

Personalización del dormitorio: descripción, sentimientos y conductas¹

Juan I. Aragonés^{2*} y Raquel Pérez-López^{**}

*Facultad de Psicología Universidad Complutense de Madrid.

**Facultad de Humanidades (Toledo) Universidad de Castilla-La Mancha.

Resumen

Los espacios físicos en los que las personas desarrollan parte de la vida diaria se adaptan a los gustos y preferencias y los convierten en reflejo de su propia identidad. La personalización del espacio es considerado un mecanismo facilitador de estas adaptaciones y del reflejo de la identidad personal en los lugares. Este trabajo dirige la atención a los ocupantes de dormitorios tratando de conocer las dimensiones que se utilizan para describir el dormitorio y los sentimientos que se experimentan en él así como las conductas que allí se llevan a cabo. La investigación se realizó con 103 estudiantes universitarios que cumplimentaron un cuestionario autoadministrado. Los resultados muestran que existe consenso entre los participantes al referirse a la descripción del dormitorio, sentimientos experimentados y las actividades que en él se desarrollan. No obstante, se encuentra diferencias significativas entre mujeres y varones en la frecuencia de producción de las categorías relacionadas con los aspectos afectivos.

Palabras clave: Vivienda, Dormitorio, Personalización del lugar, Connotación del lugar.

Bedrooms personalization: descriptions, feelings and behaviours

Abstract

Preferences and tastes reflect in physical spaces which people use every day. That is possible because they change spaces to adjust their own identity. Personalization of space could be considered as a tool that allows people to do these adaptations or changes and

¹ Esta investigación se ha realizado vinculada al proyecto financiado por la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (PAI07-0033-4538)

² Facultad de Psicología. Campus de Somosaguas. Universidad Complutense de Madrid. 28223 Madrid. E-mail: jjaragones@psi.ucm.es

to reflect personal identity in places. This work draws attention to bedrooms of residents and tries to know, the dimensions that are used to describe the bedroom, feelings that are experienced in it and behaviours that take place there. The research has been done with 103 university students who completed a self-administered questionnaire. The results show that there is consensus among the participants when referring to the description of the bedroom, and the feelings experienced in that place. Nonetheless, significant differences were found between men and women, in frequency production of categories related to affective aspects.

Key-Words: Housing, Bedroom, Place personalization, Place connotation

Introducción

La complejidad de los vínculos que las personas desarrollan hacia los ambientes físicos queda reflejada en la numerosa producción de términos que la Psicología Ambiental ha desarrollado para explicarlos: identidad con el lugar, apropiación del lugar, territorialidad, privacidad, personalización o satisfacción residencial, entre otros. Sin embargo, debería puntualizarse que no todos ellos se aplican a los mismos espacios. Así, mientras identidad y apego al lugar se asocian principalmente a espacios de gran escala, bien sea el país o el barrio (Hernández, Hidalgo, Salazar-Laplace y Hess, 2007; Lewicka, 2008); hay otros como territorialidad, personalización o apropiación que se suelen vincular a espacios de menor escala, como puede ser la oficina o la vivienda (Gosling, Ko, Mannarielli y Morris, 2003).

Los espacios físicos (lugares) más cercanos a la experiencia cotidiana de las personas son los que éstas eligen y modifican con el propósito de hacerlos congruentes con sus gustos y preferencias (Rapoport, 1980; Manzo, 2003). De esta manera, mediante un conjunto de conductas se consigue crear un entorno más agradable y sentir control sobre él.

La personalización del espacio podría ser considerada como un mecanismo que permite que el lugar represente lo que uno es (Hansen y Altman, 1976), posibilitando de esta forma que la persona se sienta diferente de otros además de facilitarle la formación, preservación y representación de la identidad (Altman, 1980). Además de la función de identificación, la personalización permite que las personas sientan el espacio como propio y establezcan vínculos afectivos de protección o

confianza (Gill, 1974). Con el propósito de que resulte fácil la operacionalización del concepto personalización, éste podría ser definido como el conjunto de conductas que una persona lleva a cabo en un espacio determinado que le permiten verse reflejado y dueño del mismo. De este modo, la personalización estaría íntimamente ligada con la identidad personal y social de quien personaliza.

