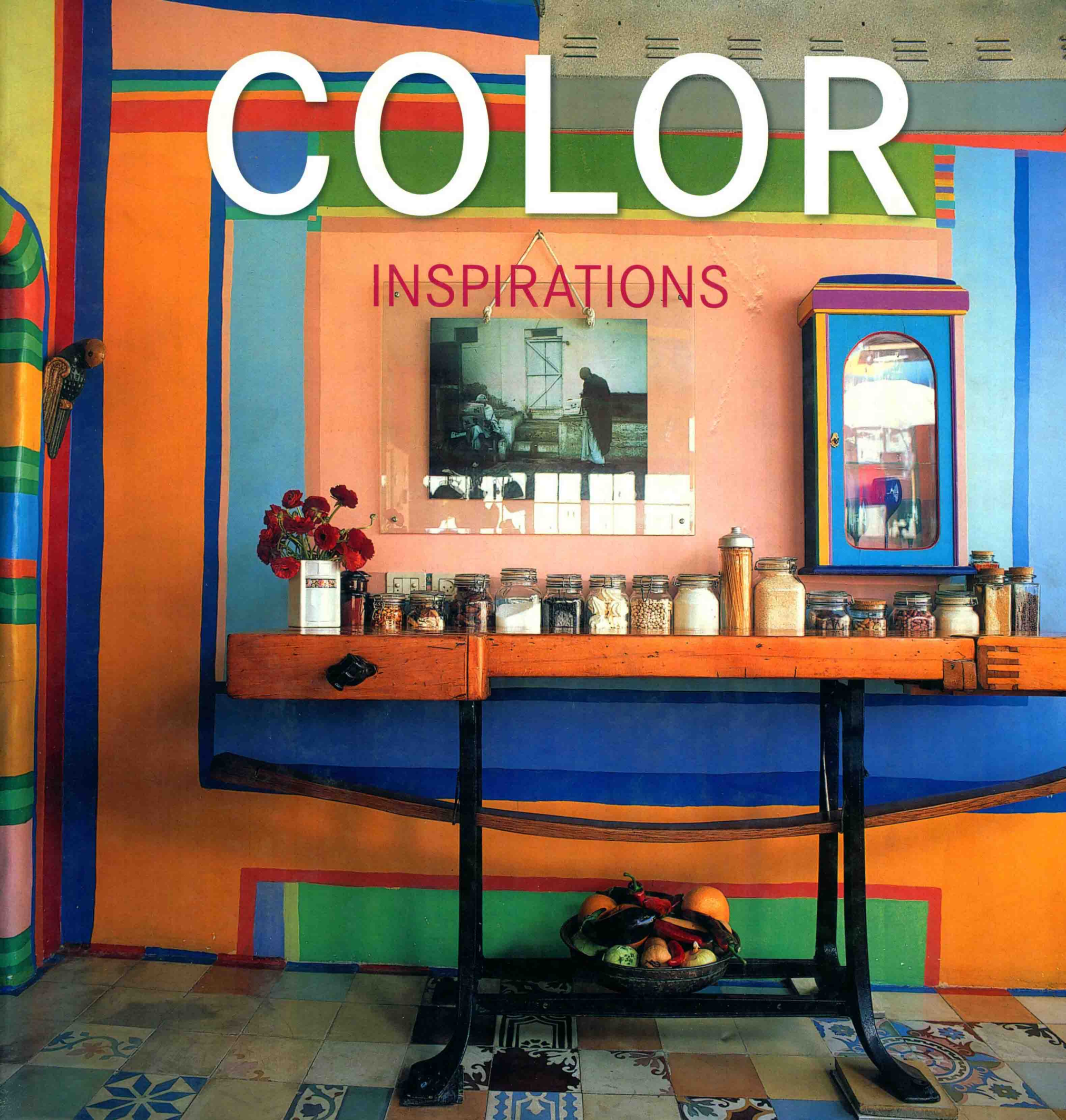
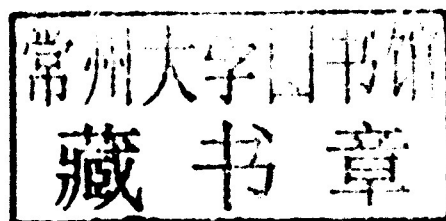


