor y excitación. Es el color de la sangre y el fuego, el color de Marte, símbolo de la violencia, de la pasión sensual; sugiere acción, impulso; es el color del movimiento y la vitalidad. Aumenta la tensión muscular, activa un cierto estado de alerta en el cerebro” (Dulude, 2014).

“AMARILLO: Es el color del sol. Para Goethe posee una condición alegre, risueña, es el color del optimismo. El amarillo tiene las cualidades del sol, es el color del poder y la arrogancia, pero también de la alegría, el buen humor y la buena voluntad; es un color estimulante” (Dulude, 2014).

“VIOLETA: El violeta es el color de la madurez y la experiencia. En matiz claro expresa profundidad, misticismo, misterio, melancolía, es el color de la intuición y la magia; en su tonalidad púrpura es símbolo de realeza, suntuosidad y dignidad” (Dulude, 2014).

“NARANJA: Mezcla de amarillo y rojo, tiene las cualidades de ambos, aunque en menor grado. Para Goethe es el color de la energía, un color para temperamentos primarios, que gusta a niños, bárbaros y salvajes porque refuerza sus tendencias naturales al entusiasmo, al ardor, a la euforia.” (Dulude, 2014).

“VERDE: El verde significa la llegada de la primavera, simboliza la juventud y la esperanza. Por ser el color de la naturaleza, de los prados húmedos, sugiere aire libre y frescor; este color es reconfortante; libera al espíritu y equilibra las sensaciones” (Dulude, 2014).

“Las teorías de Goethe fueron duramente criticadas en principio por su fuerte oposición a los postulados absolutistas de Newton, pero también por el grado de subjetividad que incidía sobre dicha teoría. Muy a pesar de esto, Goethe es el padre de la psicología del color y de su teoría se desprenden la gran cantidad de teorías modernas de dicho tema” (Dulude, 2014).

A continuación, un listado descriptivo detalladamente en comparación con el análisis anterior de Goethe sobre los múltiples

significados psicológicos de los colores según el autor Víctor Manuel Moreno Mora en su artículo de Psicología del color y la forma (bloque efectivo).

“BLANCO: Síntesis de todos los colores, en sentido positivo significa perfección, pureza, verdad, inocencia, gloria, integridad, firmeza, obediencia, elocuencia, iniciación, perdón. En sentido negativo puede representar frialdad, poca vitalidad, vacío, ausencia”.

“VIOLETA: Abarca los matices conocidos como añil, índigo violeta, lila y morado. Significa humildad, retiro, recogimiento, religiosidad, tolerancia, intuición, sabiduría, temperancia. Pero también nostalgia, melancolía, conformismo, soledad extrema. Color propio de los arrepentidos, penitentes, deprimidos, así como de personas de débil vitalidad, frioleras, viejas antes de tiempo”.

“ESCARLATA: Abarca los matices conocidos como carmín, carmesí, escarlata y púrpura. Significa grandeza, dignidad, sabiduría. Pero también indignación, dogmatismo, egoísmo”.

“ROJO: El más cálido de los colores, estimula y dinamiza. Significa amor, sacrificio, audacia, optimismo, victoria. Pero también sangre, fuego, agresividad, pasiones violentas”.

“NARANJA: El más generoso de los colores y punto de equilibrio entre la lívido y el espíritu. Significa confianza en sí mismo, vigor,

estimulo vital. Pero también puede significar tentación lujuriosa, orgullo, ambición”.

“AMARILLO: Color del sol y del oro, significa luz, inteligencia, constancia, nobleza. Pero también envidia, avaricia, hipocresía”.

“VERDE: Color de la naturaleza en primavera. Significa esperanza, fe, respeto, servicio, amistad. Pero también angustia y ansiedad. Al veneno se le acostumbra a representar en color verde”.

“AZUL: El más frío e inmaterial de los colores. Color del infinito, del cielo y del mar, significa fidelidad, justicia, verdad, caridad. Pero también miedo, desvarío”.

“GRIS: Color del plomo, del tiempo lluvioso, de las rocas. Como el beige y el marrón, es un color neutro que evoca un poder suave y sutil, el recuerdo de la infancia. Su significado es mucho más favorable cuando aparece limpio y claro que cuando es sucio y oscuro. Significa sensatez, experiencia, sentido común, justa medida entre mentalidad y emotividad, entre actividad y pasividad. Pero puede significar depresión, indiferencia, astucia y engaño. Las hojas secas al marchitarse adquieren el color beige”.

“NEGRO: Negación de todos los colores, simboliza la noche, la nada, el abismo, las tinieblas. Significa rigor, prudencia, honestidad, seriedad, elegancia. Pero también tristeza, luto, inconsciencia, odio”.

4

CAPÍTULO

EFFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales

EFFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL

Hablar de efectos sensoriales es hablar de emociones, de las cuales se puede decir lo siguiente.

“Las emociones humanas están básicamente clasificadas en tres categorías: motivación (sed, hambre, dolor, humor), básicas (feliz, triste, miedo, disgusto, ira, sorpresa) y sociales (encanto, pena, orgullo, culpa), de la cuales se puede establecer un conjunto de 6 emociones básicas que pueden ser generadas fácilmente (felicidad, tristeza, disgusto, miedo, alegría e ira)” (AlMejrad, 2010).

El autor Klaus R. Scherer (2005) en su artículo **¿Qué son las emociones? y ¿Cómo pueden ser medidas?** propone una clasificación asociada a los colores y las emociones, nos dice lo siguiente.

“El círculo de Geneva es un instrumento construido a partir de las teorías del color y de las emociones, pero empíricamente probado, a la hora de medir

las reacciones emocionales con respecto a los objetos, acontecimientos y situaciones, ya que determinar una emoción y su duración es bastante complejo debido a que raramente se genera la misma respuesta en dos o más individuos. Este consiste en un círculo dividido en 20 ejes, correspondientes a las familias de emociones y segmentado en 4 grupos que aúnan las emociones por opuestos así: i) Poder de alto control, ii) Valores negativos, iii) Poder de bajo control y iv) Valores positivos”.

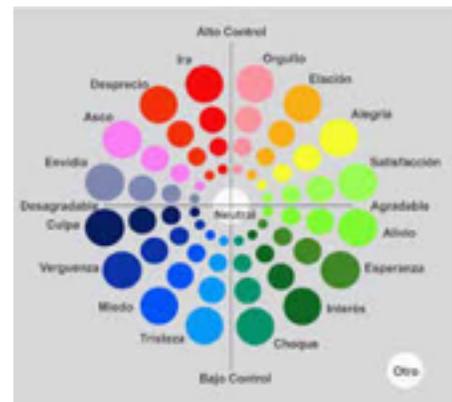


Ilustración 10, Círculo de Geneva, Artículo Emociones cromáticas, 2019.

EFFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL

Crear ambientes con estilo y personalidad es significativo, para ello hay que tomar en cuenta todos los factores que contribuirán al desarrollo y creación de estos. El color y sus efectos sensoriales toman un valioso lugar ya que propiciarán un buen desempeño de actividades por parte de los usuarios, como bien lo dice el licenciado Roberto Daniel Lozano (1978) en su libro *El color y su medición*.

“El objetivo para un proyectista al elegir colores, debe ser lograr un resultado armónico desde el punto de vista estético, así como lograr un ambiente confortable desde el punto de vista lumínico. El color debe contribuir al confort. Tenemos que pensar que los espacios serán habitados por seres humanos, donde trabajaran y vivirán”.

Estudios e hipótesis desarrolladas a través del tiempo, ayudan en la actualidad para usar de forma acertada el color y su influencia.

“A todos nos influencia el color y cada uno tiene sus propias ideas sobre antipatías o simpatías, gusto o desagrado

sobre aquel o este color, pero de manera general, todos percibimos un estímulo psicológico ante la sensación que produce un color, como la de frío en una habitación pintada de azul o la de calor en otra pintada de rojo” (Moreno, 2005).

De esta manera es como el estudio de la psicología del color aplicada en espacios habitacionales funge como base fundamental para utilizarla a favor del hombre, generando sensaciones de confort y serenidad al estar en contacto directamente con su hogar.

“Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes” (Moreno, 2005).

Ciertos colores son recomendables para ser utilizados en áreas que requieren características en concreto dependiendo del usuario, gustos personales y actividades destinadas para llevarse a cabo, inclusive la zona geográfica puede influir al momento de elegir los tonos a utilizar, ¿colores cálidos

EFFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL

en una casa de playa? ¿colores fríos en una casa del bosque?

“Los ambientes físicamente fríos o cálidos pueden ser contrarrestados tanto con colores, como con una iluminación cálida o fría según sea el caso. Por lo tanto, elegiremos colores cálidos si la temperatura ambiente es baja y colores fríos si la temperatura ambiente es alta” (Chauvie & Risso, 2003).

“Aunque estas determinaciones son puramente subjetivas y debidas a la interpretación personal, todas las investigaciones han demostrado que son corrientes en la mayoría de los individuos, y están determinadas por reacciones inconscientes de estos, y también por diversas asociaciones que tienen relación con la naturaleza” (Moreno, 2005).

La importancia de conocer a los usuarios para saber sus gustos, necesidades, estilo de vida con el objetivo de brindarle una selección de colores que contribuyan al confort dentro de su hogar.

4.1 COLORES FRÍOS EN EL ESPACIO HABITACIONAL.

Enseguida encontramos la descripción y recomendación de un listado de colores para utilizar dentro de las diferentes áreas del espacio habitacional, divididos en colores fríos, cálidos y neutrales, desde la perspectiva y basado en los estudios de la autora Macarena San Martín de Soto (2008) de su libro El color en la decoración.

Violeta.

“El violeta es un color místico, históricamente asociado a la realeza y muy potente. A pesar de ser un color muy agradable, es importante no aplicarlo en superficies amplias o como único color de la habitación, ya que puede resultar un poco abrumador. Combinado con colores contrastantes crea un mayor equilibrio visual en el espacio donde se aplica”.

Azul.

“El azul es uno de los pocos colores que puede aplicarse sin problemas en cualquier parte de una vivienda, lo único que debe tenerse en cuenta es la intensidad del brillo, en concordancia con la

EFFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL

habitación donde va a utilizarse. Al ser un color con una amplia gama de tonalidades, suele emplearse en baños, dormitorios, comedores, madera y otros muchos lugares”.

Verde.

“El verde es un color con una gran variedad de tonos, por lo que cualquier tipo de habitación, desde un dormitorio a un baño, puede pintarse de este color, sólo es necesario elegir la gama adecuada. Los tonos pasteles son usados generalmente en baldosas de cocinas y baños, y ofrecen numerosas posibilidades combinados con verdes más intensos”.

4.2 COLORES CÁLIDOS EN EL ESPACIO HABITACIONAL.

Naranja.

“El naranja es un color atrevido, que emana vitalidad y optimismo y tiene la energía e intensidad del rojo y el amarillo. Cualquier detalle del hogar puede tener toques de naranja y ser grato para la vista. Es ideal para combinar con otros colores y para utilizarlo en distintas estancias

como dormitorios, cocinas o zonas que reciben abundante luz natural”.

Rojo.

“El rojo es un color primario y apasionad, con carácter y fuerza visual. En general se aplica con mesura, solamente en una pared de la habitación, o en dormitorios infantiles. En casas de veraneo, gracias a su asociación con culturas cálidas y vibrantes, se ha utilizado con mayor libertad en todo tipo de habitaciones, creando extraordinarios ambientes”.

Amarillo.

“El amarillo es un color difícil de utilizar, ya que, al ser muy alegre y llamativo, tiende a cansar enseguida. Por ello, debe usarse con moderación y tras pensar detenidamente dónde y cómo aplicarlo. Un tono claro, pero cálido, es muy apropiado para dormitorios tanto de niños como de adultos, así como para salones, comedores e incluso baños y cocinas”.

Rosa.

“El rosa se asocia con la sutileza, infancia, pureza y femineidad, por lo que es común verlo en dormitorios de niñas y

EFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL

adolescentes. Pero el rosa no debe limitarse a su acepción inocente, ya que tiene muchas gamas que permiten una gran calidad cromática, y que utilizadas en la decoración otorgan un toque contemporáneo”.

4.3 COLORES NEUTROS EN EL ESPACIO HABITACIONAL.

Marrón.

“El marrón es un color con un sinfín de posibilidades, ya que es el propio color de la naturaleza. Es, probablemente, el único que puede utilizarse tanto en casas contemporáneas como clásicas, ya sea en el mobiliario o en los accesorios. Combina perfectamente con otros tonos tierra y neutros, así como con el azul, verde, rosa, naranja y rojo”.

Beige.

“El beige es un color sutil y sofisticado, elegante, distinguido y anacrónico. Su escala cromática se adapta, con gran precisión y armonía, a toda la gama de marrones y al negro. Al combinarlo con tonos pasteles, les aporta un gran carácter. Es un color muy utilizado en textiles

y su uso es imprescindible para crear interiores cálidos”.

Gris.

“El gris es el equilibrio dentro de la familia cromática. Es un color que estabiliza los tonos aplicables en cualquier espacio y combina perfectamente y en armonía con todos los colores, por lo que siempre ha sido básico en la decoración de interiores. Es habitual sustituto del negro cuando se desea un efecto sofisticado, pero menos intenso”.

Negro.

“Existen muchos prejuicios en contra de este color, pero a pesar de ello es absolutamente esencial y siempre está en boga en la decoración de interiores y en la arquitectura. Además de su impacto estético, es un color gráfico por naturaleza, guía y organiza claramente los espacios, además de ofrecer un sinfín de posibilidades y combinar inequívocamente con toda la gama cromática”.

Blanco.

“El blanco es, según el simbolismo, el color más perfecto, la suma de todos los colores. Es sin duda alguna, el más utilizado

EFFECTOS SENSORIALES PRODUCIDOS POR EL EL COLOR EN EL ESPACIO HABITACIONAL

en el interiorismo gracias a las cualidades que aporta: ilumina las estancias y las hace más grandes, tiene la neutralidad suficiente para combinar con cualquier otro color y la presencia suficiente como para utilizarlo por sí solo”.

Con estos útiles consejos se pueden llevar a cabo proyectos de interiorismo, siempre y cuando se haya generado un análisis previo del espacio y perfil del cliente. Información como buen referente del uso del color.