Diferentes trabajos han tratado de mostrar que las personas infieren rasgos personales de los ocupantes de lugares personalizados a través de la percepción de la disposición y tipo de objetos que aparecen en ellos. Especialmente, merece la pena destacar las investigaciones que se han llevado a cabo en viviendas y oficinas (Sadalla, Vershure y Burroughs, 1987; Gosling et al 2002). En las primeras, sus residentes tienen el control total del lugar de manera que pueden elegir tanto los objetos que desean como su disposición. Esto posibilita que las personas reflejen sus gustos y preferencias y proyecten su self en el lugar (Cooper, 1974), convirtiendo así un espacio físico en un espacio psicosocial. (Aragonés y Rodríguez, 2005). En las segundas, a pesar de que el control del espacio está restringido, los trabajadores adaptan los lugares de trabajo e consonancia con ellos mismos (Wells, Thelen y Ruark, 2007).

Del mismo modo, la personalización permite a los visitantes ocasionales de las viviendas hacen atribuciones de los rasgos personalidad de sus habitantes o atribuciones de carácter sociodemográfico, tal y como lo muestran diferentes investigaciones (Aragonés y Rodríguez, 2005; Gosling et al, 2002; Sadalla et al, 1987; Smith y Gates, 1998 y Wilson y Mackenzie, 2000).

No sólo la disposición y organización de los objetos tiene un significado, sino que éstos lo tienen por sí mismos junto con el valor biográfico, ya que son capaces de conectar el pasado con el presente. En el trabajo llevado a cabo por Bih (1992) se muestra que los objetos existentes en las habitaciones de estudiantes están relacionados con diferentes aspectos de sus biografías: los libros religiosos permiten inferir el tipo de creencias de su poseedor, los premios podrían bien corresponderse con manifestaciones de éxito o bien con experiencias pasadas y las fotografías son consideradas recuerdos de situaciones de intercambio social. Una de las conclusiones a las que llega este autor es que los objetos permiten mantener la continuidad temporal y cultural de su poseedor. En esta misma línea se encuentra el trabajo de Mazumdar y

Mazumdar (2009), quienes observan que los objetos religiosos hindúes presentes en las viviendas de emigrantes en Estados Unidos dan cuenta de su lugar origen y les permiten mantener un testimonio de su identidad cultural.

El conjunto de estas investigaciones pone de manifiesto la importancia que tiene la personalización del espacio en la medida que este mecanismo facilita la apropiación (Pol 1996) y permite comunicar ciertos rasgos personales a los potenciales visitantes.

Un desarrollo interesante que se ha venido realizando en el ámbito de la vivienda, o de alguna de sus estancias, atendiendo a las atribuciones que hacen los visitantes acerca del residente tras la observación del lugar. Sin embargo, existen pocos trabajos que aborden el tema desde la perspectiva del residente, es decir cómo éste percibe su lugar, y cómo expresa su propia experiencia de personalización. En esta línea puede citarse el trabajo llevado a cabo por Jones et al (2007), en el que, recurriendo a los tipos de ambientes definidos por Bandura (1986), se hace una investigación empírica sobre cómo los adolescentes, varones y mujeres, decoran su dormitorio, prestan atención a los tipos de objetos que contienen sus respectivos dormitorios y a la influencia familiar en la elección de la decoración. Los resultados muestran diferencias notables en los contenidos de los dormitorios en función del género, aunque resulta muy interesante por los datos empíricos que se aportan, el trabajo resulta insuficiente porque únicamente atiende a los objetos que los residentes tienen en el dormitorio sin tenerse en cuenta ni el significado de objetos ni del lugar en general.

Por tanto, se necesita realizar estudios que recojan mayor número de datos para poder entender el papel real que desempeñan estos espacios primarios en sus residentes. Por ello, con el objetivo de estudiar cuál es la imagen que para el residente tienen su dormitorio, se propone el presente trabajo de carácter prospectivo. Por ello se abordará la investigación atendiendo a los tres componentes del comportamiento: cognitivo, afectivo y conductual.

Antes de proseguir se debe puntualizar que, a diferencia del trabajo anterior, se ha considerado oportuno estudiar otra cohorte de edad, aquella en la que la persona, aún viviendo dependiente de su familia, ha adquirido una edad que le permite disponer con mayor libertad de un espacio propio dentro del ambiente familiar, por ello este estudio se

centra en estudiantes universitarios que disponen de un dormitorio de forma exclusiva.