COLOR

INSPIRATIONS



COLOR INSPIRATIONS





Editorial project:

2010 © LOFT Publications

Via Laietana, 32, 4^º, of. 92

08003 Barcelona, Spain

Tel.: +34 932 688 088

Fax: +34 932 687 073

loft@loftpublications.com

www.loftpublications.com

Editorial coordination:

Simone K. Schleifer

Assistant to editorial coordination:

Aitana Lleonart

Editor and texts:

Aitana Lleonart

Art director:

Mireia Casanovas Soley

Design and layout coordination:

Claudia Martínez Alonso

Graphic design and layout:

Anabel N. Quintana

Translations:

Cillero & de Motta

ISBN:

978-84-92731-74-9 (INT)

978-80-556-0013-0 (SLOVART)

Printed in China

Cover photo:

Yael Pincus

LOFT affirms that it possesses all the necessary rights for the publication of this material and has duly paid all royalties related to the authors' and photographers' rights. LOFT also affirms that it has violated no property rights and has respected common law, all authors' rights and other rights that could be relevant. Finally, LOFT affirms that this book contains no obscene nor slanderous material.

The total or partial reproduction of this book without the authorization of the publishers violates the two rights reserved; any use must be requested in advance.

If you would like to propose works to include in our upcoming books, please email us at loft@loftpublications.com.

In some cases it has been impossible to locate copyright owners of the images published in this book. Please contact the publisher if you are the copyright owner of any of the images published here.

INTRODUCTION EINLEITUNG INTRODUCTION INTRODUCTIE INTRODUZIONE INTRODUCCIÓN INNFØRING	6
ARCHITECTURE ARCHITEKTUR ARCHITECTURE ARCHITECTUUR ARCHITETTURA ARQUITECTURA ARKITEKTUR	12
INTERIOR DESIGN INNENARCHITEKTUR DESIGN D'INTÉRIEURS INTERIEURDESIGN DESIGN DI INTERNI DISEÑO DE INTERIORES INTERIØRDESIGN	156
EXHIBITIONS AUSSTELLUNGEN EXPOSITIONS TENTOONSTELLINGEN MOSTRE EXPOSICIONES UTSTILLINGER	348
PRODUCT DESIGN PRODUKTDESIGN DESIGN DE PRODUITS PRODUCTDESIGN DESIGN DI PRODOTTI DISEÑO DE PRODUCTOS PRODUKTDESIGN	474
CREDITS CREDITS CRÉDITS CREDITS CREDITI CRÉDITOS REFERANSER	596

COLOR INSPIRATIONS

COLOR INSPIRATIONS





Editorial project:

2010 © LOFT Publications

Via Laietana, 32, 4º, of. 92

08003 Barcelona, Spain

Tel.: +34 932 688 088

Fax: +34 932 687 073

loft@loftpublications.com

www.loftpublications.com

Editorial coordination:

Simone K. Schleifer

Assistant to editorial coordination:

Aitana Lleonart

Editor and texts:

Aitana Lleonart

Art director:

Mireia Casanovas Soley

Design and layout coordination:

Claudia Martínez Alonso

Graphic design and layout:

Anabel N. Quintana

Translations:

Cillero & de Motta

ISBN:

978-84-92731-74-9 (INT)

978-80-556-0013-0 (SLOVART)

Printed in China

Cover photo:

Yael Pincus

LOFT affirms that it possesses all the necessary rights for the publication of this material and has duly paid all royalties related to the authors' and photographers' rights. LOFT also affirms that it has violated no property rights and has respected common law, all authors' rights and other rights that could be relevant. Finally, LOFT affirms that this book contains no obscene nor slanderous material.

The total or partial reproduction of this book without the authorization of the publishers violates the two rights reserved; any use must be requested in advance.

If you would like to propose works to include in our upcoming books, please email us at loft@loftpublications.com.

In some cases it has been impossible to locate copyright owners of the images published in this book. Please contact the publisher if you are the copyright owner of any of the images published here.

