

DISEÑA CON LOS SENTIDOS

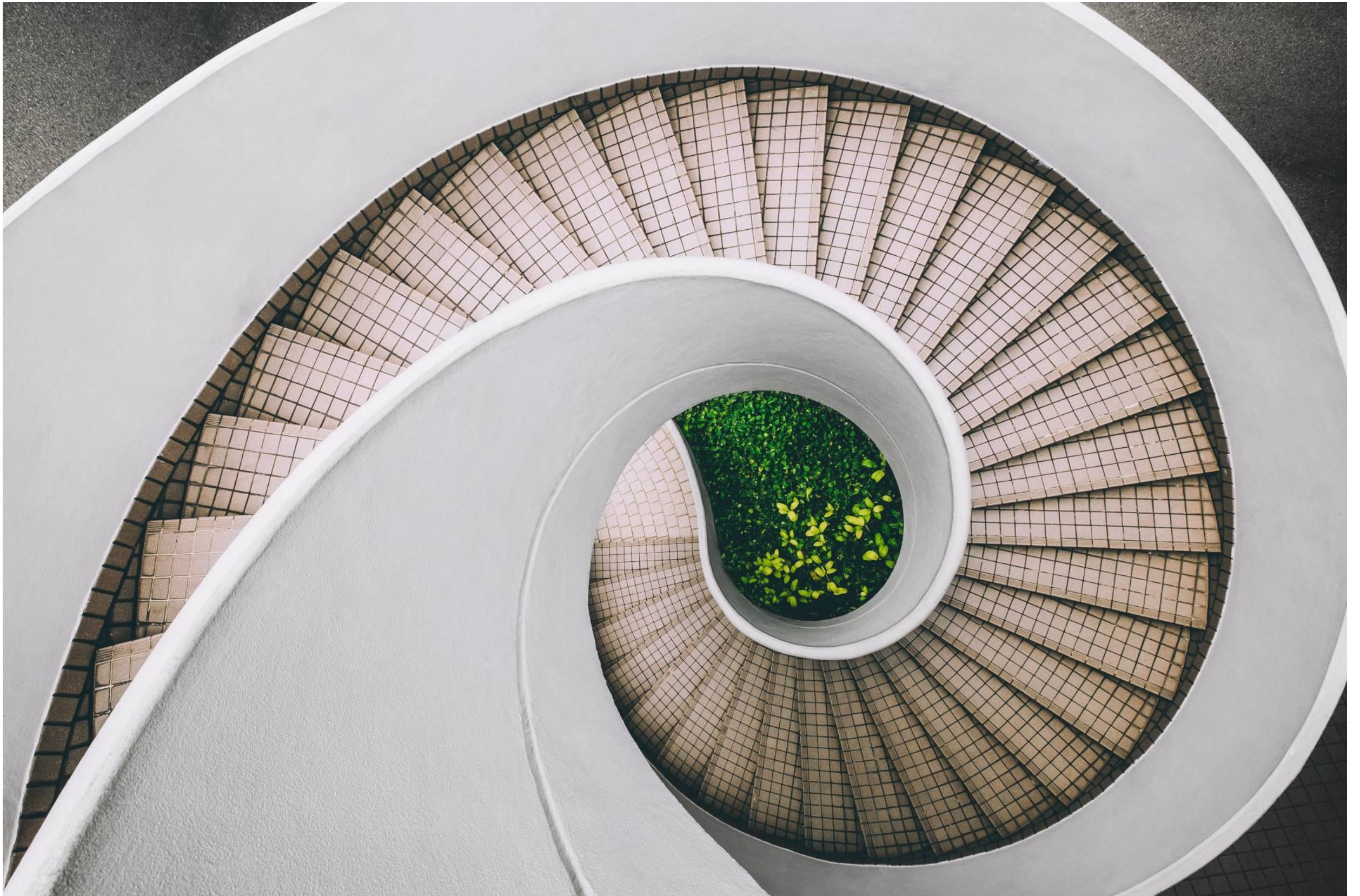
Una mirada al diseño que se siente, no
solo se ve

Crea Experiencias

El diseño sensorial es una forma de mirar el mundo con todos los sentidos despiertos

No se trata solo de estética o funcionalidad, sino de crear experiencias que conectan con las emociones más humanas. En Crevia Hous creemos que el diseño tiene un poder silencioso: puede calmar, inspirar, emocionar o provocar recuerdos.

Cada textura, color, forma o aroma cuenta una historia. Y cuando esos elementos se integran con intención, el resultado trasciende lo visual para volverse memorable.