Método

Participantes

La investigación se llevó a cabo con 103 estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid. De los cuales 41 eran varones con edad media de 20,54 años (DT=1,8) y 62 eran mujeres con una edad media de 19,92 años (DT=0,89). Todos los participantes cumplían dos requisitos, disponer de su dormitorio de forma exclusiva y considerar que la habitación de la casa que mejor les representaba era su dormitorio.

Procedimiento

Para conseguir los objetivos propuestos se diseñó un cuestionario autoadministrado que constaba de un conjunto de preguntas abiertas y cerradas. En la primera cuestión se solicitaba a los participantes que señalaran cuál era la estancia de la casa que mejor les representaba, si el participante señalaba su dormitorio se preguntaba si compartía esa estancia o no, en caso de que la respuesta fuera negativa, el participante continuaba cumplimentando el cuestionario. A continuación, se pedía que describiera el dormitorio y expresara porqué le representaba. Asimismo, debía responder a qué conductas realizaba de una lista que se le suministraba. Además, se les preguntaba mediante una pregunta abierta, cuáles eran los sentimientos que experimentaban en el dormitorio. Por último, debían completar una serie de cuestiones tales como: la edad, el género y con quién residían.

Resultados

Descripción del dormitorio

Las descripciones dadas por los participantes a su dormitorio fueron sometidas a un análisis de contenido. Para ello se consideraron tantas unidades de registro en cada participante como texto había entre puntos en su descripción. El resultado final fue de 245 unidades de registro para el conjunto de mujeres y 126 unidades para los varones. Debe tenerse

en cuenta que las unidades de registro no se trataron de forma excluyente ya que cada unidad podía pertenecer a varias categorías simultáneamente; además cuando los resultados se presentan por participantes, tan sólo se considera si el participante utilizó la categoría, independientemente del número de veces que la empleara a lo largo de su discurso.

Antes de someter el conjunto de unidades de registro, éstas se descompusieron en palabras, de tal manera que resultó un total de 3796 para la muestra de mujeres y un total de 2737 para la de varones. A continuación se eliminaron todas aquellas palabras sin significado propio, tales como determinantes, preposiciones, adverbios, conjunciones, etc. Además se agruparon aquellos términos que eran sinónimos o que se diferenciaban en género y/o número. Por ejemplo: decorado, decoradas que fueron colocadas bajo el término “decoración” o TV y televisor que fueron atribuidas al término “televisión”. También se agruparon las conjugaciones verbales. El total de palabras resultantes tras la eliminación y agrupación de palabras fue de 412 para las mujeres y 318 palabras para los varones. A partir de esta clasificación de palabras se pudo establecer una estructura del discurso (ver Figura 1) y formar un conjunto de categorías y subcategorías para con posterioridad comprobarla con el auxilio del programa Nudist.

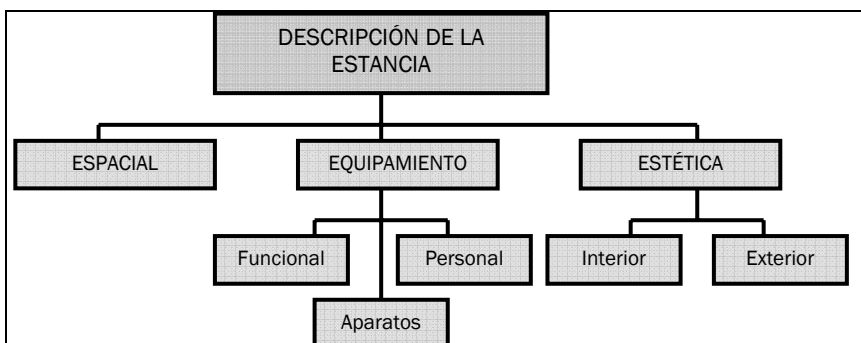


Figura 1. Categorías y subcategorías resultantes del análisis de las repuestas de los participantes a la cuestión *Describe la estancia que mejor te representa.*

La primera de las categorías que aparece en el árbol (Fig.1) es la que se ha denominado *Espacial*, en ella se incluyen los aspectos de carácter arquitectónico tales como paredes, techos, suelos, tamaño de la

habitación, etc.; es decir, propiedades del dormitorio vinculadas al espacio y/o a sus dimensiones.