INTRODUCTION EINLEITUNG INTRODUCTION INTRODUCTIE INTRODUZIONE INTRODUCCIÓN INNFØRING	6
 ARCHITECTURE ARCHITEKTUR ARCHITECTURE ARCHITECTUUR ARCHITETTURA ARQUITECTURA ARKITEKTUR	 12
 INTERIOR DESIGN INNENARCHITEKTUR DESIGN D'INTÉRIEURS INTERIEURDESIGN DESIGN DI INTERNI DISEÑO DE INTERIORES INTERIØRDESIGN	 156
 EXHIBITIONS AUSSTELLUNGEN EXPOSITIONS TENTOONSTELLINGEN MOSTRE EXPOSICIONES UTSTILLINGER	 348
 PRODUCT DESIGN PRODUKTDESIGN DESIGN DE PRODUITS PRODUCTDESIGN DESIGN DI PRODOTTI DISEÑO DE PRODUCTOS PRODUKTDESIGN	 474
 CREDITS CREDITS CRÉDITS CREDITS CREDITI CRÉDITOS REFERANSER	 596

The use of color, in any artistic discipline, is one of the most complex tasks, as it not only serves a decorative purpose; it is also used to convey an intention and certain aesthetic effects. In addition, there is the psychological factor, considering that a color, and even shades of a color, can trigger certain feelings and this can have a decisive impact on how a person perceives a space or object.

The psychology of color analyses and demonstrates the relationship between color and the emotions it triggers and the moods it creates. Red, for example, is associated with strength, vitality and sensuality. It is a stimulating color, but because of its powerful visual impact, it is better to use it on small surfaces and places not used for rest or study. Orange, which we associate with autumn, is a warm and cheerful color; however, when combined in excess with other colors, it can be too loud. Blue conveys serenity; white, purity and rest, and green balance and freshness. Black is one of the most complex colors so the way and setting in which it is used is very important. In product and graphic design, black is used to transmit elegance and sophistication; however, in interior design and architecture, this elegance can be eclipsed by feelings of sadness, melancholy and solemnity.

In all design disciplines, color is used in different ways. In industrial design, eye-catching and daring colors are generally used. In interior design – and despite the fact that the color palette nowadays is increasingly varied – neutral tones are still the preferred choice. In graphic design, and particularly signage, color is as decisive a factor as typography. The use of two contrasting colors, for instance, makes the poster or sign much easier to see and to read.

Color is used to direct the viewer's attention to the object one wishes to highlight, either with the intention of focusing attention on the most eye-catching colors or, to the contrary, towards more neutral volumes, spaces or designs through the use of contrast. This tactic can be used to great advantage in installations and exhibitions, and it is therefore a very useful and versatile tool. By combining colors or using just one color, the viewer's attention can be captured and a concrete idea conveyed. In addition, shapes, lighting and materials can be used to emphasize the artistic concept that the artist wishes to convey.

Die Verwendung von Farbe gehört in allen künstlerischen Wissensgebieten zu den anspruchsvollsten Themenbereichen, weil sie nicht nur dekorative Zwecke erfüllt, sondern auch eine bestimmte Zielsetzung und bestimmte ästhetische Wirkungen verfolgt. Hinzu kommt der psychologische Aspekt. Eine Farbe ebenso die Farbnuancen lösen bestimmte Gefühle aus, die einen entscheidenden Einfluss auf die persönliche Wahrnehmung von Raum oder Objekt nehmen.

Die Farbenpsychologie analysiert und demonstriert die Beziehung zwischen Farbe und die dadurch ausgelösten Emotionen und seelischen Befindlichkeiten. Die Farbe Rot beispielsweise wird mit Kraft, Vitalität und Sinnlichkeit in Verbindung gebracht. Rot ist eine stimulierende Farbe, die jedoch aufgrund ihrer intensiven optischen Wirkung nicht großflächig, sondern gezielt in Räumen eingesetzt werden sollte, die nicht zum Ausruhen oder Arbeiten bzw. Lernen bestimmt sind. Die Farbe Orange, die mit dem Herbst assoziiert wird, strahlt Wärme und Fröhlichkeit aus, doch eine übermäßige Verwendung kann in Verbindung mit anderen Farben dazu führen, dass die in Orange gehaltenen Elemente zu sehr ins Auge springen. Die Farbe Blau vermittelt Gelassenheit, Weiß steht für Reinheit und Ruhe und Grün für Ausgeglichenheit und Frische. Schwarz ist etwas komplexer in der Anwendung, da dem Kontext, in dem es eingesetzt wird, eine besondere Bedeutung zukommt. In den Bereichen Produkt- und Grafikdesign wird Schwarz verwendet, um Eleganz und Klasse zu vermitteln.

