Por qué los ambientes despejados llaman más la atención en una casa en venta

Los especialistas en psicología ambiental aseguran que los espacios despejados, límpidos, tienden a llamar más la atención que los espacios abarrotados de objetos. Te contamos los motivos aquí mismo.

A. Simplicidad y claridad

Los ambientes despejados y ordenados transmiten una sensación de simplicidad, de claridad, de múltiples posibilidades.

Al tener menos elementos visuales compitiendo por la atención del interesado en la vivienda, sus ojos y su mente pueden enfocarse con más facilidad en los pocos elementos presentes. Esto crea una experiencia relajante para el observador.



B. Sensación de amplitud

Esto no es nada nuevo: los espacios despejados dan una sensación de amplitud y libertad de movimiento.

Ello contrasta con los ambientes superpoblados, que pueden generar una sensación de confinamiento y restricción. La amplitud visual y física es mucho más estimulante y atractiva para la mayoría de las personas.

C. Menor carga cognitiva

Procesar en el cerebro un ambiente despejado requiere menos esfuerzo mental que uno lleno de mesas, mesitas auxiliares, sillones, sillas, cuadros, adornos, plantas.

En un ambiente límpido el cerebro no tiene que trabajar tanto para absorber y organizar toda la información visual. Eso permite que la persona se enfoque mejor en lo esencial.



D. Asociaciones positivas

Culturalmente, las personas han aprendido a asociar los espacios despejados con conceptos como elegancia, lujo, relax y bienestar.

Esto genera una reacción emocional más positiva y atractiva en comparación con los ambientes confusos, que a menudo se asocian con desorden, estrés y falta de control. Y también, ¿por qué no decirlo?, con falta de higiene.

Algunos individuos, al visitar una vivienda colmada de objetos, piensan interiormente: “¿Con qué nos encontraremos cuando saquen todo lo que aquí está acumulado?”

¿Hay que pasar del maximalismo al

minimalismo?

No, no se trata de tirar ni de esconder todo lo que hay en cada habitación cuando la casa se pone en venta.

Se trata de dejar solo lo central, lo vital. Para algunas personas esto resulta sencillo pero para otras, no.



¿Qué es la psicología ambiental?

La psicología ambiental es un campo de estudio que se enfoca en analizar la relación entre las personas y su entorno, tanto físico como social.

Este campo se dedica a identificar y resolver problemas ambientales, centrándose en la habitabilidad de las ciudades y de las viviendas, el cuidado de los entornos naturales y la reducción de los niveles de contaminación a nivel global.

Además, la psicología ambiental se caracteriza por ser

interdisciplinaria, integrándose con otras áreas como la psicología cognitiva, la arquitectura y la economía, entre varias extra.

La psicología ambiental busca –en su esencia– comprender cómo el ambiente influye en el comportamiento humano y cómo las personas, a su vez, afectan y modifican su entorno.

Un factor determinante: el corredor inmobiliario

Un corredor inmobiliario actualizado siempre le dará a quien va a vender su casa, un consejo: “Con menos se logra más”.

Y pasará a contarle las ventajas de las técnicas agrupadas bajo la denominación de home staging. El home staging –o “puesta en escena de una vivienda” a vender– consiste en ordenar, airear, iluminar y asear una propiedad, con el fin de hacer que brille, se luzca, se destaque, atraiga y seduzca a compradores.

Son técnicas simples, con costo cero o muy, muy bajo. ¿Y cuándo se deben poner en práctica? Unos días antes de que llegue el fotógrafo y videasta que enviará el corredor como parte de sus servicios.

El trabajo de este profesional será obtener una nutrida serie de imágenes fijas y en movimiento. Con ellas se alimentarán las redes del corredor inmobiliario, así como su sitio web y diversos portales específicos.

El objetivo es dar a conocer la unidad, y difundirla entre el mayor número posible de personas que podrían ser compradores, adquirentes. De ese modo, se acelera el tiempo de venta.

La vida es simple

Confucio, el filósofo y educador chino del siglo V a.C., decía: “La vida es realmente simple, pero insistimos en complicarla”. Lo mismo puede aplicarse a una vivienda.

El hogar debería ser un espacio simple, pero hay una tendencia a llenarlo de cosas. Unas son necesarias, imprescindibles. Otras podrían obviarse.