“Es una habitación rectangular con techos altos y poco mobiliario” (V.224)

Otra categoría es el *Equipamiento*, en ella se incluyen los contenidos del dormitorio, es decir, todos los objetos que se encuentran presentes en él. Dentro de esta categoría se pueden diferenciar claramente tres subcategorías. Una primera denominada *Funcional*, que agrupa los objetos vinculados con las actividades de la vida cotidiana que se llevan a cabo en los dormitorios, por ejemplo, la cama, las sillas, el escritorio, etc.. La segunda, *Aparatos*, que se refiere a las unidades que mencionan elementos de carácter electrónico o tecnológico que están presentes en la habitación (ordenador, televisión, reproductor de discos...). Finalmente, se encuentra otra subcategoría denominada *Personal* que engloba todas las pertenencias que tienen una función decorativa, los objetos que son personales y/o evocan experiencias pasadas.

Por último, se encuentra presente en el discurso de los participantes una tercera categoría denominada: *Estética*, que agrupa aquellos aspectos que tienen relación con la percepción visual de las características presentes tanto en el interior como en el exterior de la habitación. Dentro de esta categoría se diferencian dos subcategorías: Una denominada *Interior*, que comprende las unidades de registro que describen cuestiones tales como la iluminación, el color de los muebles, de las paredes, etc. que están en la habitación.

“Es un sitio con mucha luz, no muy grande, bien repartido y con todo” (V.208)

La segunda subcategoría denominada, *Exterior*, agrupa todas las referencias a aspectos externos a la habitación, aspectos que pueden observarse desde ésta, por ejemplo: árboles, cielo, calles, vistas, etc.

La distribución de las categorías utilizadas para describir el dormitorio según el género de los participantes aparece en la Figura 2. En ella se puede observar que, tanto varones (43,9%) como mujeres (48,4%) emplean un porcentaje parecido al referirse a la dimensión *Espacial*.

La categoría *Equipamiento* es la que utilizan la mayoría de los participantes; así el 80,5% de los varones y el 90,3% de las mujeres hicieron referencia al menos en una ocasión a algún objeto de su dormitorio. Del total de los varones, 46,3% de ellos y 58,1% de ellas

emplean la subcategoría *Funcional*. *Aparatos* fue apuntada por un 34,1% de los varones y 33,9% de las mujeres, mientras que la subcategoría *Personal* fue la que obtuvo las frecuencias de producción más elevada en los dos grupos, en el caso de los varones el porcentaje alcanzó el 63,4% y en el de las mujeres el 77,4% ($\chi^2=4,82$, g.l.=1, $p<0.05$). Por último, se encuentra la categoría *Estética* que fue apuntada por el 34,1% de ellos y el 54,8% de ellas ($\chi^2=4,25$ g.l.=1, $p<0.05$); dentro de esta categoría, se hallan las subcategorías de *Interior* – citada por un 29,3% de los varones y un 46,8% de las mujeres- y la de *Exterior* –señalada únicamente por el 7,3% de ellos y el 19,3% de ellas.

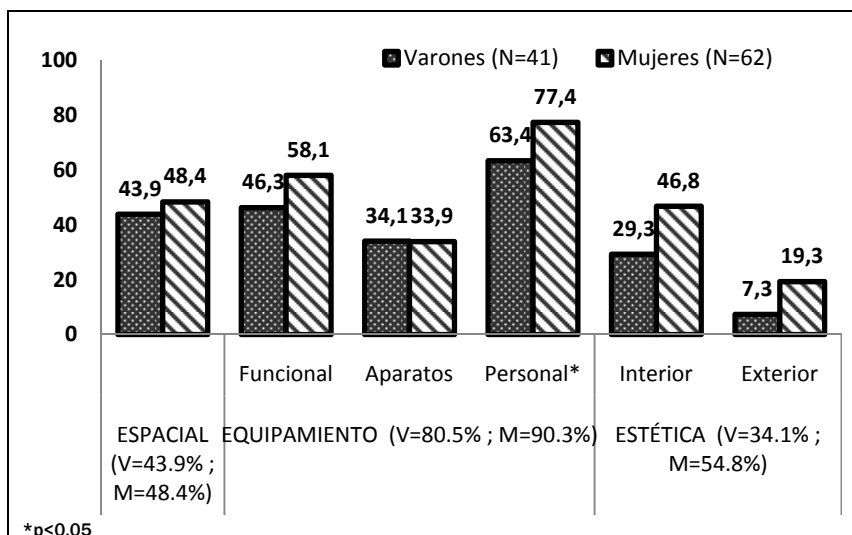


Figura 2. Porcentaje de participantes que describen la habitación atendiendo a sus características físicas.