In der Innengestaltung und Architektur aber kann sich diese Eleganz verflüchtigen und Gefühle von Traurigkeit und Melancholie werden hervorgerufen. In jedem einzelnen Bereich des Designs wird Farbe auf eine unterschiedliche Art und Weise genutzt. Im Industriedesign werden im Allgemeinen auffällige und gewagte Farben eingesetzt. In der Innenarchitektur wurde, obwohl heutzutage eine immer umfangreichere Farbpalette Verwendung findet, seit jeher den neutralen Farbtönen der Vorzug gewährt. Im Grafikdesign und insbesondere im Bereich Beschilderung sind Farben ebenso wichtig wie die Typografie. Der Kontrast zweier unterschiedlicher Farbtöne beispielsweise sorgt dafür, dass ein Plakat oder ein Schild wahrgenommen wird, und gewährleistet eine bessere Lesbarkeit.

Durch den Einsatz von Farbe wird die Aufmerksamkeit auf das Objekt gerichtet, das in den Mittelpunkt gerückt werden soll, sei es um den Blick auf die kräftigsten Farbtöne oder, ganz im Gegenteil, durch eine Kontrastwirkung auf Räume oder Gestaltungselemente in neutraleren Farben zu lenken. In Installationen und Ausstellungen wartet das Gestaltungsmittel Farbe als eines der nützlichsten und vielseitigsten Tools mit zahlreichen Möglichkeiten auf. Mithilfe der Kombination verschiedener Farben oder der Gestaltung eines einfarbigen Objekts kann der Künstler die Aufmerksamkeit des Betrachters gewinnen und eine bestimmte Idee vermitteln. Abgerundet wird das künstlerische Konzept, dem Ausdruck verliehen werden soll, durch die verwendeten Formen, die eingesetzte Beleuchtung und die ausgewählten Materialien.

Dans toutes les disciplines artistiques, l'application de la couleur est une des matières les plus complexes, en effet, elle n'obéit pas seulement à des fins décoratives, mais aussi à une intention et à des effets esthétiques bien déterminés. À cela s'ajoute un facteur psychologique, puisqu'une couleur, et même une nuance ou une tonalité, provoque des sensations concrètes et peut constituer un facteur fondamental de l'appréciation d'un espace ou d'un objet.

La psychologie de la couleur analyse et présente la relation entre une couleur et les émotions qu'elle suscite en indiquant les états animiques qu'elle peut provoquer. Par exemple, le rouge est associé à la force, la vitalité et la sensualité. C'est une couleur stimulante, cependant, étant donné son fort impact visuel, il est préférable de l'utiliser sur des surfaces peu étendues et dans des espaces qui ne soient pas consacrés au repos ou à l'étude. L'orange est lié à l'automne, c'est une couleur chaude et gaie, mais si on l'utilise trop, en combinaison avec d'autres couleurs, elle peut devenir criarde. Le bleu apporte la sérénité ; le blanc, la pureté et le repos ; quant au vert, il apporte équilibre et fraîcheur. Le noir est une des couleurs les plus complexes, en effet, le contexte et la manière dont elle est appliquée ont une grande importance. Dans le design produit et le design graphique, on utilise cette couleur pour transmettre élégance et sophistication ; cependant, en architecture et en architecture d'intérieur, cette élégance peut laisser place à un sentiment de tristesse, de mélancolie ou de gravité.