5

CAPÍTULO

RELACIÓN ESPACIO, USUARIO Y COLOR

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales

Podremos encontrar edificaciones terminadas y habitadas en distintos ecosistemas y entornos, diversidad de tamaños y formas, rodeadas de un ambiente citadino, de campo o de playa, cada una de ellas con peculiaridades que tendrán que ver con sus moradores mismos, con la gran diferencia de los efectos originados de una vivienda positivamente colaborativa o una vivienda negativamente colaborativa. Por ello la trascendencia de conocer el fundamento de la psicología del color.

5.1 VIVIENDA, SIGNIFICADO Y ACTIVIDADES.

Se podría decir que hogar y vivienda son sinónimos, pero no es así. Lo cierto es que cualquier espacio que cumpla con los estándares de protección ante la intemperie puede ser llamada vivienda; cuevas, palapas, túneles. Entonces al llamado hogar se le conceden características personales de calidez y confort.

“Una vivienda es una estructura física, mientras que un hogar es un conjunto de significados culturales, demográficos y psicológicos que las personas asocian a dicha estructura física.” (Pasca, 2013).

RELACIÓN ESPACIO, USUARIO Y COLOR

Personalidad igual a hogar, cierto. En esto radica exactamente la individualización y originalidad entre cada una de ellas. Los souvenirs del viaje a Rusia que decoran la estancia, el comedor amarillo con líneas lilas, el candelabro de la recámara herencia de los abuelos. Detalles que dan carácter al hogar y que demuestran nuestro propio ambiente.

“El hogar es algo central para la identidad personal, es decir, la identidad de los residentes, como la identidad social, la pertenencia a un determinado grupo o estatus. La identidad personal se refiere a cómo es la persona, sus sentimientos, pensamientos, etc., mientras que la identidad social se refiere a algo grupal, es decir, hace referencia a los demás. Con la identidad social las personas se reconocen en torno a distintos grupos, como puede ser la pertenencia a un cierto estatus social. La vivienda de alguna manera pone en evidencia el estatus y por tanto este aspecto de la identidad social.” (Pasca, 2013).

Factores geográficos son parte también de la diferenciación

entre hogares. Si bien no es lo mismo visitar una familia en Australia que ir al Penthaus de tu primo soltero en New York o al palacio de la Reyna Isabel II del Reyno Unido. La cultura de cada zona es diferente e influye también en la forma de vivir y en la decoración de sus moradas. Laura Pasca García (2013) en su libro *La concepción de la vivienda y sus objetos* habla al respecto:

“Se ha estudiado otro tipo de identidad, la identidad de lugar. La identidad del lugar trata de una subestructura de la propia identidad de la persona que consiste básicamente en cogniciones sobre el mundo físico en el que vive. En el núcleo de tales cogniciones relacionadas con el medio físico se continúan planteando estos autores, está el pasado ambiental de la persona, un pasado que consiste en lugares y sus propiedades que han servido instrumentalmente en la satisfacción de necesidades biológicas, psicológicas, sociales y culturales”.

Toda vivienda debe permitir tener la comodidad suficiente para hospedar a sus inquilinos y condescender al bienestar.

5.2 COLOR Y SU INFLUENCIA DENTRO DEL ESPACIO HABITACIONAL.

“La elección del color en un proyecto ejerce un profundo efecto en el espacio interior. La decisión del diseñador puede cambiar drásticamente la comprensión espacial de un proyecto e influir sobre los recorridos. Cuando se usa con conocimiento e intención, el color puede hacer que una superficie se perciba más pesada, alterar las proporciones de una estancia o constituir indistintamente un factor de tranquilidad o excitación. A medida que el diseñador experimenta y entiende los efectos superficiales del color, este aspecto se convertirá en la base de una rica paleta visual y material.” (Grimley & Love, 2012).

Las palabras atinadas de Chris Grimley y Mimi Love ejemplifican la correcta instrucción del uso del color aplicado en interiores habitacionales.

Desarrollar trabajos profesionales que complazcan sensitivamente a los ocupantes y sobre todo que les ayude a llevar a cabo las actividades cotidianas de una manera propicia dando como resultado una esplendida labor social, ya que si bien, todo lo bien pensado, planeado y con un buen fin, llámesele Diseño, ha tenido como fin servir al hombre utilizando sus herramientas, como el conocimiento, ingenio y creatividad.

6

CAPÍTULO

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

La psicología del color y su aplicación a espacios habitacionales

6.1 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO.

A través de este estudio se pretende corroborar la información teórica presentada en los párrafos anteriores mediante una investigación realizada a personas clasificadas en rangos de diferentes edades.

Se plasmarán en este estudio las percepciones generadas por las personas en cuanto a las emociones producidas a partir de los diferentes espacios de casa habitación presentados y entender el efecto psicológico de las diferentes tonalidades, así como analizar las diferencias entre los diferentes rangos de edades de los participantes.

Los resultados servirán para ser aplicados en el área de diseño interior; reconocer que colores son propicios para generar ciertas emociones y emplearlos a favor de los habitantes aprovechando su espacio habitacional.

6.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

¿Cómo influyen los colores dentro del espacio habitacional en sus habitantes?

¿Son los colores cálidos causantes de emociones alegres vivaces?

¿Son los colores fríos causantes de emociones tranquilizantes?

¿Es el rango de edad un factor determinante en la percepción del color?

¿El genero de las personas es un factor que sugiere la predilección de ciertos colores?

6.3 METODOLOGÍA.

1

Crear escenas de espacios habitacionales, a los cuales se les dispondrán diferentes colores.

2

Crear una encuesta aplicable para analizar las percepciones generadas por parte del grupo de estudio una vez expuestos a los diferentes escenarios.

3

Crear grupos de personas divididas en los siguientes rangos de edades:

- a)12 – 22 años de edad.
- b)25 – 35 años de edad.
- c)40 – 50 años de edad.

Es importante mencionar que no se hará discriminación en cuánto al género de las personas.

4

Proyectar los espacios habitacionales en un espacio neutral a los participantes a través de un proyector. Se les dará un tiempo de 4 minutos por escena para contestar la encuesta , con intervalos de tiempo de 5 minutos entre cada escena.

SALA

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

SALA DE ESTAR

OPCIÓN #1 AZUL

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Calmado
- Ansioso
- Estimulado
- Soñoliento

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

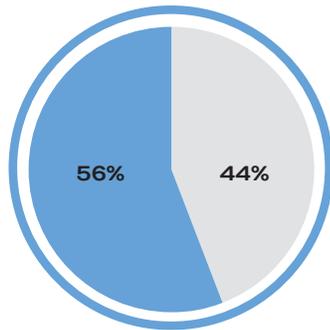
- Tranquilidad
- Inquietud

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #1 COLOR AZUL (SEGMENTO DE NIÑOS)

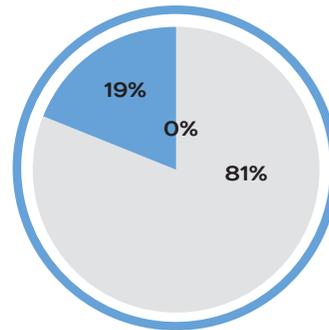
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



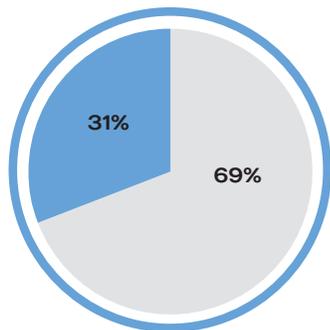
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Ansioso
● Estimulado ● Soñoliento



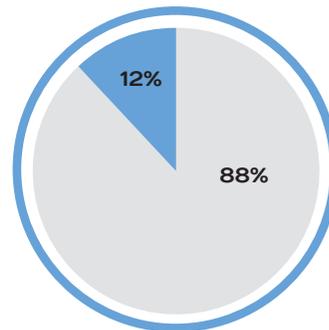
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Tranquilidad ● Inquietud

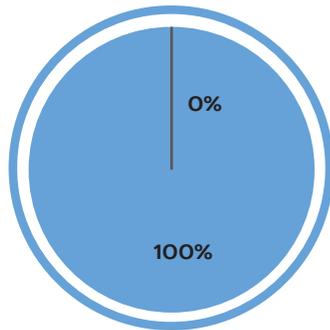


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #1 COLOR AZUL (SEGMENTO DE JÓVENES)

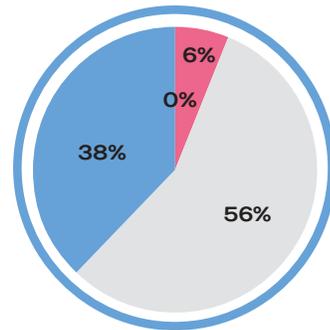
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



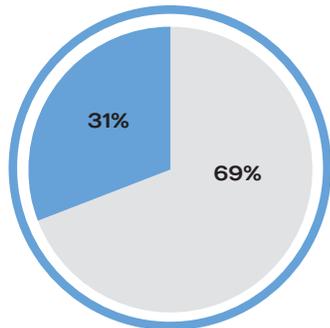
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Ansioso
● Soñoliento ● Estimulado



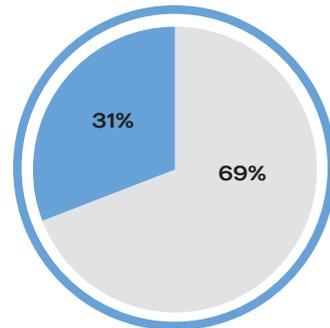
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Tranquilidad ● Inquietud

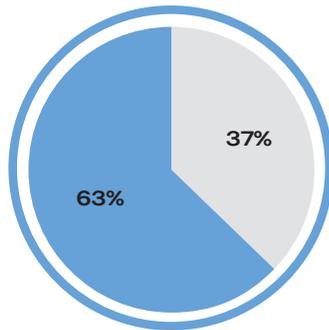


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #1 COLOR AZUL (SEGMENTO DE ADULTOS)

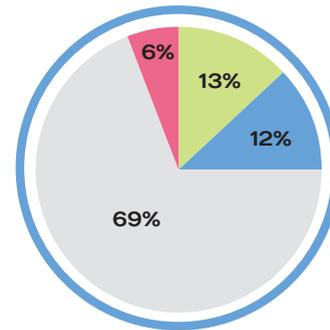
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



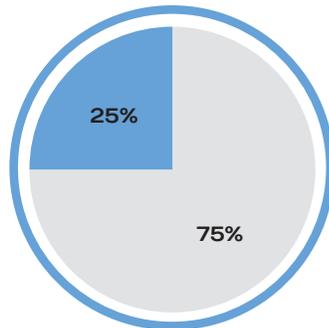
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Ansioso
● Soñoliento ● Estimulado



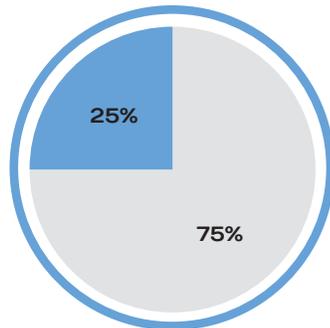
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Tranquilidad ● Inquietud



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Sala de estar / Opción #1 COLOR AZUL

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de calma y tranquilidad, respecto a dimensionamiento visual, la impresión de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de tranquilidad y calma; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de calma y tranquilidad; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

SALA DE ESTAR

OPCIÓN #2 NARANJA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Relajado
- Alegre
- Hambriento
- Impaciente

3

Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

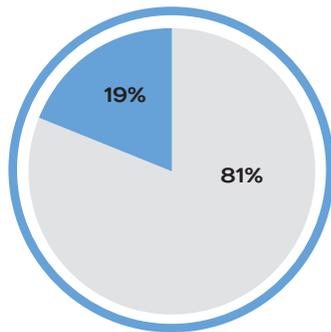
- Vitalidad
- Serenidad

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #2 COLOR NARANJA (SEGMENTO DE NIÑOS)

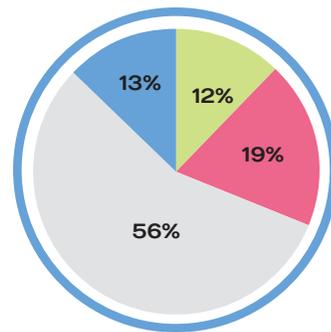
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



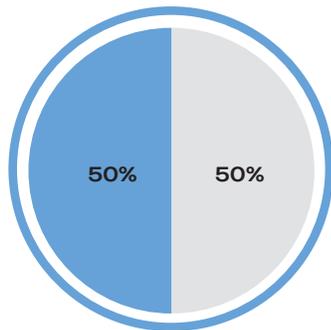
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Relajado ● Impaciente
● Hambriento ● Alegre



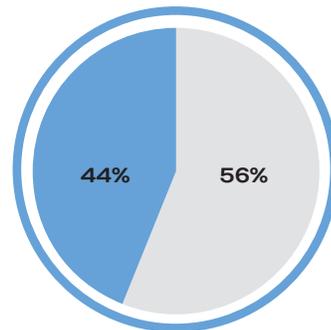
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Vitalidad ● Serenidad

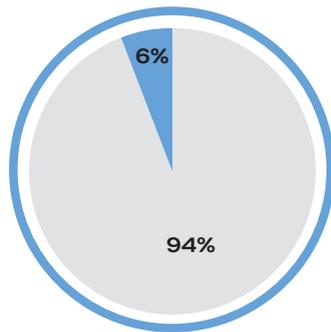


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #2 COLOR NARANJA (SEGMENTO DE JÓVENES)

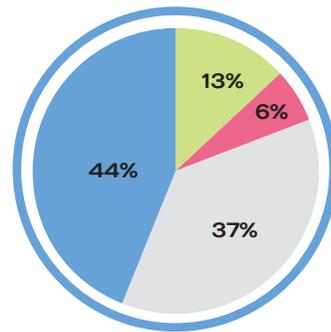
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



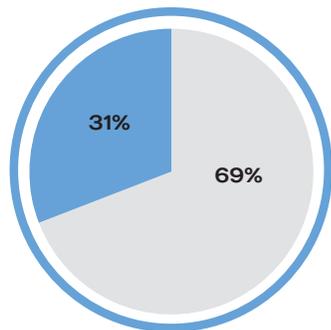
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Alegre ● Hambriento
● Relajado ● Impaciente



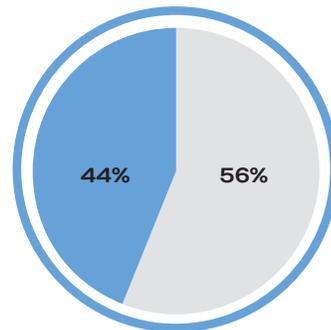
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Vitalidad ● Serenidad