Razones por las que el dormitorio les representa

Para estudiar en qué medida la identidad personal del ocupante de la habitación se refleja en ésta, se llevó a cabo un análisis de las unidades de registro correspondientes al apartado anterior. La razón de usar las mismas unidades se debió a que en la misma cuestión se les pedía a los participantes las dos tareas, describir su habitación y argüir las razones de porqué esa estancia les representaba. Al igual que en el caso anterior, a partir del análisis sobre el vocabulario utilizado, se establecieron las

categorías que aparecen en la Figura 3, las cuales que se comprobaron mediante el programa Nudist.

La primera categoría denominada *Self* incluye los aspectos relacionados con la idea de Sí mismo en ella se incluyen tres subcategorías. En primer término, “*Mis cosas*” en ella se agrupan todos los objetos pertenecientes al ocupante tales como recuerdos personales, fotografías, poters, etc. que se encuentran presentes en la habitación y que el participante expresa explícitamente como suyas.

“*Porque es el lugar donde se encuentran la mayoría de mis objetos y en ellos se puede ver reflejado como soy*” (M.065)

En segundo lugar la subcategoría denominada *Personalización del espacio*, relacionada con aquellas referencias manifestadas por los participantes de que ellos mismos son los que han organizado los diferentes adornos o decoraciones en la habitación.

“*Es un lugar donde tengo mi ambiente y todo puesto a mi gusto*” (V.208)

La tercera subcategoría se ha denominado *Características de personalidad*, en ella se incluyen todas las referencias que señalan razones de que la habitación les refleja tal y cómo son.

“*Esta estancia es representativa de mi personalidad, juvenil y algo alocada, extrovertida*” (V.079)

La segunda categoría se ha denominado: *Sentimientos* y abarca los aspectos afectivos que dicen experimentar los participantes en el dormitorio y que les permiten identificarse con él. Al igual que en la categoría anterior emergen tres subcategorías. La primera de ellas es *Intimidad*, la cual contiene las referencias relacionadas con la habitación como un lugar cerrado en el que la persona se siente aislada de la vida pública. La segunda subcategoría etiquetada como *Relax*, agrupa aquellas unidades de texto que tratan sobre el estado de calma y reposo de los ocupantes. Finalmente, la tercera subcategoría es el *Control*, que contiene todas las alusiones referidas al dominio de la estancia y a las cosas que se encuentran en ella.

Para terminar, se ha generado una categoría más de carácter conductual que se ha denominado *Pasar el tiempo*, en ella se agrupan las unidades de texto que hacen referencia a aspectos que tienen que ver con permanecer en la estancia.

“Es el lugar o estancia de mi casa que mejor me representa porque gran parte del tiempo que estoy en mi casa, permanezco en mi habitación” (M.007)

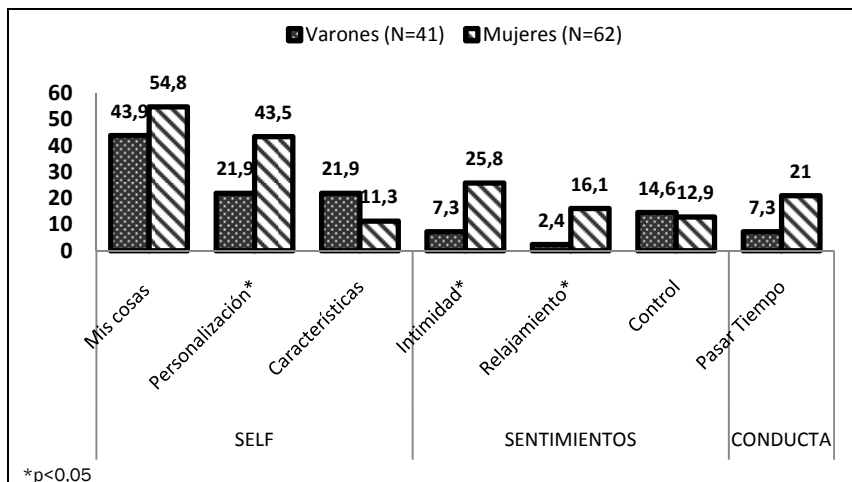


Figura 3. Porcentaje de participantes que señalan distintas razones de por qué el dormitorio les representa.