La couleur s'applique différemment dans chacune des disciplines graphiques. Dans le design industriel, on emploie en général des couleurs voyantes et audacieuses. En architecture d'intérieur, les tons neutres ont toujours été les plus présents, même si aujourd'hui la gamme de couleurs est de plus en plus ample. Dans le design graphique, et tout particulièrement dans le domaine de la signalétique, la couleur est un facteur aussi déterminant que la typographie. Ainsi, le contraste entre deux tons différents rend le panneau perceptible et beaucoup plus facile à déchiffrer.

Grâce à l'application de couleur, on arrive à orienter le regard vers ce que l'on veut faire ressortir, soit pour attirer l'attention sur les tons les plus voyants, soit, au contraire, pour mettre en valeur des volumes, des espaces ou des designs plus neutres par le biais d'un effet de contraste. Dans les installations et les expositions, ce moyen offre beaucoup de possibilités puisqu'il s'agit d'un des recours les plus utiles et les plus versatiles. Par le biais de combinaisons chromatiques ou d'une pièce monochromatique, on peut capter l'attention du spectateur et transmettre une idée concrète. D'autre part, les formes, l'éclairage et les matériaux choisis complètent le concept artistique que l'on souhaite exprimer.

De l'application de couleur, in welke kunstdiscipline dan ook, is een van de meest complexe taken, want zij staat niet alleen in voor decoratieve doelstellingen, maar heeft ook een bedoeling en bepaalde esthetische effecten. Hierbij mag de psychologische factor niet buiten beschouwing blijven, aangezien een kleur, en zelfs een nuance of kleurschakering, bepaalde indrukken opwekt en een fundamenteel element kan zijn in de waarneming van de ruimte of van een voorwerp.

Kleurpsychologie analyseert de relatie tussen een kleur en de gevoelens die zij opwekt, en wijst op gemoedstoestanden die door een kleur kunnen worden gestimuleerd. Bijvoorbeeld, rood wordt geassocieerd met kracht, vitaliteit en sensualiteit. Het is een stimulerende kleur, maar vanwege zijn sterke visuele impact kan deze kleur beter gebruikt worden op niet al te grote oppervlakken en in ruimten die niet zijn bestemd voor rust of studie. Oranje wordt in verband gebracht met de herfst en is een warme, vrolijke kleur, maar overdadig gebruik of de combinatie met andere kleuren kan ervoor zorgen dat zij te veel opvalt. Blauw straalt kalmte uit, wit zuiverheid en rust en van groen gaat evenwicht en frisheid uit. Zwart is een van de meest complexe kleuren, want de manier waarop en de context waarin het wordt toegepast zijn erg belangrijk. Bij het ontwerpen van producten en in de grafische vormgeving wordt deze kleur gebruikt om elegantie en verfijning uit te stralen. Echter, in het interieurdesign en de architectuur kan die elegantie overschaduwd worden door gevoelens van verdriet, melancholie en eenzaamheid die deze kleur opwekt. In elk van de designdisciplines wordt kleur op een andere manier toegepast. In de industriële vormgeving worden over het algemeen felle en zeer opvallende kleuren gebruikt.

In de binnenhuisarchitectuur worden neutrale kleuren het vaakst toegepast, ondanks het feit dat het gebruikte kleurengamma vandaag de dag steeds gevarieerder is. In de grafische vormgeving, en in het bijzonder in de bewegwijzering, is kleur net zo'n belangrijke factor als de typografie. Zo zorgt het contrast van twee verschillende kleuren ervoor dat een poster of een wegwijzer opvallender en gemakkelijker te lezen is.

Door toepassing van kleur wordt de aandacht gevestigd op datgene wat men wil benadrukken, met de bedoeling om de blik te laten vallen op de opvallendste kleuren of juist op meer neutrale volumes, ruimtes of ontwerpen, door middel van een contrasteffect. Op installaties en tentoonstellingen kan dit hulpmiddel nogal wat teweegbrengen. Kleur is namelijk een van de nuttigste en veelzijdigste instrumenten. Door middel van kleurencombinaties of van een eenkleurig voorwerp kan de aandacht van de toeschouwer worden getrokken en een concreet idee worden overgebracht. Anderzijds wordt het kunstconcept dat men wil uitdrukken met de gekozen vormen, verlichting en materialen compleet gemaakt.