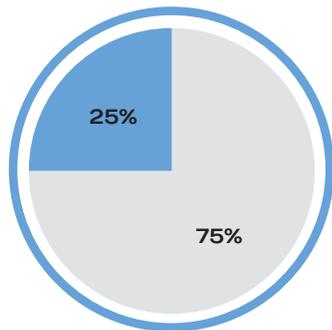


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #2 COLOR NARANJA (SEGMENTO DE ADULTOS)

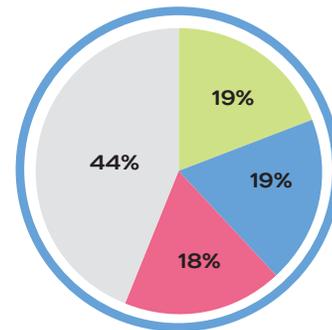
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



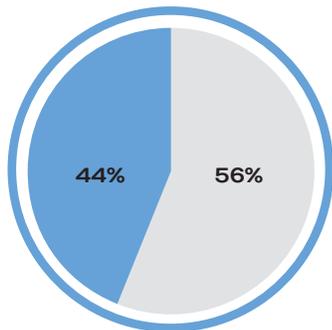
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Alegre ● Hambriento
● Relajado ● Impaciente



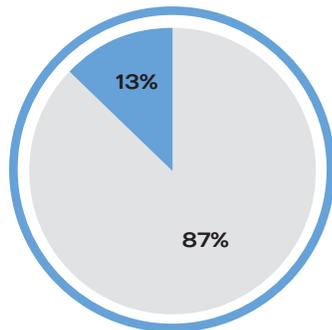
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Vitalidad ● Serenidad



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Sala de estar / Opción #2 COLOR NARANJA

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de relajamiento y vitalidad; respecto a dimensionamiento visual, empatada la impresión de un ambiente amplio y reducido.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de hambre y relajación; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de alegría y vitalidad; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

SALA DE ESTAR

OPCIÓN #3 ROJA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Vitalidad
- Irritado
- Sereno
- Optimista

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

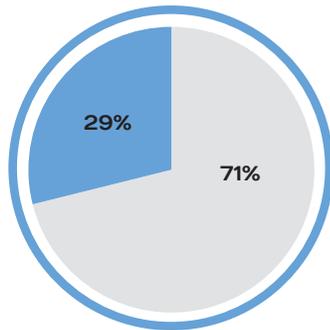
- Vibrante
- Irritable

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #3 COLOR ROJO (SEGMENTO DE NIÑOS)

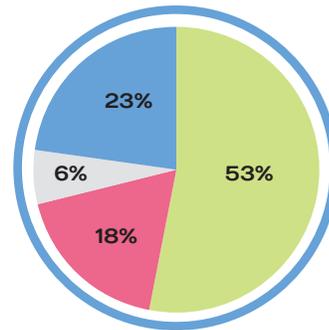
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



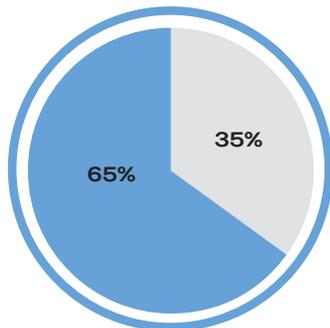
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Sereno ● Optimista
● Irritado ● Vitalidad



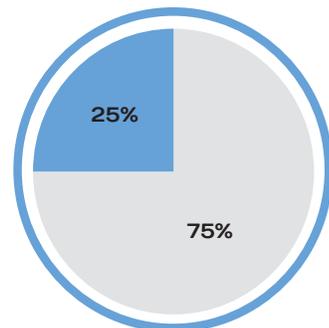
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Vibrante ● Irritable

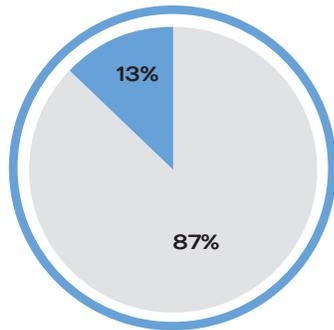


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #3 COLOR ROJO (SEGMENTO DE JÓVENES)

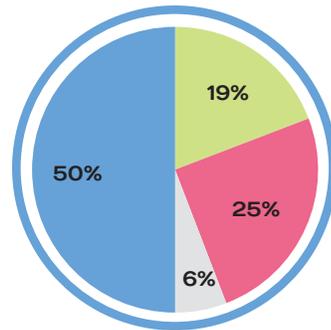
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



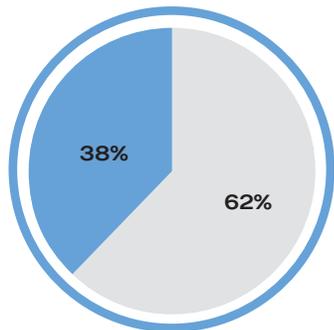
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Sereno ● Optimista
● Irritado ● Vitalidad



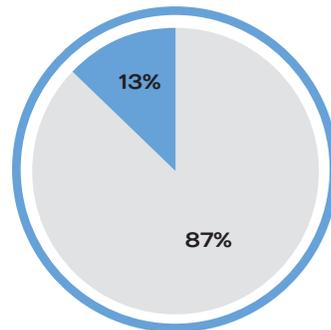
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Vibrante ● Irritable

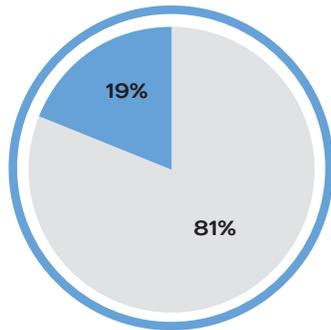


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #3 COLOR ROJO (SEGMENTO DE ADULTOS)

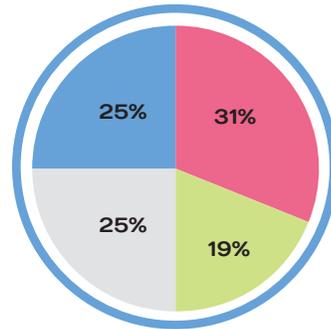
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



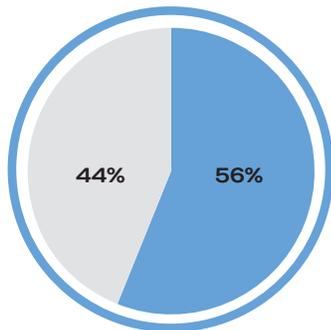
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Sereno ● Optimista
● Irritado ● Vitalidad



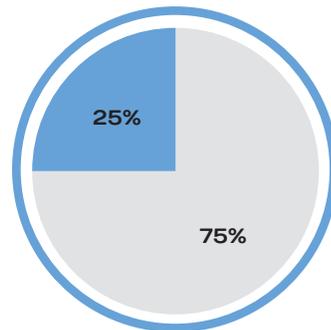
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Vibrante ● Irritable



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Sala de estar / Opción #3 COLOR ROJO

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación vibrante y vital; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación vibrante y optimista; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación irritable y vibrante; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F EDAD:

SALA DE ESTAR
OPCIÓN #4 VERDE

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Triste
- Fresco
- Intranquilo
- Concentrado

3

Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

- Relajante
- Entusiasta

5

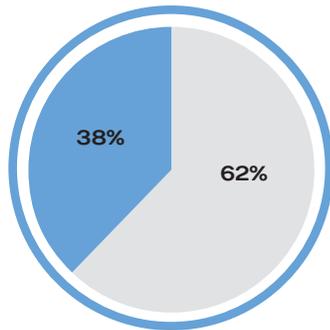
¿Qué opción de color consideras mejor para este espacio de sala de estar?

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #4 COLOR VERDE (SEGMENTO DE NIÑOS)

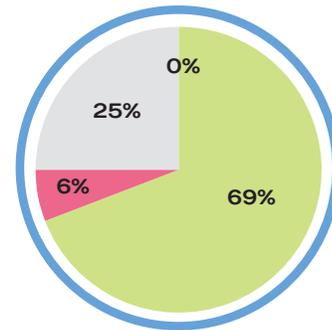
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



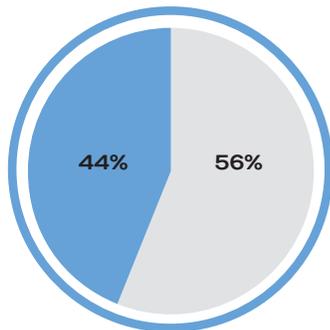
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Concentrado ● Triste
● Intranquilo ● Fresco



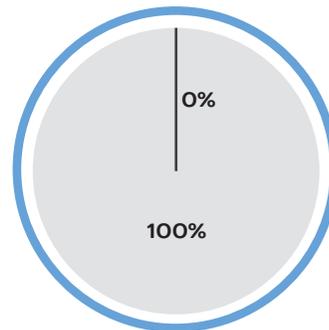
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Relajante ● Entusiasta

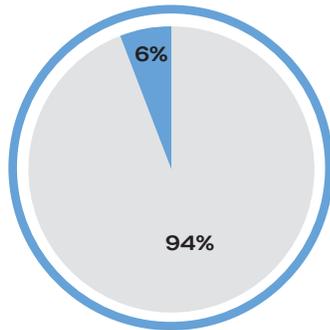


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #4 COLOR VERDE (SEGMENTO DE JÓVENES)

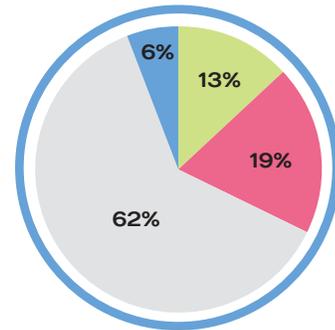
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



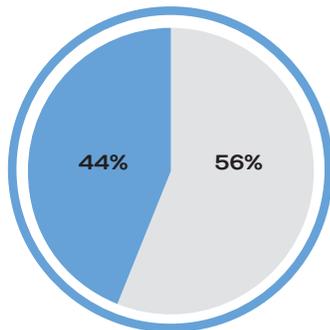
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Fresco ● Intranquilo
● Triste ● Concentrado



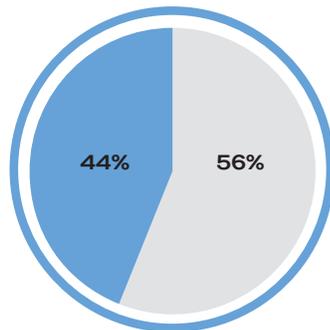
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Relajante ● Entusiasta

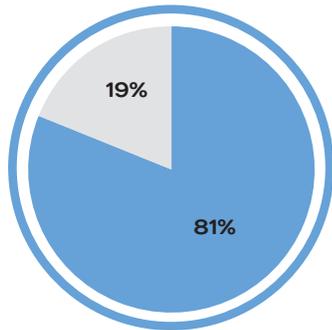


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Sala de estar / Opción #4 COLOR VERDE (SEGMENTO DE ADULTOS)

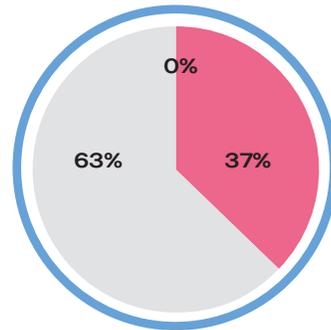
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



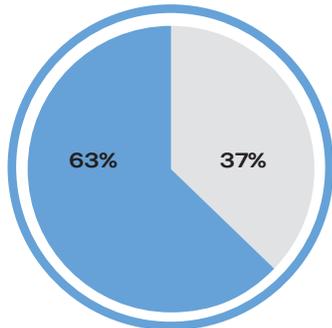
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Fresco ● Intranquilo
● Triste ● Concentrado



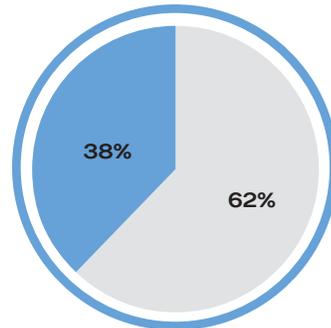
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Relajante ● Entusiasta

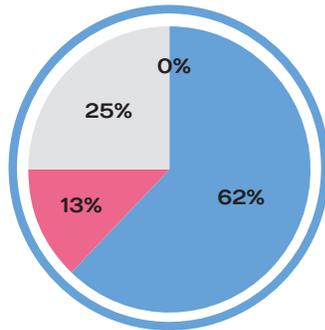


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: ¿QUÉ OPCIÓN DE COLOR CONSIDERAS MEJOR PARA ESTE ESPACIO? (Sala de Estar)

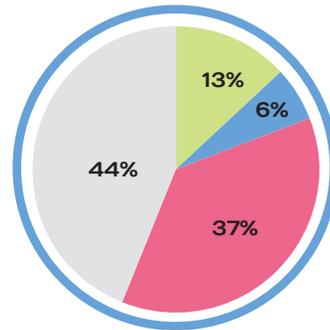
Segmento - Niños

● Rojo ● Azul
● Naranja ● Verde



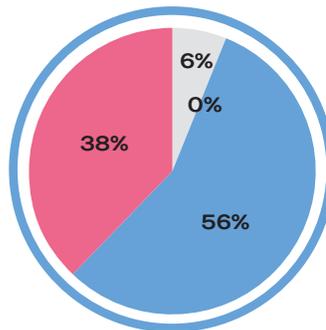
Segmento - Jóvenes

● Rojo ● Azul
● Naranja ● Verde



Segmento - Adultos

● Rojo ● Azul
● Naranja ● Verde



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Sala de estar / Opción #4 COLOR VERDE

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación fresca y relajante; respecto al dimensionamiento visual la percepción es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados, perciben temperatura fría, una sensación de frescura y relajación; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio..