Cuando se analiza la frecuencia de aparición de la diferentes subcategorías atendiendo a la variable género se observa que ninguna de las que se incluyen bajo la categoría *Self* dio lugar a diferencias significativas excepto la *Personalización del ambiente* que alcanzó un porcentaje del 21,9 para los varones y un 43,5% para las mujeres ($\chi^2=5,06$ g.l.=1, $p<0,05$). Por lo que se refiere a la categoría *Sentimientos* se observaron porcentajes significativos en el caso de la *Intimidad* ($\chi^2=5,61$ g.l.=1, $p<0,05$) con un 25,8% para las mujeres y un 7,3% para los varones y en del *Relax* ($\chi^2=4,85$ g.l.=1, $p<0,05$) con porcentajes es esta subcategoría del 16,1% para las mujeres y 2,4% para los varones.

Sentimientos experimentados en el dormitorio

Las respuestas dadas a la pregunta abierta relacionada con los sentimientos experimentados en el dormitorio fueron sometidas a un análisis análogo a los llevados a cabo anteriormente. Se hizo un recuento de las palabras que expresaban sentimientos, emociones o verbos vinculados con el tema, resultando 94 palabras diferentes para la

muestra de mujeres y 92 en la muestra de varones. Un análisis del conjunto de palabras permitió clasificar las respuestas de los participantes en tres categorías; la primera etiquetada como *Agrado* que agrupa tres subcategorías: *Bienestar*, *Comodidad* y *Relax* y la segunda, como *Control* en la que se incluye *Seguridad*, *Intimidad* y *Control*. Finalmente, se creó otra categoría denominada "Otros" donde aparece una miscelánea de respuestas con porcentajes de participantes muy bajos.

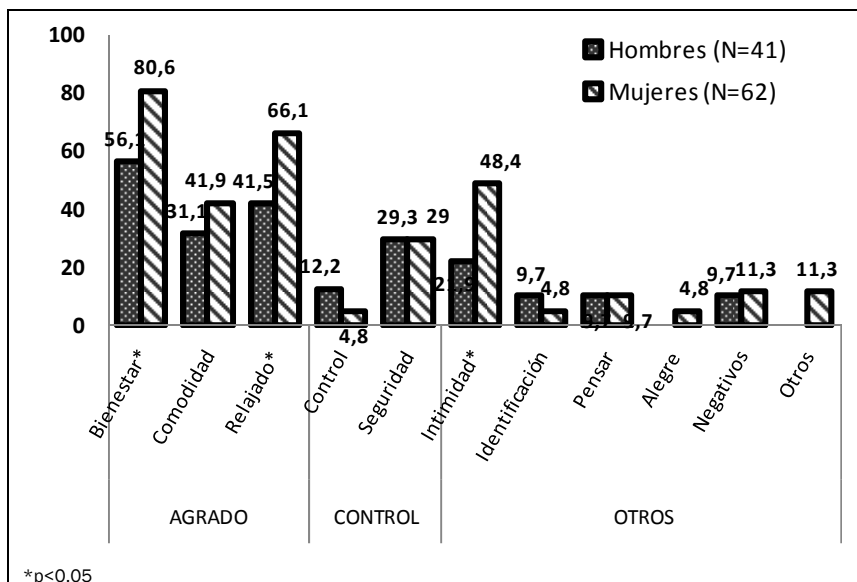


Figura 4. Porcentaje de participantes que mencionan algunas de las categorías al responder a la pregunta *Sentimientos experimentados en la estancia*.

La distribución de los porcentajes de participantes según el género queda recogida en la figura 4 apareciendo diferencias significativas en la subcategoría de *Bienestar* ($\chi^2=7,2$ g.l.=1, $p<0,05$); no así en *Comodidad* que se diferencia de la de *Bienestar* en la medida que en la primera aparece una idea de utilidad y resistencia a la pereza. En el caso de la subcategoría *Relax* ($\chi^2=6,1$ g.l.=1, $p<0,05$) la diferencia significativa se debe de nuevo que a un mayor porcentaje de mujeres que de varones la señalaron.

El la dimensión *Control* tan sólo aparece diferencias significativas en la categoría *Intimidad* ($\chi^2=7,33$ g.l.=1, $p<0,05$) y al igual que en los casos

anteriores, las mujeres mencionaron este sentimiento en mayor medida que los varones.