La vista .
El lenguaje de la forma y el color

El lenguaje de la forma y el color

La vista es el primer sentido que entra en contacto con el diseño.
Antes de tocar o usar algo, lo percibimos visualmente.
Por eso, la armonía visual es la base de toda experiencia estética.

El color.

El color no solo decora: comunica emociones.
Los tonos neutros y suaves evocan serenidad y elegancia.
Los tonos cálidos transmiten cercanía y energía.
Los contrastes fuertes sugieren dinamismo y modernidad.
La elección de una paleta cromática coherente define el tono emocional de una marca o producto.

La forma.

Las curvas inspiran suavidad, apertura y movimiento.
Las líneas rectas evocan precisión, estructura y control.
Cada forma tiene su propio lenguaje visual, y entenderlo permite diseñar con intención.

La proporción.

En el equilibrio de las proporciones está la sensación de armonía.
Ni demasiado, ni demasiado poco: el ojo reconoce naturalmente la medida justa.
Un diseño bien equilibrado se siente correcto, incluso antes de entender por qué.



El tacto
La emoción tangible

La emoción tangible

El tacto es el sentido más honesto: nos conecta físicamente con lo que percibimos.

Mientras la vista observa, las manos confirman.

En Crevia Hous, el material es un lenguaje por sí mismo.
Un papel con textura, una superficie mate, una tela suave... cada una despierta sensaciones únicas.

Las texturas.

Lo rugoso comunica lo artesanal y natural.

Lo liso sugiere precisión y modernidad.

Lo poroso o irregular transmite autenticidad y calidez.

La temperatura.

Sí, los materiales también tienen temperatura.

El metal frío proyecta sobriedad y sofisticación; la madera tibia transmite cercanía.

Un diseño sensorial busca ese balance: que cada material se sienta correcto.

El peso.

El peso de un objeto también habla.

Un empaque demasiado ligero puede sentirse desechable; uno con peso transmite valor y presencia.

Diseñar con el tacto es diseñar desde la empatía: pensar en cómo queremos que el otro experimente nuestro trabajo.



El olfato
La emoción invisible

La emoción invisible

El olfato tiene el poder de transportarnos a recuerdos y sensaciones más rápido que cualquier otro sentido.

Un aroma puede definir una marca, un espacio o incluso un momento de la vida.

En el diseño sensorial, el aroma se convierte en un detalle sutil que completa la experiencia.

Imagina abrir una caja con un ligero olor a madera o papel recién impreso.

O entrar a un espacio donde cada objeto comparte una esencia común.

Los aromas suaves : como lino, vainilla o cedro, generan calma y sofisticación.

Las notas cítricas o florales aportan frescura y vitalidad.

Incorporar el olfato en el diseño no es un lujo, es una manera de construir identidad emocional.

Lo que olemos, recordamos.



El sonido
El ritmo invisible

El ritmo invisible

Aunque parezca lejano del diseño visual, el sonido también comunica.
Cada material, superficie o interacción genera un ritmo particular.

El sonido del papel al doblarse, el clic suave de un empaque al cerrarse, o el silencio de una textura que absorbe el ruido...
Todo forma parte de la experiencia sensorial.

Un diseño que “suena” bien, sugiere cuidado y detalle.
El branding también tiene ritmo: desde el tono de voz en una marca hasta cómo suenan las palabras que elegimos.
El sonido da forma al carácter.
El diseño sensorial también se escucha.

En Crevia Hous, cada detalle busca tener su propio tono.
Desde el sonido del papel al tocarse hasta el “susurro” de una cinta o un empaque, cada textura tiene su voz.



El gusto
Inspiración para los demás sentidos

Inspiración para los demás sentidos

Aunque pocas veces se relaciona directamente con el diseño de objetos, el gusto inspira paletas, texturas y atmósferas. Sabores frescos, amargos, dulces o terrosos pueden guiar la elección de materiales o colores.

Cada proyecto tiene un “sabor” emocional propio.
Un logotipo puede ser dulce o amargo.
Una invitación puede sentirse fresca o intensa.
Un empaque puede tener el carácter de un café fuerte o la ligereza de un sorbete.

Un diseño “fresco” puede tener tonos verdes, texturas ligeras y tipografía limpia.
Uno “dulce” puede reflejarse en formas redondeadas y paletas suaves.

El diseño sensorial traduce los sabores en estética.
Se trata de provocar placer, aunque no se coma.

Diseña para emocionar

El diseño sensorial es una invitación a crear con todos los sentidos despiertos.

A no quedarte solo en lo visual, sino a explorar lo que un objeto o una marca hace sentir.

En Crevia Hous diseñamos con propósito:
porque creemos que el diseño más poderoso no solo se mira, se vive.