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación fresca y relajante; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

COCINA

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

COCINA

OPCIÓN #1 ROJA, NARANJA Y AMARILLO

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Angustiado
- Creativo
- Caluroso
- Optimista

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

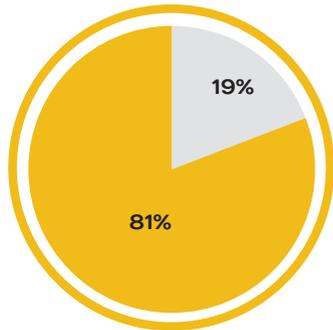
- Alegría
- Serenidad

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #1 COLOR ROJO, NARANJA Y AMARILLO (SEGMENTO DE NIÑOS)

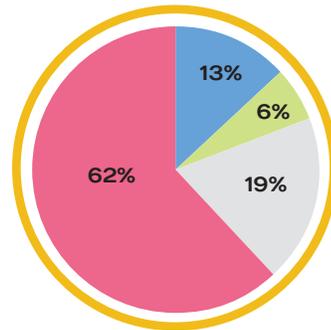
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



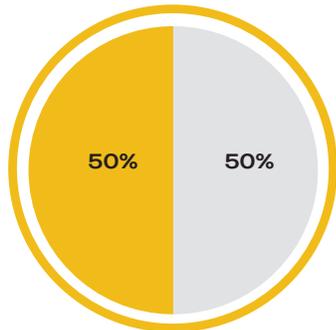
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Angustiado ● Caluroso
● Creativo ● Optimista



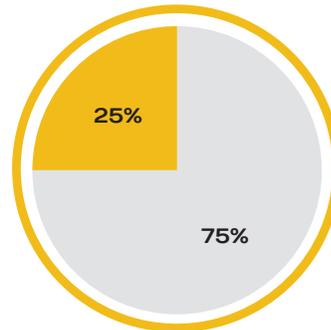
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Alegría ● Serenidad

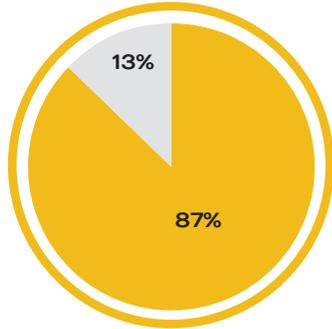


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #1 COLOR ROJO, NARANJA Y AMARILLO (SEGMENTO DE JÓVENES)

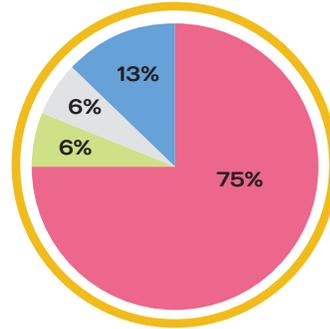
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



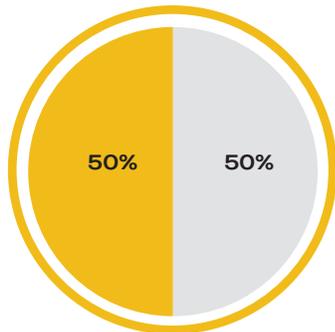
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Angustiado ● Caluroso
● Creativo ● Optimista



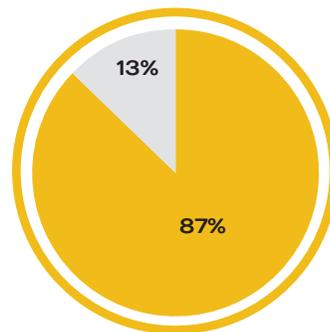
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Serenidad ● Alegría

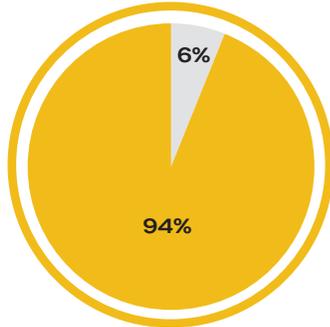


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #1 COLOR ROJO, NARANJA Y AMARILLO (SEGMENTO DE ADULTOS)

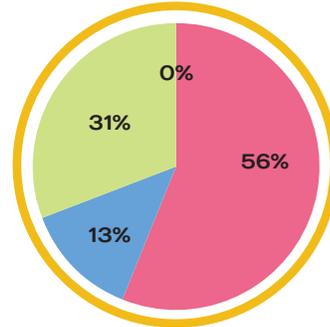
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



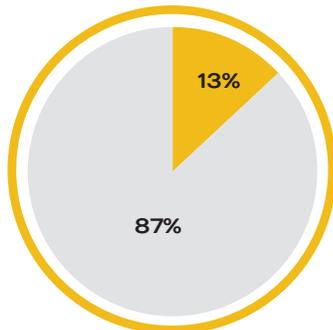
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Angustiado ● Caluroso
● Creativo ● Optimista



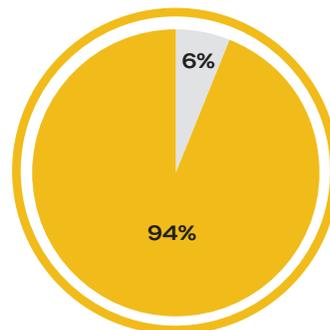
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Serenidad ● Alegría



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Cocina / Opción #1 COLOR ROJO, NARANJA Y AMARILLO

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de alegría y creatividad; respecto al dimensionamiento visual, empaten la impresión de un ambiente amplio y reducido.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de creatividad y alegría; respecto al dimensionamiento visual, empaten la impresión de un ambiente amplio y reducido.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de creatividad y alegría; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

COCINA

OPCIÓN # 2 VERDE, AZUL

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Aburrido
- Sereno
- Deprimido
- Apático

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

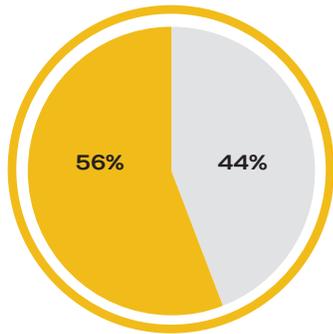
- Frescura
- Simpleza

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #2 COLOR VERDE Y AZUL (SEGMENTO DE NIÑOS)

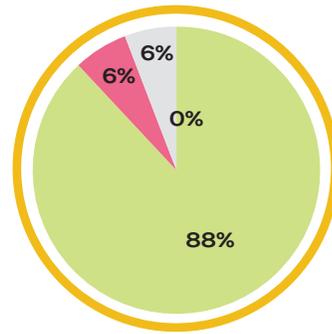
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



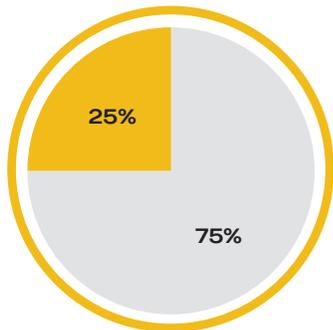
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Aburrido ● Deprimido
● Sereno ● Apático



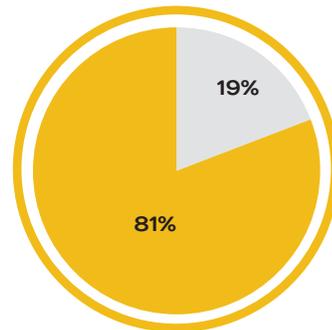
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Frescura ● Simpleza

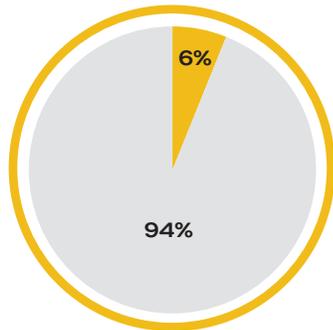


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #2 COLOR VERDE Y AZUL (SEGMENTO DE JÓVENES)

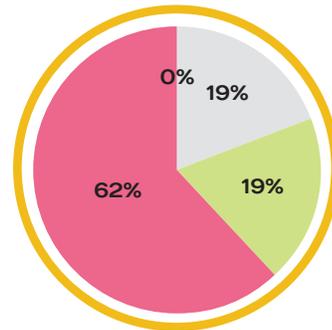
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



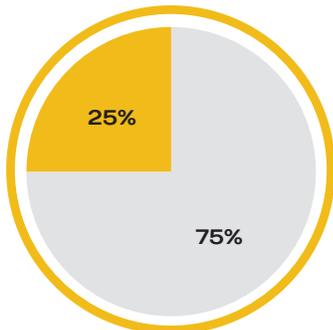
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Aburrido ● Deprimido
● Sereno ● Apático



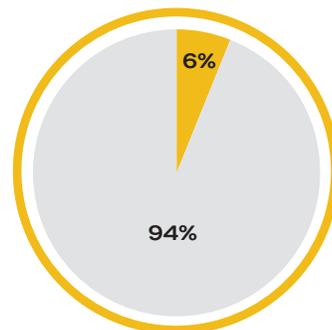
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Frescura ● Simpleza

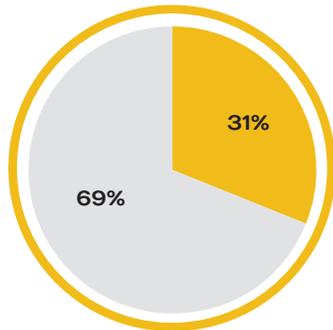


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #2 COLOR VERDE Y AZUL (SEGMENTO DE ADULTOS)

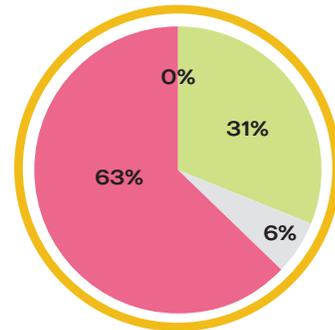
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



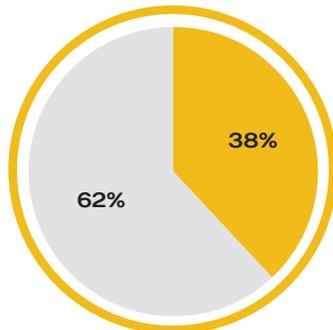
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Aburrido ● Deprimido
● Sereno ● Apático



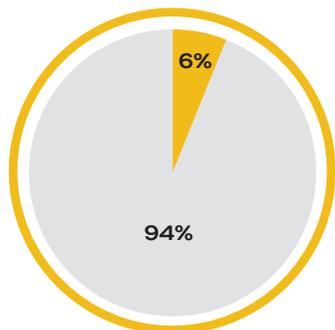
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Frescura ● Simpleza



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Cocina / Opción #2 COLOR VERDE Y AZUL

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de serenidad y frescura; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de serenidad y frescura; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de serenidad y frescura; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

COCINA

OPCIÓN #3 NEGRA Y BLANCA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Calmado
- Fastidiado
- Desanimado
- Ordenado

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

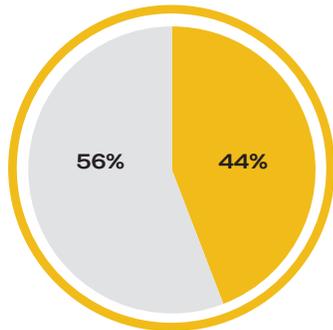
- Elegancia
- Tristeza

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #3 BLANCO Y NEGRO (SEGMENTO DE NIÑOS)

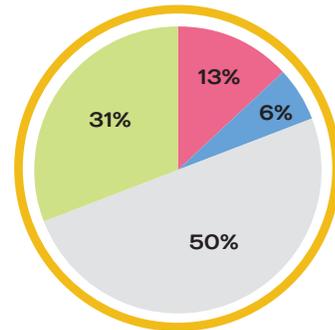
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



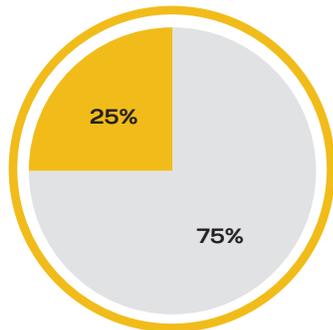
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Desanimado
● Fastidiado ● Ordenado



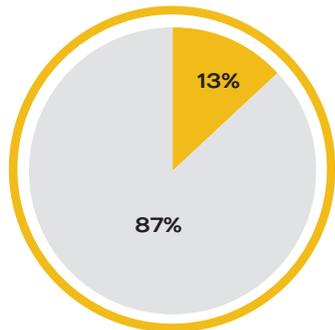
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Elegancia ● Tristeza

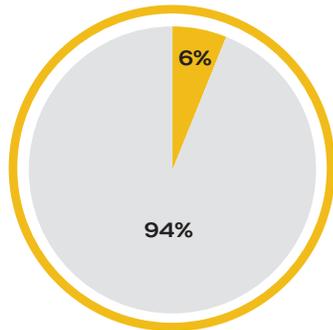


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #3 BLANCO Y NEGRO (SEGMENTO DE JÓVENES)

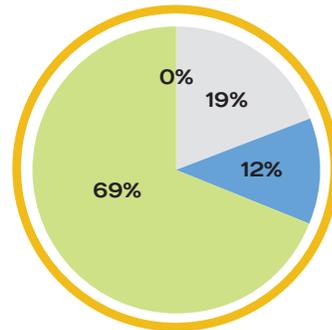
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



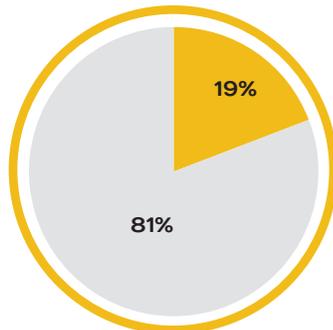
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Desanimado
● Fastidiado ● Ordenado



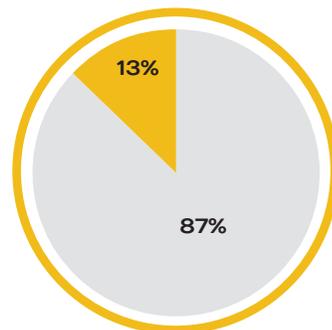
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Elegancia ● Tristeza

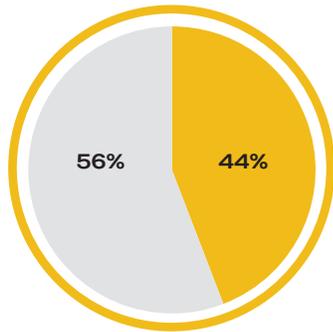


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #3 BLANCO Y NEGRO (SEGMENTO DE ADULTOS)

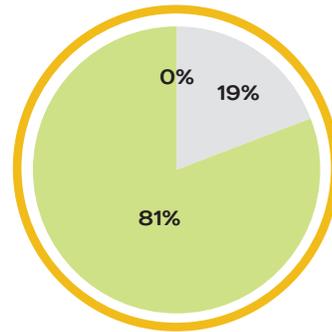
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



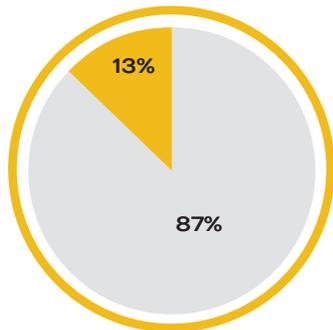
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Desanimado
● Fastidiado ● Ordenado



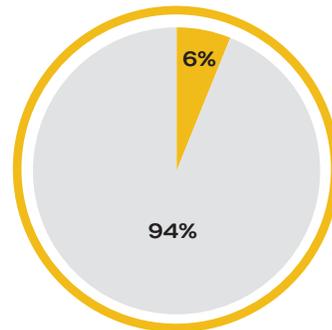
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Elegancia ● Tristeza



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Cocina / Opción #3 BLANCO Y NEGRO

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura fría, una sensación de calma y elegancia; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de orden y elegancia; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de orden y elegancia; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F EDAD:

COCINA
OPCIÓN #4 ROSA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Tranquilo
- Activo
- Nostálgico
- Sensible

3

Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

- Femenino
- Misterioso

5

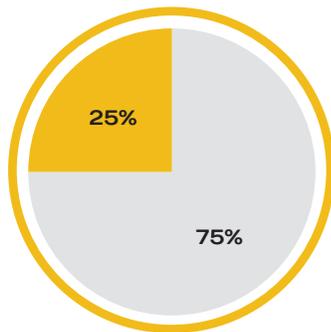
¿Qué opción de color consideras mejor para este espacio de Cocina?