Actividades

El tercer componente estudiado se refiere a las conductas que se realizan en el dormitorio. Dos fuentes de datos fueron analizados para dar respuesta a esta cuestión. La primera de ellas, se refiere a las respuestas que daban los participantes en el momento de describir la estancia; en la cuestión abierta, en ella se observó que el 29,3% de los varones y el 29% de las mujeres hacían referencia a conductas que se producían en sus dormitorios como un rasgo destacable a la hora de describirla. Esto pone de manifiesto la importancia funcional que el dormitorio tiene para los participantes.

“En la cama es donde leo, pienso y duermo, para recargar pilas”
(M.33)

La segunda fuente fue una pregunta expresamente planteada en el cuestionario. El análisis de las respuestas muestra el carácter polivalente del lugar, en él se hacen conductas muy variadas, tanto de carácter privado como interaccionando con otros. La distribuciones según el género (ver Tabla 1) no dan lugar a diferencias significativas lo que supone un comportamiento uniforme por parte de los participantes indistintamente de cuál sea su género.

Tabla 1. Porcentajes de participantes que señalan diferentes actividades realizadas en la estancia.

	Varones (N= 41)	Mujeres (N= 62)
Dormir	100	100
Estar con gente	53,6	53,2
Estudiar	75,6	88,7
Ocio en solitario	92,7	85,5
Otras	14,6	22,6

Discusión

En este estudio prospectivo se ha pretendido investigar los vínculos o relaciones que los jóvenes desarrollan con su dormitorio cuando disponen de él de forma exclusiva. Para lograr este objetivo se ha explorado el discurso de los participantes y se ha obtenido como resultado un conjunto de categorías en cada uno de los niveles estudiados: cognición, afecto y conducta.

Así, a la hora de describir el dormitorio se puede apuntar que los participantes han recurrido, casi con exclusividad, a aspectos visuales incluidos en tres categorías. En un primer término, aparece una categoría *Espacial* que hace referencia a los aspectos arquitectónicos y geométricos del dormitorio. En un segundo lugar, se encuentra la categoría denominada *Equipamiento* referida a los diferentes tipos de enseres que contiene el dormitorio, donde se observa un mayor número de referencias a equipamientos personales (fotografías, posters, recuerdos, etc.) en las mujeres que en los varones. Finalmente, en la categoría *Estética* aparece una mayor producción en las mujeres en el caso de la subcategoría que hace referencia a cuestiones del interior del dormitorio.

De estos resultados bien podría inferirse que las tres categorías configuran los ejes sobre los que se estructura el discurso a la hora de describir el dormitorio; además de los resultados se infiere que las mujeres recurren en mayor medida a contenidos relacionados con objetos personales y a cuestiones estéticas

En segundo lugar se planteó conocer cuáles son las razones por las que la habitación es “el espejo” de su ocupante siguiendo la terminología de Cooper (1974) y los resultados vienen a mostrar que los participantes diferencian dos categorías, una de ellas referida al *Self*, en la medida que se éste se proyecta en el dormitorio a través de las pertenencias, de la personalización y de ciertas características de personalidad. Los resultados indican que las mujeres recurren significativamente en mayor medida que los varones a las subcategorías de personalización y a considerar el dormitorio como contenedor de sus pertenencias.

En torno al nivel de los sentimientos, *Agrado* y *Control* son las categorías que agrupan las respuestas de los participantes cuando expresan los sentimientos experimentados en su dormitorio. Ambas categorías se corresponden con dos de las cuatro que Corraliza (1987) establece a la hora de definir los sentimientos que producen los lugares. Este resultado resulta interesante si se tiene en cuenta que los otros dos sentimientos son la *Activación* y el *Impacto*, ninguno de los cuales parece tener relación con un lugar como el propio dormitorio. El género vuelve a producir diferencias, así, las mujeres expresan en mayor medida que los varones sentimientos de bienestar, relax e intimidad.

Finalmente, las conductas desempeñadas en el dormitorio son de dos tipos diferentes, unas referidas a las actividades personales propias de la

estancia tales como dormir, estudiar y ocio solitario; y otras, relacionadas con la interacción social. En ningún caso se observaron diferencias de conductas entre ambos géneros.