L'applicazione del colore, in qualsiasi disciplina artistica è uno dei temi più complessi, dato che non risponde solo a fini decorativi, ma possiede anche un'intenzionalità e degli effetti estetici specifici. A ciò bisogna aggiungere un fattore psicologico, dato che un colore, e addirittura una sfumatura o una tonalità, provoca delle sensazioni precise e può costituire un fattore fondamentale nella valutazione di uno spazio o di un oggetto. La psicologia del colore analizza e descrive la relazione di un colore con le emozioni da esso suscitate ed indica quegli stati d'animo che possono essere risvegliati. Ad esempio, il rosso viene associato alla forza, alla vitalità e alla sensualità. È un colore stimolante, ma dovuto al suo forte impatto visivo è preferibile utilizzarlo in superfici poco estese e all'interno di spazi che non siano destinati al riposo o allo studio. L'arancione, associato all'autunno, è un colore caldo e allegro, ma un uso eccessivo in combinazione con altri colori può creare un risultato troppo intenso. Il blu trasmette serenità; il bianco, purezza e riposo e il verde, equilibrio e freschezza. Il nero è uno dei colori più complessi poiché il modo e il contesto in cui viene applicato costituiscono due aspetti molto importanti. Nell'ambito del disegno di prodotti e nella grafica, questo colore viene utilizzato per trasmettere eleganza e raffinatezza; tuttavia, nell'arredamento di interni e in architettura, tale eleganza può essere offuscata dai sentimenti di tristezza, malinconia o solennità che suscita.

In ognuna delle discipline della progettazione, il colore si applica in un modo diverso. Nel disegno industriale, generalmente si utilizzano colori vivaci e molto azzardati. Nell'arredamento di interni, nonostante al giorno d'oggi la gamma di colori sia sempre più varia, le tonalità neutre sono sempre state le più ricorrenti. Nel disegno grafico, e specialmente nella segnaletica, il colore è un fattore decisivo tanto come la tipografia. In questo modo, il contrasto tra due tonalità diverse fa in modo che un cartello o un segnale sia distinguibile e molto più facile da leggere.

Tramite l'applicazione del colore è possibile rivolgere l'attenzione verso ciò che si vuole evidenziare, sia con l'intenzione di focalizzare lo sguardo sulle tonalità più vivaci o, al contrario, sui volumi, sugli spazi e sui disegni più neutri attraverso un effetto contrasto. Nelle installazioni o nelle esposizioni questo mezzo offre numerose possibilità, dato che si tratta di uno degli strumenti più utili e versatili. Attraverso le combinazioni cromatiche o un elemento monocromatico, è possibile catturare l'attenzione dello spettatore e trasmettere una determinata idea. D'altra parte, le forme, l'illuminazione e i materiali scelti completano il concetto artistico che si vuole esprimere.

La aplicación del color, en cualquier disciplina artística, es una de las asignaturas más complejas, ya que no responde únicamente a fines decorativos, sino que tiene una intencionalidad y unos efectos estéticos determinados. A esto hay que sumarle el factor psicológico, dado que un color, e incluso un matiz o una tonalidad, provoca unas sensaciones concretas y puede ser un elemento fundamental en la apreciación del espacio o de un objeto.

La psicología del color analiza y expone la relación de un color con las emociones que despierta, e indica aquellos estados anímicos que puede incentivar. Por ejemplo, el rojo se asocia con la fuerza, la vitalidad y la sensualidad. Es un color estimulante, pero por su fuerte impacto visual es preferible utilizarlo en superficies poco extensas y en espacios que no estén destinados al descanso o al estudio. El naranja, relacionado con el otoño, es un color cálido y alegre, pero un uso excesivo al combinarlo con otros colores puede hacer que resalte demasiado. El azul transmite serenidad; el blanco, pureza y reposo, y el verde, equilibrio y frescura. El negro es uno de los colores más complejos, pues el modo y el contexto en que se aplica son muy importantes. En el diseño de productos y en el diseño gráfico, este color se emplea para transmitir elegancia y sofisticación. Sin embargo, en interiorismo y arquitectura, dicha elegancia puede quedar eclipsada por los sentimientos de tristeza, melancolía o solemnidad que despierta.