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #4 ROSA (SEGMENTO DE NIÑOS)

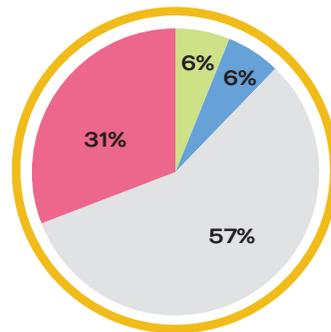
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



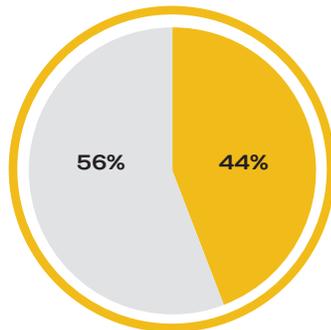
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Tranquilo ● Nostálgico
● Activo ● Sensible



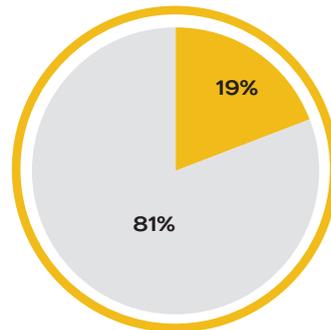
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Femenino ● Misterioso

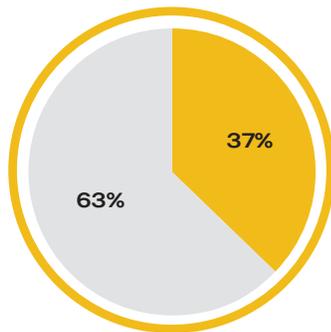


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #4 ROSA (SEGMENTO DE JÓVENES)

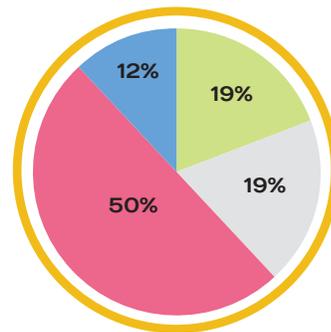
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



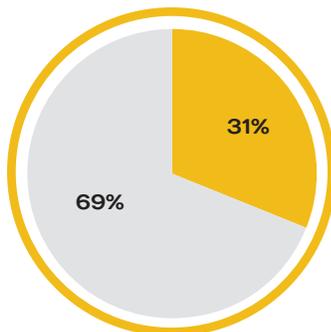
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Tranquilo ● Nostálgico
● Activo ● Sensible



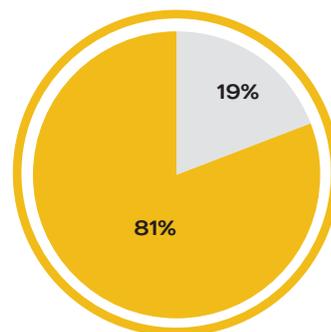
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Femenino ● Misterioso

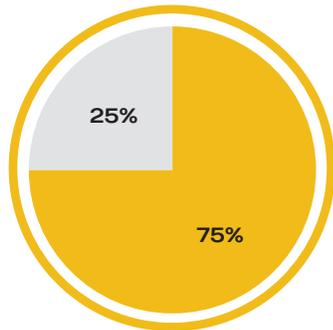


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Cocina / Opción #4 ROSA (SEGMENTO DE ADULTOS)

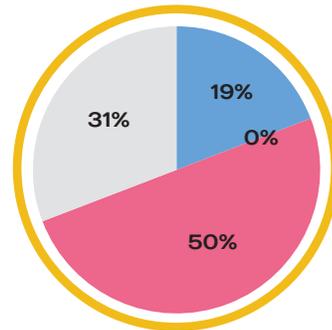
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



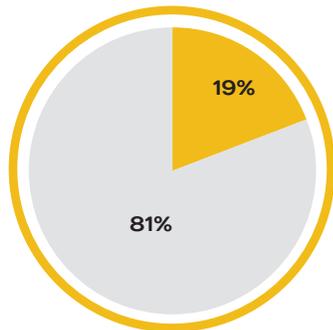
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Tranquilo ● Nostálgico
● Activo ● Sensible



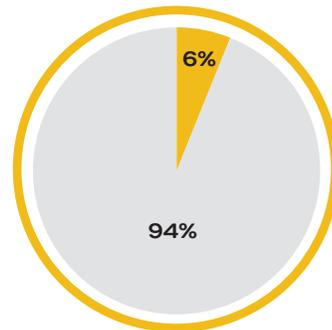
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Femenino ● Misterioso

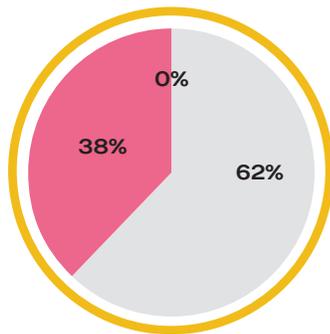


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: ¿QUÉ OPCIÓN DE COLOR CONSIDERAS MEJOR PARA ESTE ESPACIO? (Cocina)

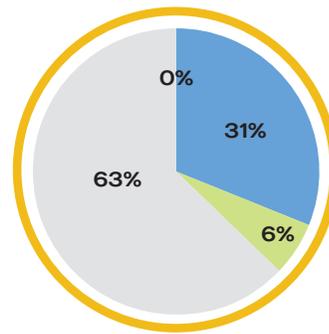
Segmento - Niños

- Negro y Blanco
- Rojo, Naranja
- Rosa
- Verde y Azul



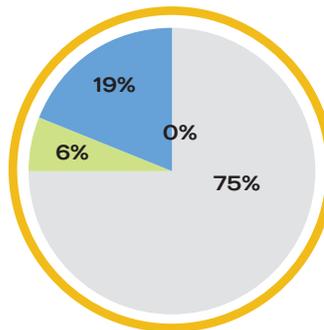
Segmento - Jóvenes

- Negro y Blanco
- Rojo, Naranja
- Rosa
- Verde y Azul



Segmento - Adultos

- Negro y Blanco
- Rojo, Naranja
- Rosa
- Verde y Azul



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Cocina / Opción #4 ROSA

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de tranquilidad femenina; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación activa y femenina; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación activa y femenina; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

COMEDOR

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

COMEDOR

OPCIÓN #1 AMARILLO

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Estimulado
- Ansioso
- Creativo
- Enfadado

3

Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

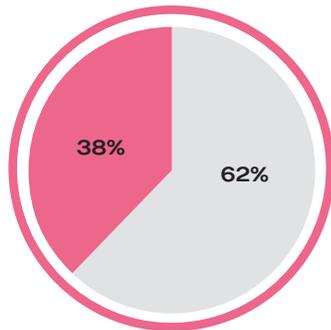
- Creatividad
- Melancolía

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #1 COLOR AMARILLO (SEGMENTO DE NIÑOS)

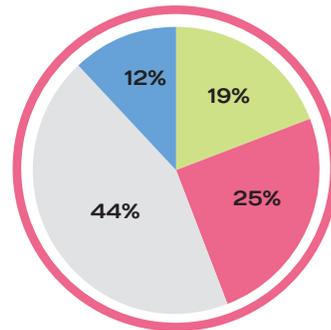
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



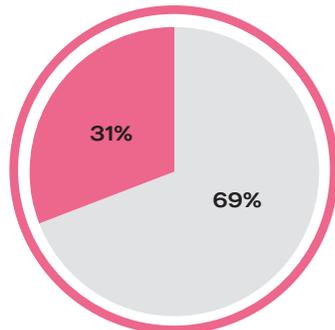
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Creativo ● Enfadado
● Ansioso ● Estimulado



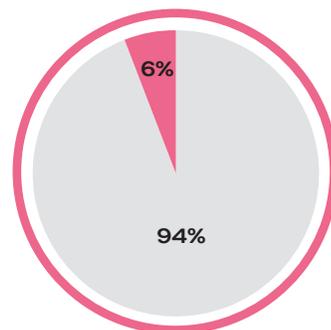
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Creatividad ● Melancolía

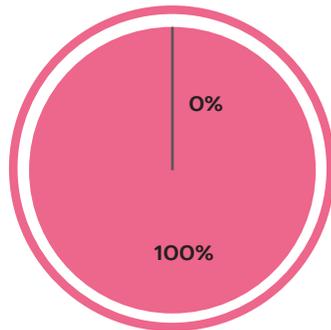


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #1 COLOR AMARILLO (SEGMENTO DE JÓVENES)

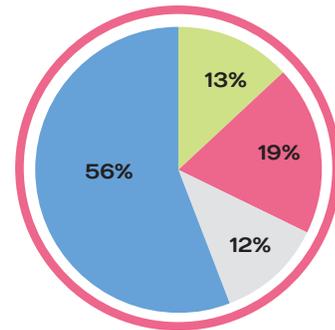
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



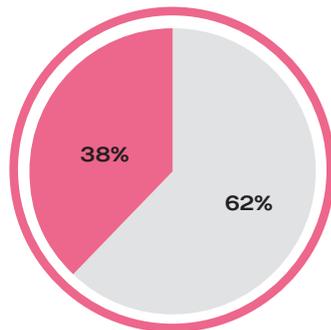
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Ansioso ● Creativo
● Estimulado ● Enfadado



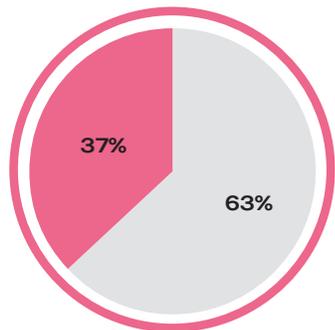
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Creatividad ● Melancolía

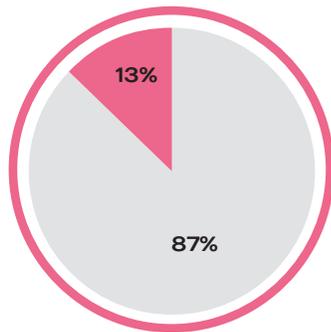


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #1 COLOR AMARILLO (SEGMENTO DE ADULTOS)

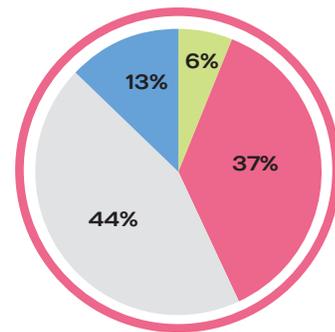
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



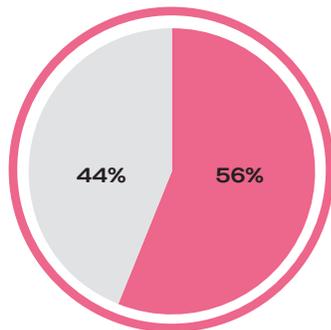
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Ansioso ● Creativo
● Estimulado ● Enfadado



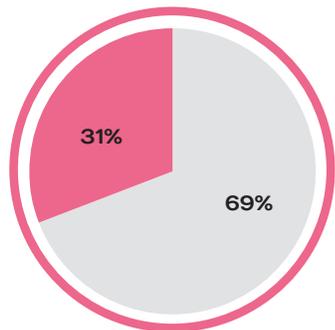
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Creatividad ● Melancolía



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Comedor / Opción #1 COLOR AMARILLO

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación creativa; respecto al dimensionamiento visual la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de creatividad; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de ansiedad y creatividad; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

COMEDOR

OPCIÓN # 2 ROSA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Sereno
- Ansioso
- Molesto
- Amoroso

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

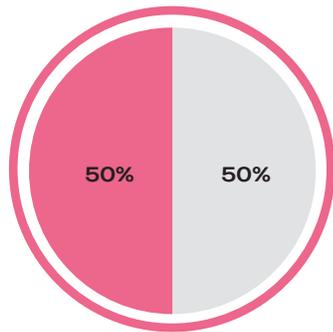
- Determinación
- Romance

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #2 COLOR ROSA (SEGMENTO DE NIÑOS)

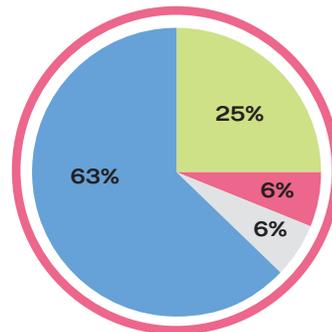
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



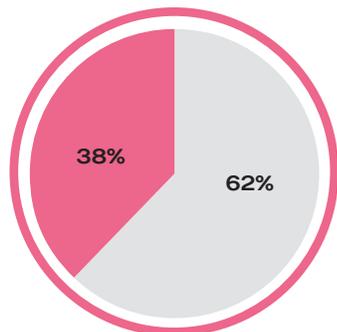
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Molesto ● Amoroso
● Ansioso ● Sereno



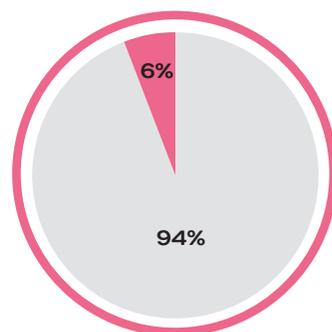
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Romance ● Determinación