A lo largo del análisis del discurso realizado se infiere que las mujeres enfatizan aspectos vinculados con el afecto más que con lo funcional o el control de la estancia. Sin embargo, los varones, aun expresando las mismas categorías que las mujeres, en ningún caso alcanzan porcentajes superiores a éstas en los aspectos afectivos. Estos resultados bien podrían relacionarse con los obtenidos en una investigación precedente (Aragónés, Amérigo y Pérez-López, en preparación) en la que se pedía a estudiantes que atribuyeran características a otros estudiantes a partir de la observación del dormitorio de estos últimos. En este trabajo se observó que a las mujeres se les atribuía características relacionadas con las relaciones cálidas y a los varones con las cuestiones de competencia, resultado que se encuentra en línea con las investigaciones sobre percepción de personas (Fiske, Cuddy y Glick, 2007). A partir de estos resultados podría plantearse una investigación sistemática que matizara los significados que los varones y las mujeres otorgan al dormitorio para ver en qué medida la personalización de esta estancia permite atribuir unas u otras características según sea el género de la persona que la ocupa.

Tal y como se ha podido comprobar a lo largo de los resultados numerosas subcategorías estaban relacionada con los objetos que se encontraban dispuestos en los dormitorios de ahí que sea necesario profundizar en el significado que los objetos tienen para el propietario del dormitorio ya las pertenencias de uno narran su vida (Bih, 1992)

Este estudio prospectivo bien puede ser un primer paso para operativizar un conjunto de dimensiones que pertenecen al mecanismo de personalización de los lugares primarios, especialmente el dormitorio de los jóvenes.

Referencias

Altman, I. y Chemers, M. (1980). *Culture and Environment*. Brooks/Cole, Publishing Company, Monterrey.

Aragónés, J. I., Amérigo, M. y Pérez-López,(2009) *Perception of personal identity through personalitation and decoration of the bedroom*. Manuscrito enviado para su publicación.

- Aragonés, J.I. y Rodríguez, C. (2005). Percepción del self a través de la decoración de la vivienda. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 6, 89-100.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A socialcognitive theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall
- Bih, H-D. (1992). The meaning of objects in environmental transitions: experiences of Chinese students in the United States. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 135-147.
- Cooper, C. (1974). The house as a symbol of self. En J.Lang (Ed.), *Architecture and Human Behavior* (pp.130-146). Stroudsburg (PA): Dowden.
- Corraliza, J. A. (1987). *La experiencia del ambiente. Percepción y significado del medio construido*. Madrid: Tecnos.
- Fiske, S. Cuddy, A. J. C. y Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and the competence. *Trends in cognitive Science*, 11, 77-83.
- Gill, A. (1974). *Environmental personalization in institutional settings*. Cardiff: University of Wales.
- Gosling, S., Ko, S.J., Mannarelli, T. y Morris, M.E. (2002). A Room with a cue: Personality judgments based on offices and bedrooms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 379-398.
- Hansen, W. y Altman, I. (1976). Decorating personal places: A descriptive analysis. *Environment and behaviour*, 8, 491-504.
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E., y Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27 (4), 310-319.
- Jones, R. M., Taylor, D. E., Dick, A. J. Sing, A y Cook, J. L. (2007) Bedroom design and decoration gender differences in reference and activity. *Adolescence*, 42, 539-553.
- Lewicka, M. (2008). Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, Vol.28, No. 3, pp. 209-231.
- Manzo, L.C. (2003). Beyond house and haven: toward a revisioning of emotional relationships with places. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 47-61.
- Mazumdar, S. y Mazumdar, S. (2009). Religious Placemaking and Community Building in Diaspora. *Environment and Behavior*, 41, (3), 307-337.
- Pol, E. (1996). La apropiación del espacio. En L. Íñiguez y E. Pol (Eds.), *Cognición, representación y apropiación del espacio*. Colección Monografías Psico-Socio-Ambientales (vol. 9, pp. 45-62). Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Rapoport, A. (1980). Environmental preference, habitat selection and urban housing. *Journal of Social Issues*, 36 (3), 118-134.
- Sadalla, E.K., Vershure, B. y Burroughs, J. (1987). Identity Symbolism in Housing. *Environment and behavior*, 19, 5, 569-587.
- Smith, S. y Gates, R. (1998). Home Interiors and Exteriors as Differential Expressions of the Self: Revisiting the Work of Sadalla, Vershure and Burroughs. School of Behavioural Studies, Queensland University of Technology.
- Wells, M. M., Thelen, L. y Ruark, J. (2007) Workspace personalization and organizational culture: Does your workspace reflect you or your company?. *Environment and Behavior*, 39, 616-634.
- Wilson, M.A. y Mackenzie, N.E. (2000). Social attributions based on domestic interiors. *Journal of Environmental Psychology*, 20, 343-354.