En cada una de las disciplinas del diseño, el color se aplica de un modo distinto. En el diseño industrial, por lo general, se emplean colores llamativos y muy atrevidos. En interiorismo, a pesar de que hoy en día la paleta de colores es cada vez más variada, los tonos neutros han sido siempre los más recurrentes. En el diseño gráfico, y especialmente en la señalética, el color es un factor tan determinante como la tipografía. De este modo, el contraste de dos tonos distintos hace que un cartel o una señal sea perceptible y mucho más fácil de leer.

Mediante la aplicación del color se consigue dirigir la atención hacia aquello que se quiere destacar, ya sea con la intención de centrar la mirada en los tonos más llamativos o, en oposición, hacia los volúmenes, espacios o diseños más neutros, por un efecto de contraste. En las instalaciones y exposiciones, este recurso puede dar mucho juego, ya que se trata de una de las herramientas más útiles y versátiles. A través de las combinaciones cromáticas, o de una pieza monocromática, se puede captar la atención del espectador y transmitir una idea concreta. Por otro lado, las formas, la iluminación y los materiales escogidos complementan el concepto artístico que se quiere expresar.

Bruken av farger er et av de mest komplekse områder i alle kunstneriske disipliner fordi det dreier seg ikke bare om dekorative formål, men heller en bestemt hensikt og estetiske effekter. Vi må dessuten legge til den psykologiske faktoren, gitt at en farge, ja selv en nyanse eller valør, produserer konkrete følelser og kan være et vesentlig element i vurderingen av rommet eller et objekt.

Fargepsykologien analyserer og forklarer forholdet mellom en farge og følelsene den vekker, og angir følelsesstadiene som en farge kan forårsake. For eksempel asso-sieres rødt med makt, vitalitet og sensualitet. Det er en stimulerende farge, men dens kraftige visuelle inntrykk gjør at det er å foretrekke å bruke rødfargen på mindre flater og i rom hvor formålet ikke er hvile eller studere. Oransje, assosiert med høsten, er en varm og morsom farge, men en for utstrakt bruk ved å kombinere den med andre farger kan gjøre at den blir for fremtredende. Blåfargen representerer ro, hvit, ro og stillstand, og grønt, likevekt og friskhet. Sort er en av de mest komplekse fargene fordi måten og konteksten den brukes i, er vesentlige. I design av produkter og i grafisk design brukes denne fargen for å uttrykke eleganse og sofistikerthet. I interiørdesign og arkitektur kan en slik eleganse imidlertid forsvinne på grunn av følelsene av tungsinn, melankoli eller høystemthet som fargen vekker.

I alle designdisiplinene brukes fargene på forskjellige måter. I industriell design brukes generelt sett oppsiktsvekkende og meget vågale farger. I interiørdesign har de nøytrale valørene vært de mest brukte, selv om fargepaletten i dag er stadig mer variert. I grafisk design, spesielt i skilting, er fargebruken en like avgjørende faktor som typografien. Kontrasten av de ulike valørene gjør på denne måten at en plakat eller et skilt er sansbart og mye lettere å lese.

Gjennom fargebruken er det mulig å rette oppmerksomheten mot det en ønsker å fremheve, enten det dreier seg om å sentrere blikket rundt de mest oppsiktsvekkende valørene eller, i motsatt tilfelle, å rette blikket mot volumet, rommet eller de mer nøytrale designene ved hjelp av kontraster. I fasilitetene og på utstillingene kan denne ressursen gi mange muligheter fordi det dreier seg om et av de nyttigste og mest allsidige verktøyene. Ved hjelp av de kromatiske kombinasjonene eller ved hjelp av en monokromatisk gjenstand er det mulig å fange tilskuerens oppmerksomhet og kommunisere en konkret idé. Formene, belysningen og de utvalgte materialene utfyller på en annen side det kunstneriske konseptet som man ønsker å uttrykke.





ARCHITECTURE
ARCHITEKTUR
ARCHITECTURE
ARCHITECTUUR
ARCHITETTURA
ARQUITECTURA
ARKITEKTUR