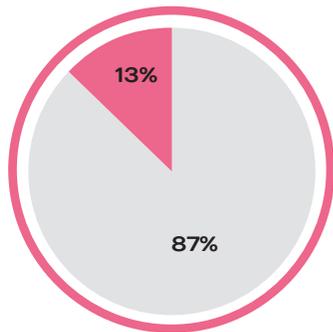


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #2 COLOR ROSA (SEGMENTO DE JÓVENES)

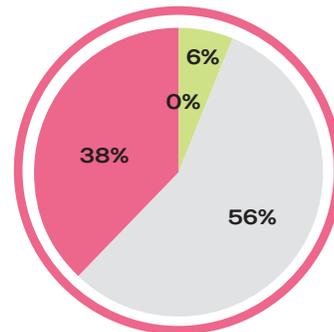
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



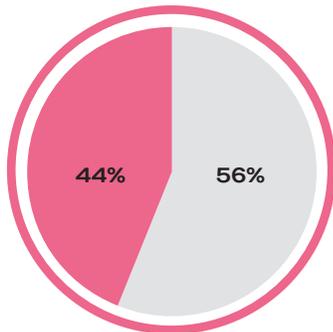
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Amoroso ● Molesto
● Sereno ● Ansioso



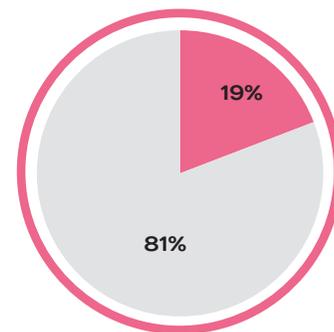
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Romance ● Determinación

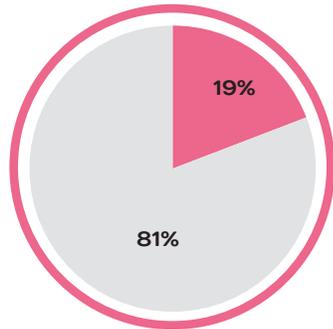


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #2 COLOR ROSA (SEGMENTO DE ADULTOS)

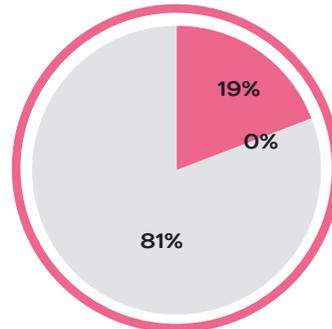
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



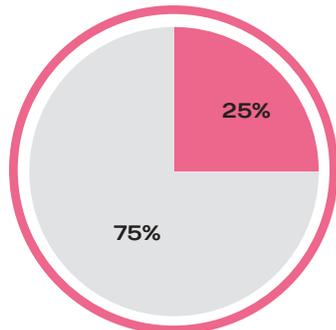
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Amoroso ● Molesto
● Sereno ● Ansioso



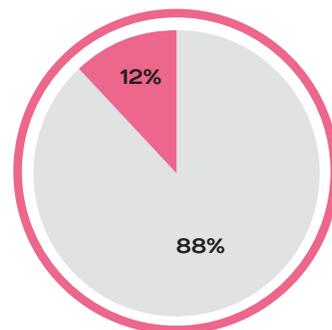
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Romance ● Determinación



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Comedor / Opción #2 COLOR ROSA

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, los encuestados, empataron la percepción de temperatura cálida y fría, una sensación amorosa y romántica; respecto al dimensionamiento visual la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de romance y amoroso; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de amor y romance; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

COMEDOR

OPCIÓN #3 VERDE

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Relajado
- Triste
- Juguetón
- Estable

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

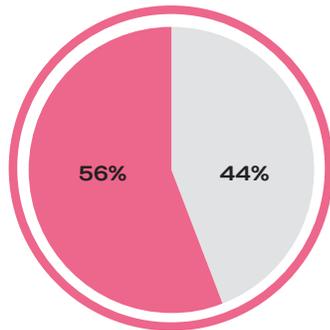
- Equilibrio
- Festividad

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #3 COLOR VERDE (SEGMENTO DE NIÑOS)

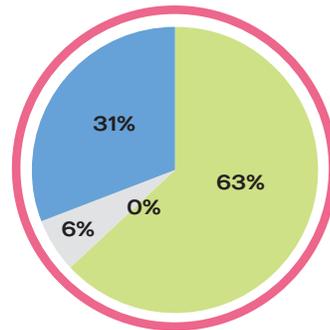
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



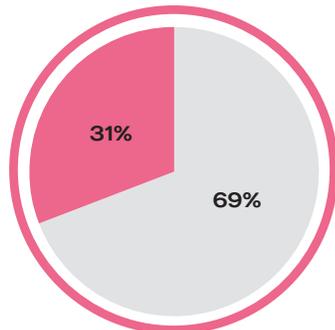
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Juguetón ● Estable
● Triste ● Relajado



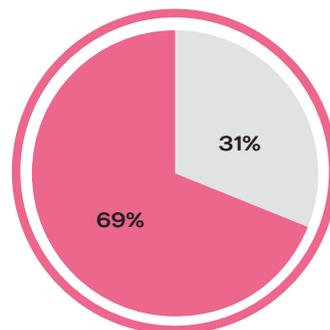
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Equilibrio ● Festividad

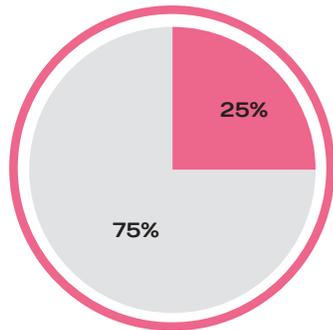


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #3 COLOR VERDE (SEGMENTO DE JÓVENES)

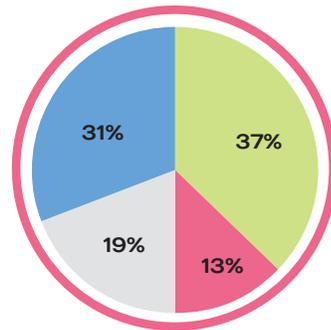
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



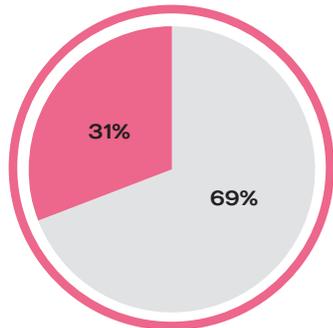
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Juguetón ● Estable
● Triste ● Relajado



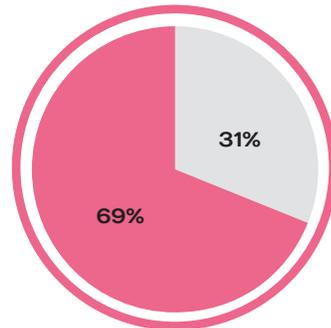
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Equilibrio ● Festividad

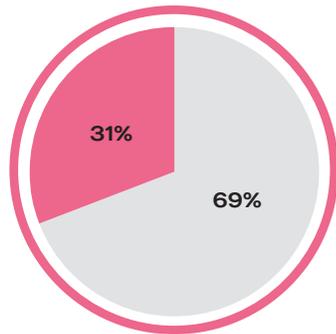


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #3 COLOR VERDE (SEGMENTO DE ADULTOS)

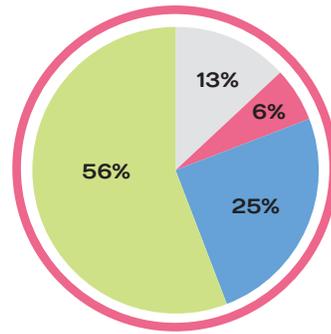
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



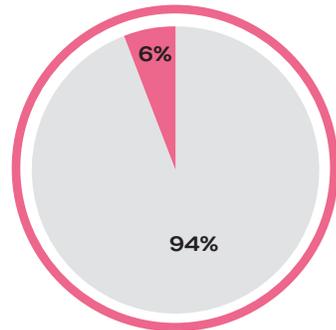
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Juguetón ● Estable
● Triste ● Relajado



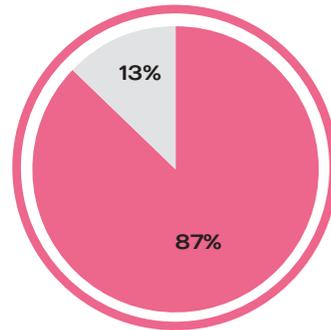
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Equilibrio ● Festividad



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Comedor / Opción #3 COLOR VERDE

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura fría, una sensación festiva y relajada; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación relajada y de equilibrio; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de relajamiento y calma; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F EDAD:

COMEDOR
OPCIÓN #4 LILA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Temeroso
- Pensativo
- Fastidiado
- Calmado

3

Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

- Ternura
- Simpleza

5

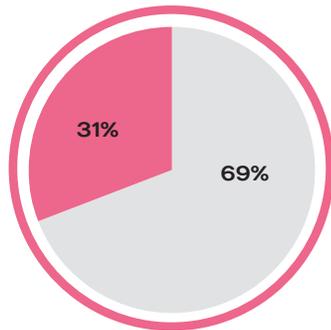
¿Qué opción de color consideras mejor para este espacio de Comedor?

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #4 COLOR LILA (SEGMENTO DE NIÑOS)

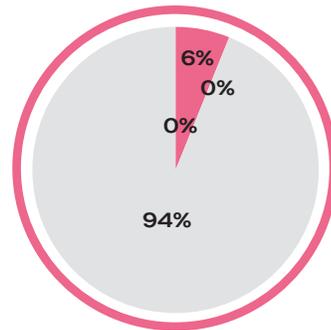
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



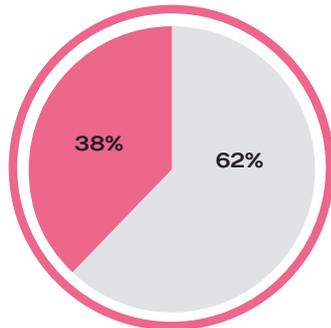
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Fastidiado
● Pensativo ● Temeroso



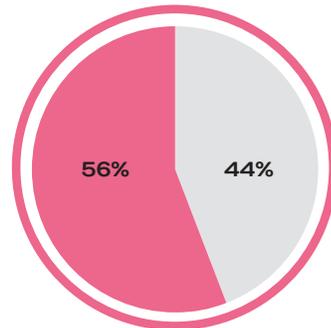
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Ternura ● Simpleza

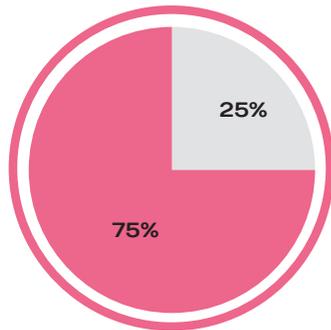


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #4 COLOR LILA (SEGMENTO DE JÓVENES)

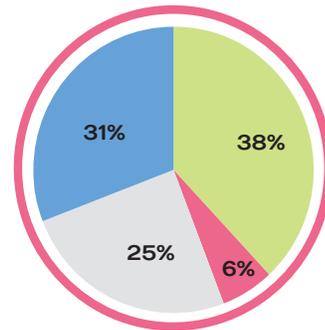
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



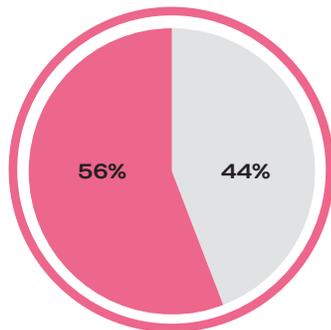
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Pensativo
● Temeroso ● Fastidioso



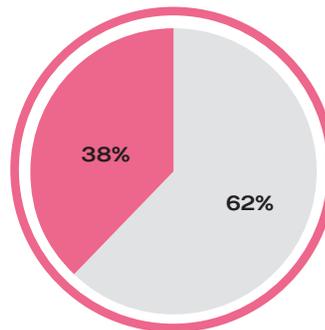
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Ternura ● Simpleza

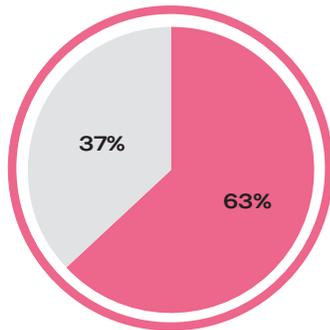


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Comedor / Opción #4 COLOR LILA (SEGMENTO DE ADULTOS)

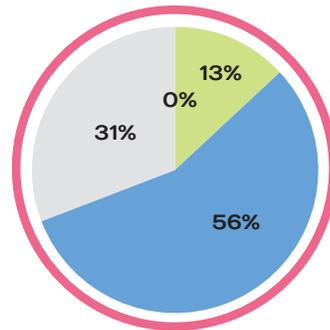
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



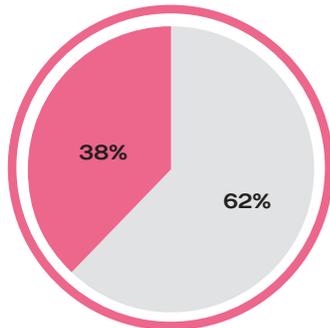
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Calmado ● Pensativo
● Temeroso ● Fastidioso



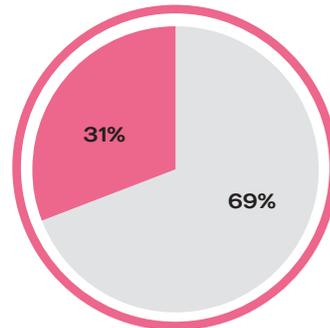
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Ternura ● Simpleza

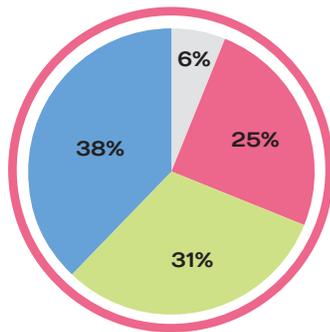


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: ¿QUÉ OPCIÓN DE COLOR CONSIDERAS MEJOR PARA ESTE ESPACIO? (Comedor)

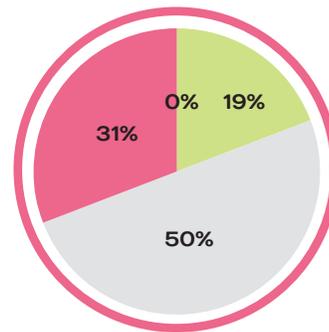
Segmento - Niños

● Amarillo ● Lila
● Rosa ● Verde



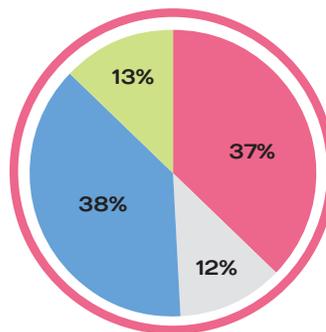
Segmento - Jóvenes

● Amarillo ● Lila
● Rosa ● Verde



Segmento - Adultos

● Amarillo ● Lila
● Rosa ● Verde



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Comedor / Opción #4 COLOR LILA

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de calma y simpleza; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de fastidio y ternura; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación pensativa y de ternura; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

RECÁMARA

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

RECÁMARA

OPCIÓN #1 BLANCA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Bienestar
- Aburrido
- Libre
- Desmotivado

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

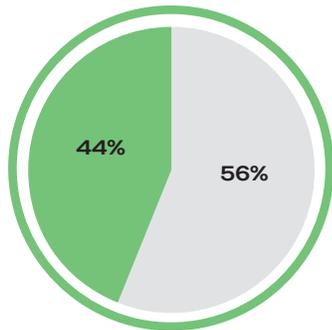
- Autoridad
- Limpieza

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #1 COLOR BLANCA (SEGMENTO DE NIÑOS)

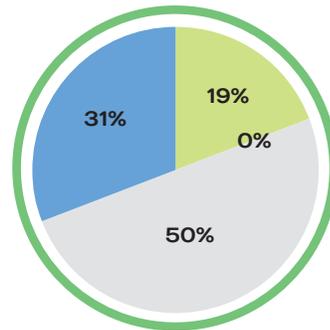
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



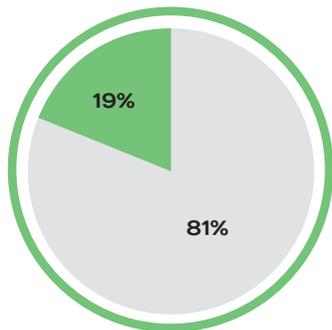
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Libre ● Desmotivado
● Aburrido ● Bienestar



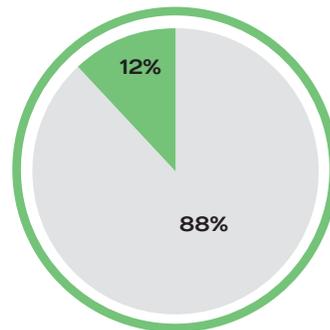
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Limpieza ● Autoridad

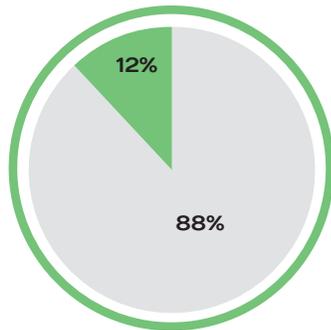


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #1 COLOR BLANCA (SEGMENTO DE JÓVENES)

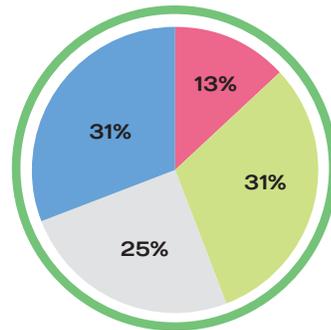
¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría



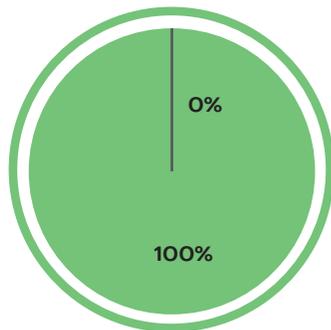
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Libre
- Desmotivado
- Aburrido
- Bienestar



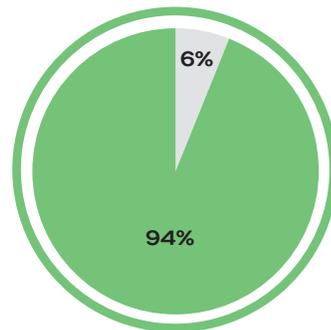
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

- Limpieza
- Autoridad

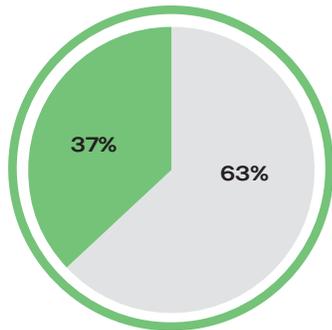


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #1 COLOR BLANCA (SEGMENTO DE ADULTOS)

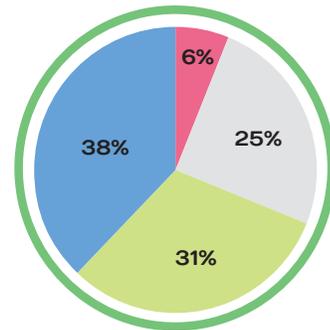
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



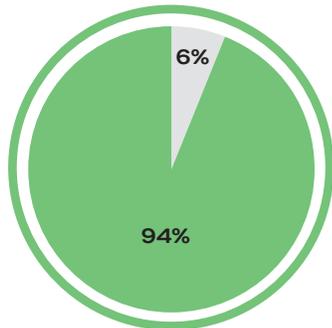
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Libre ● Desmotivado
● Aburrido ● Bienestar



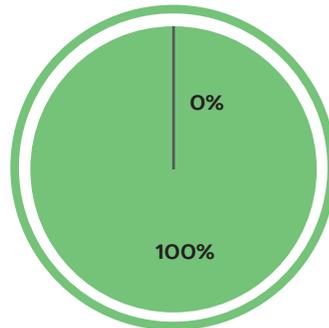
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Limpieza ● Autoridad



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Recámara / Opción #1 COLOR BLANCA

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de libertad y limpieza; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de bienestar y limpieza; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de bienestar y limpieza; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

RECÁMARA

OPCIÓN #2 GRIS

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Calmado
- Ansioso
- Estimulado
- Soñoliento

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

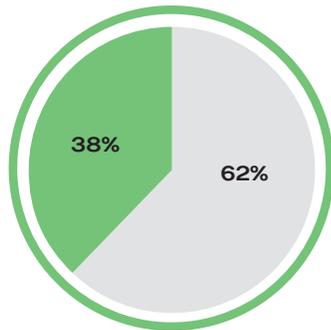
- Elegancia
- Emoción

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #2 COLOR GRIS (SEGMENTO DE NIÑOS)

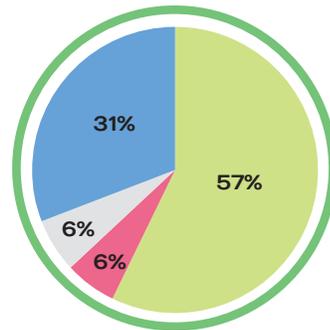
¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría



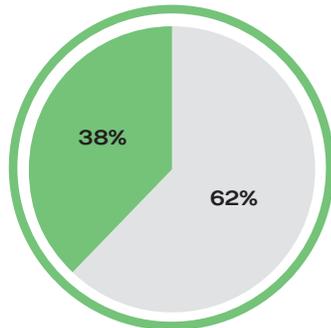
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Estimulado
- Soñoliento
- Ansioso
- Calmado



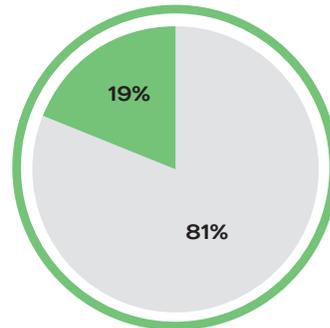
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

- Elegancia
- Emoción

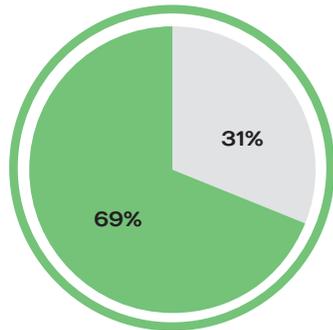


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #2 COLOR GRIS (SEGMENTO DE JÓVENES)

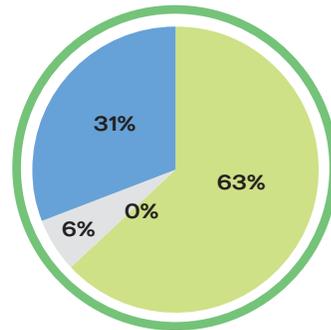
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



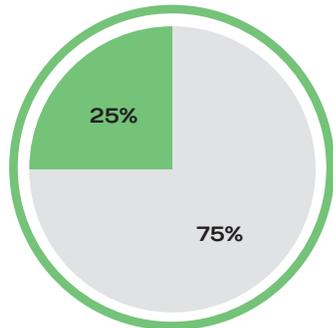
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Estimulado ● Soñoliento
● Ansioso ● Calmado



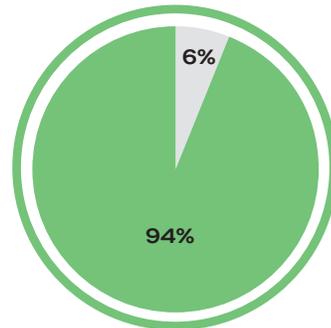
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Elegancia ● Emoción

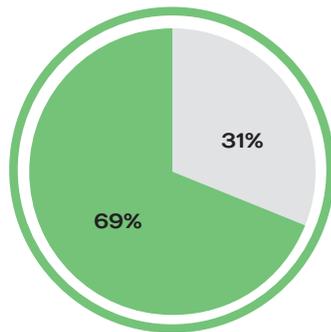


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #2 COLOR GRIS (SEGMENTO DE ADULTOS)

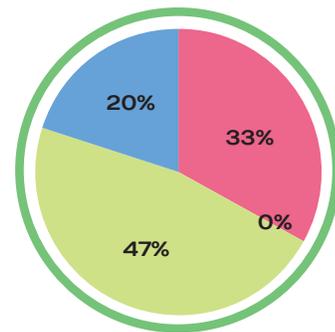
¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría



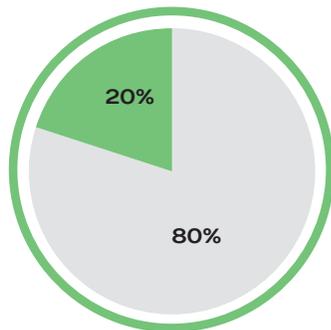
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Estimulado
- Soñoliento
- Ansioso
- Calmado



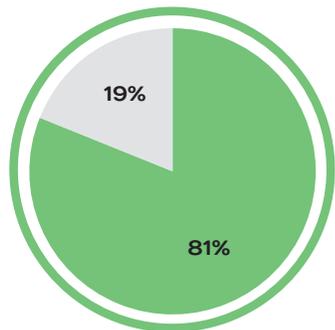
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

- Elegancia
- Emoción



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Recámara / Opción #2 COLOR GRIS

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura cálida, una sensación de calma y elegancia; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de calma y elegancia; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de calma y elegancia; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN
DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F

EDAD:

RECÁMARA

OPCIÓN #3 MARRÓN

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio,
¿Cómo te sentirías?

- Alegre
- Indiferente
- Confortable
- Intranquilo

3

Consideras que los colores aplicados en este
espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

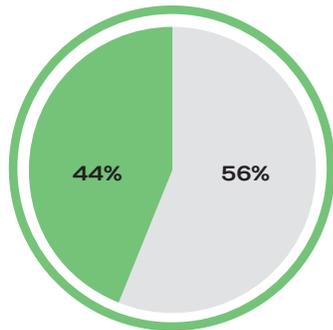
- Prestigio
- Aburrido

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #3 COLOR MARRÓN (SEGMENTO DE NIÑOS)

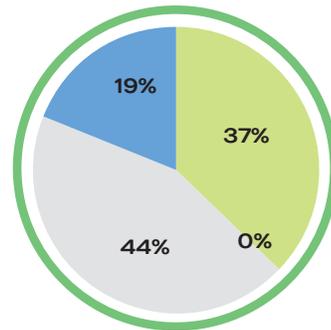
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



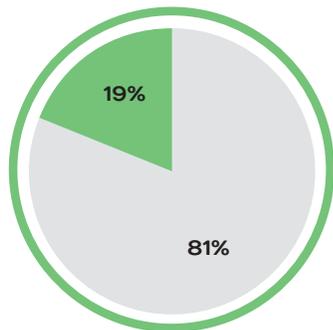
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Confortable ● Intranquilo
● Indiferente ● Alegre



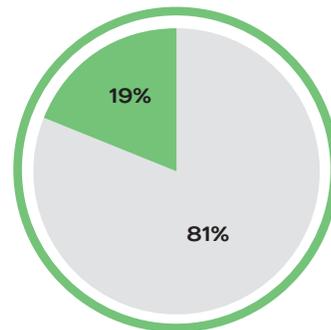
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Prestigio ● Aburrido

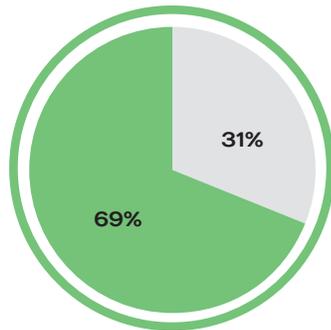


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #3 COLOR MARRÓN (SEGMENTO DE JÓVENES)

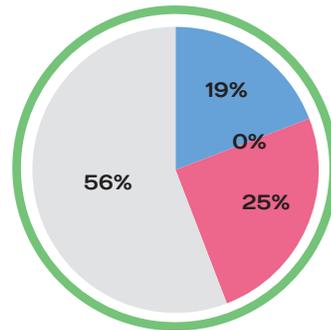
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



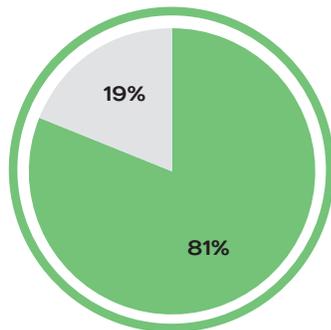
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Confortable ● Intranquilo
● Indiferente ● Alegre



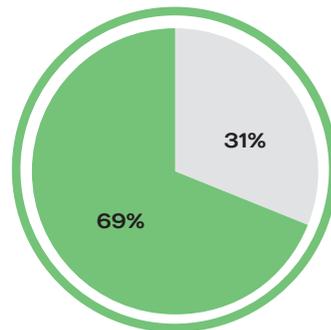
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Prestigio ● Aburrido

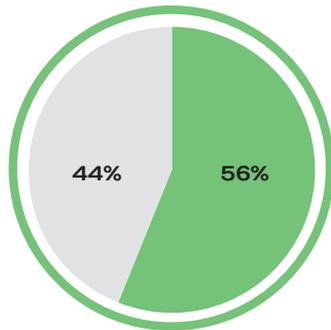


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #3 COLOR MARRÓN (SEGMENTO DE ADULTOS)

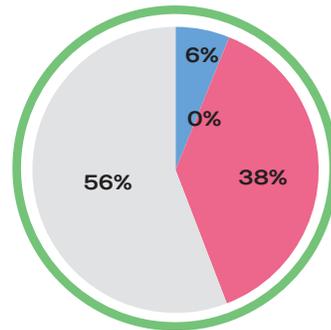
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Cálida ● Fría



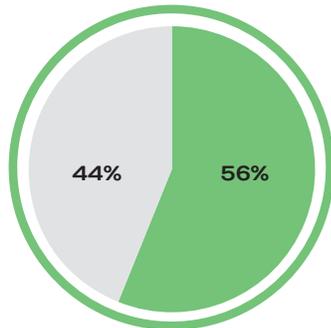
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Confortable ● Intranquilo
● Indiferente ● Alegre



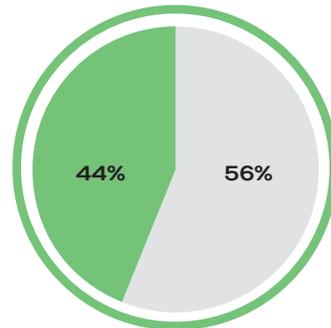
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Prestigio ● Aburrido



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Recámara / Opción #3 COLOR MARRÓN

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de confort y prestigio; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación confortable y aburrida; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura cálida, una sensación de confort y prestigio; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

MES:

GÉNERO: M F EDAD:

RECÁMARA
OPCIÓN #4 NEGRA

1

¿Qué sensación de temperatura percibes?

- Cálida
- Fría

2

Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

- Reflexivo
- Independiente
- Triste
- Orgullosa

3

Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

- Amplio
- Reducido

4

¿Qué palabra describe mejor este espacio?

- Poder
- Tétrico

5

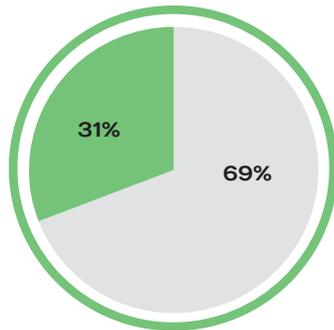
¿Qué opción de color consideras mejor para este espacio de Recámara?

ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #4 COLOR NEGRO (SEGMENTO DE NIÑOS)

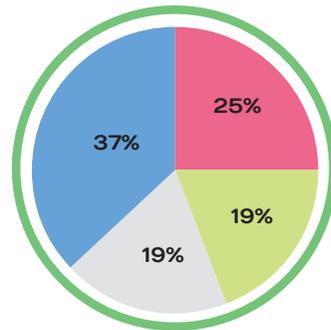
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



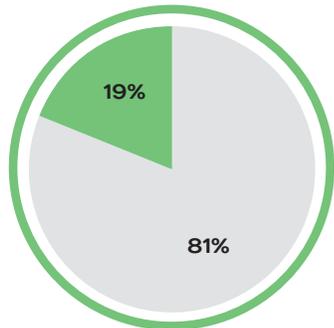
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Triste ● Orgullosos
● Reflexivo ● Independiente



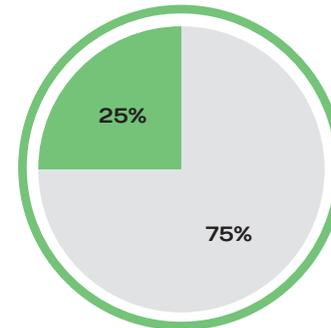
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Poder ● Tétrico

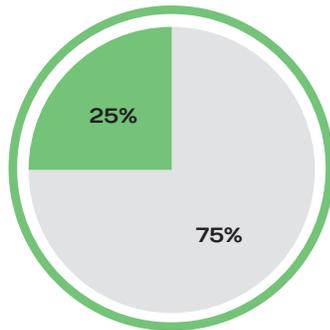


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #4 COLOR NEGRO (SEGMENTO DE JÓVENES)

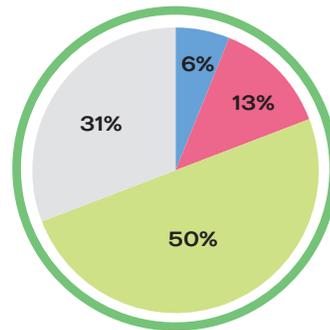
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



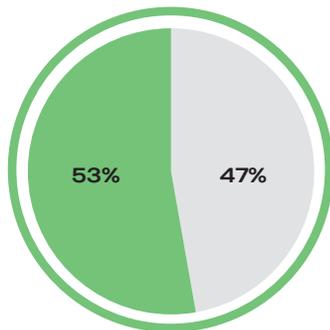
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Triste ● Orgullosos
● Reflexivo ● Independiente



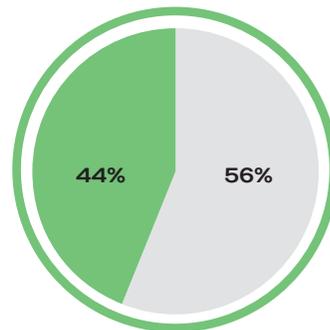
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Poder ● Tétrico

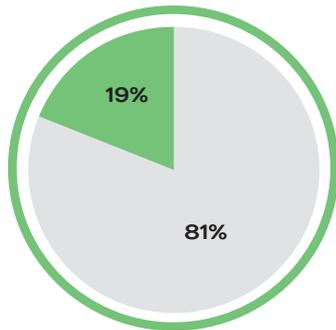


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: Recámara / Opción #4 COLOR NEGRO (SEGMENTO DE ADULTOS)

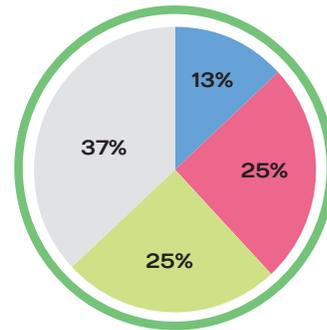
¿Qué sensación de temperatura percibes?

● Fría ● Cálida



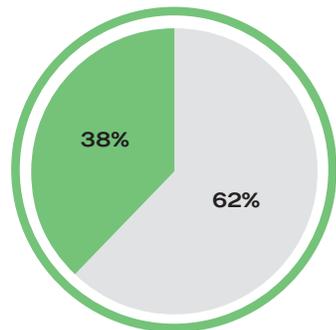
Si estuvieras dentro de este espacio, ¿Cómo te sentirías?

● Triste ● Orgullosos
● Reflexivo ● Independiente



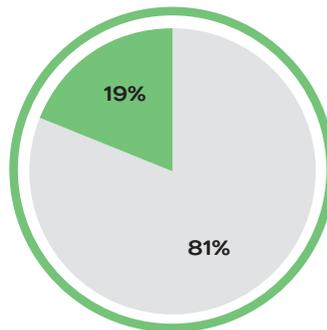
Consideras que los colores aplicados en este espacio lo hacen ver:

● Amplio ● Reducido



¿Qué palabra describe mejor este espacio?

● Poder ● Tétrico

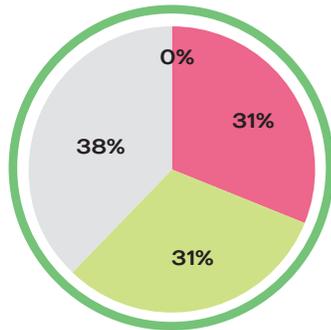


ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

RESULTADOS ENCUESTAS: ¿QUÉ OPCIÓN DE COLOR CONSIDERAS MEJOR PARA ESTE ESPACIO? (Recámara)

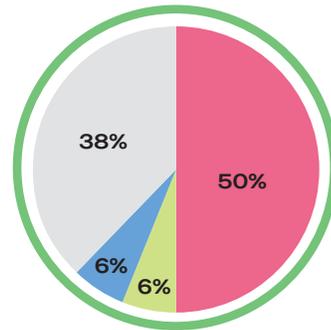
Segmento - Niños

Blanco Marrón
Gris Negro



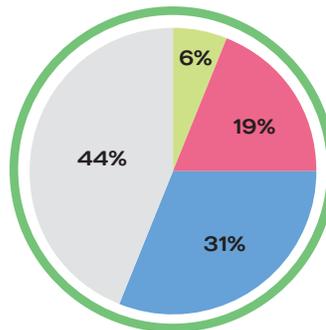
Segmento - Jóvenes

Blanco Marrón
Gris Negro



Segmento - Adultos

Blanco Marrón
Gris Negro



ESTUDIO DE APLICACIÓN Y CORROBORACIÓN DE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

CONCLUSIÓN APLICATIVA

Recámara / Opción #4 COLOR NEGRO

SEGMENTO DE NIÑOS

En cuanto a este espacio, la mayoría de encuestados, perciben temperatura fría, una sensación de orgullo y poder; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

SEGMENTO DE JÓVENES

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de poder e independencia; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente reducido.

SEGMENTO DE ADULTOS

La mayoría de encuestados perciben temperatura fría, una sensación de tristeza y poder; respecto al dimensionamiento visual, la impresión es de un ambiente amplio.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Este estudio reafirmó muchas de las hipótesis establecidas en la teoría investigada anteriormente acerca de Psicología del color, sin embargo, también hay datos interesantes que contrastan con los datos existentes; esto nos deja saber que las percepciones pueden variar de acuerdo a diferentes factores como lo son: el paso de los años, la edad de las personas y como bien se mencionó anteriormente, a sus experiencias de vida.

Según los resultados en el caso del segmento de niños, ellos perciben de una manera diferente los colores que están clasificados determinadamente en cálidos y fríos, pues bien, para ellos colores cálidos son percibidos como fríos y viceversa.

Por el otro lado, los jóvenes, asocian los colores de manera más acercada a lo establecido, asociando colores cálidos en cálidos y fríos en fríos; de igual manera sucede con las sensaciones pre establecidas, ya que su impresión es muy similar de acuerdo a los datos obtenidos de investigaciones pasadas.

Finalmente, los adultos son los usuarios que comparten más del 90% de sus asociaciones a lo ya establecido en clasificación y asociación del color.

CONCLUSIÓN

La elaboración de este documento ha tenido importante relevancia para la aplicación de conocimientos aprendidos en la licenciatura de Diseño de Interiores y ambientación; recordemos que los diferentes componentes de un espacio habitacional son la suma de interesantes atmosferas, aquellas que generan sensaciones, las que invitan al confort, a la imaginación, a los recuerdos teniendo como único límite la creatividad. Para cualquier diseñador el uso del color es imprescindible dentro de sus diseños, sin duda alguna su utilización con conciencia y un fin determinado otorgará resultados estéticos y además personalizados.

El estudio de la Psicología del color enfocada a espacios habitacionales servirá como orientación hacia el uso de este elemento de fuerza tan importante dentro de la decoración. Es tal su importancia que logra causar impacto, sensaciones y carácter a los espacios. Retomar la vivacidad de espacios llenos de

color, dejar de lado los espacios pálidos carentes de estimulación y carácter; incentivar a los futuros diseñadores a través de este estudio a que reconozcan y conozcan la variedad de posibilidades asertivas del color.

Este documento además de mostrar materia teórica acerca de la Psicología del color reitera a través de niños, jóvenes y adultos cual es la percepción psicológica de acuerdo a sus experiencias relacionadas con su edad, información que servirá de guía para aquellos interesados en mejorar siempre la calidad de sus proyectos, aquellos que buscan siempre la innovación, aquellos que saben de sensaciones y atmósferas habitacionales, los llamados Diseñadores de Interiores.

REFERENCIAS

- Aguirre, E. F. (2016). Inmaterial. Recuperado el 26 de 10 de 2018, de Inmaterial: <https://www.inmaterialdesign.com/index.php/mag/article/download/18/17>
- Allen, J. G. (12 de Marzo de 2019). Psicología y Mente. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>
- AlMejrad, A. S. (2010). Human emotion detection using brainwave signals: a challenging. *European Journal of Scientific Research*, 640-659.
- Brusatin, M. (1987). Historia de los colores. España: Paidós.
- Chauvie, V., & Risso, A. (2003). Color y Arquitectura. *Farq*, 33.
- Clare, C. M. (1995). *House as Mirror of Self: Exploring the Deeper Meaning of Home*. Berkeley: Conari Press.
- Dulude, M. A. (2014). Teoría del color. Academia, S/P.
- Gonzales, C. J., Fernandez, Q. B., & Cuevas, R. M. (2005). *Introducción al color*. España: Akal.
- Grimley, C., & Love, M. (2012). *Color, Espacio y Estilo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color: Como actúan los colores sobre el sentimiento y la razón*. Barcelona España: Gustavo Gili.
- Lasso, S. (27 de Mayo de 2018). About español. Obtenido de About español: <https://www.aboutespanol.com/pintura-rupestre-definicion-materiales-y-tecnicas-180060>
- Lozano, D. R. (1978). *El color y su medición*. Buenos Aires.: AmericaLee.
- Moreno, M. V. (2005). *Psicología del color y la forma*. (Bloque Electivo). Querétaro: Universidad de Londres.
- Pantone. (2019). Pantone. Obtenido de Pantone: <https://www.pantone.com/about/about-pantone>
- Pasca, G. L. (2013). *LA CONCEPCIÓN DE LA VIVIENDA Y SUS OBJETOS* (Tesis de maestría). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

REFERENCIAS

Pelaez, B. S., Gómez, G. P., & A., B. M. (2016). Emociones crómicas: análisis de la percepción de color basado en emociones y su relación con el consumo de moda. Redalyc, S/P.

San Martín, M. (2008). EL COLOR EN LA DECORACIÓN. Barcelona España: Kolon. Sánchez, R. M., & Caldera, G. D. (2016). La significación del color y su importancia para la divulgación de la ciencia. Un enfoque cualitativo. Redalyc, 18. 158

Scherer, K. R. (2005). ¿Qué son las emociones? y ¿Cómo pueden ser medidas? SAGE PUBLICATIONS, 695-729.

Turner, J. (2000). DISEÑO CON LUZ EN ESPACIOS PÚBLICOS. Nueva York: MCGRAWHILL.