



EL COLOR COMO MOTOR DE CAMBIO

ColorLife Trends celebra una década de marcar las tendencias cromáticas que prevalecen en el mundo del diseño, la arquitectura y el interiorismo.

POR: Antonio Oseguera



Como cada año, desde 2007, **Comex** brinda herramientas a los profesionales para crear espacios y objetos que transformen y mejoren sus entornos a través de las tendencias más acertadas de colores, materiales y superficies. La conexión entre el ser humano y la comunidad destaca en los 36 colores, las cuatro tendencias y el color del año seleccionados en ColorLife Trends 18.

La definición corrió a cargo de 15 expertos en arquitectura, diseño, gastronomía, moda y arte, quienes se reunieron en la Riviera Maya durante tres días –con **Comex** como anfitrión– para conversar y compartir sus experiencias, al tiempo que defendían, con argumentos sólidos, su elección de tonalidades.

“Lo más valioso del trabajo que hacemos, en conjunto con los creadores, es el análisis que da vida a cada una de las tendencias de color. Nosotros nos sentamos con ellos para documentar, experimentar y definir nuevas fuentes de inspiración. Todo con base en un estudio vivencial del color”, comenta Héctor Escamilla, director del programa ColorLife de **Comex**.

Francel Zárate, gerente senior de ColorLife, relata que lo primero que hace la empresa es darle tarea a los arquitectos, interioristas y creativos participantes. “Que nos vengan a decir de qué va el color el siguiente año. Es gente con trayectoria, investigación, historia; es el mejor talento para conjuntar color para los mexicanos”.

Lo más valioso del trabajo

es el análisis sobre

las nuevas fuentes de

inspiración del color.



ColorLife Trends 18

REACCIÓN

A medida que el ser humano despierta a la amplia variedad de amenazas ambientales en el planeta, nuestros ojos se abren a la belleza y a la escasez de los recursos naturales que nos rodean.

INCLUSIÓN

Cada vez más abiertos y tolerantes de la complejidad y la diversidad de nuestros congéneres, vemos más allá de lo que nos distingue y buscamos lo que nos une.

EXPLOSIÓN

Un paisaje multicultural nos lleva tanto a admirar la riqueza de otras culturas como a reconectarnos con la nuestra. En este alegre caos, nacen nuevas culturas.

CONEXIÓN

Nos tomamos un momento para hacer una pausa, para reconectarnos con la naturaleza y con nosotros mismos. En este estado más simple, nos sentimos conectados a la tierra y optimistas.

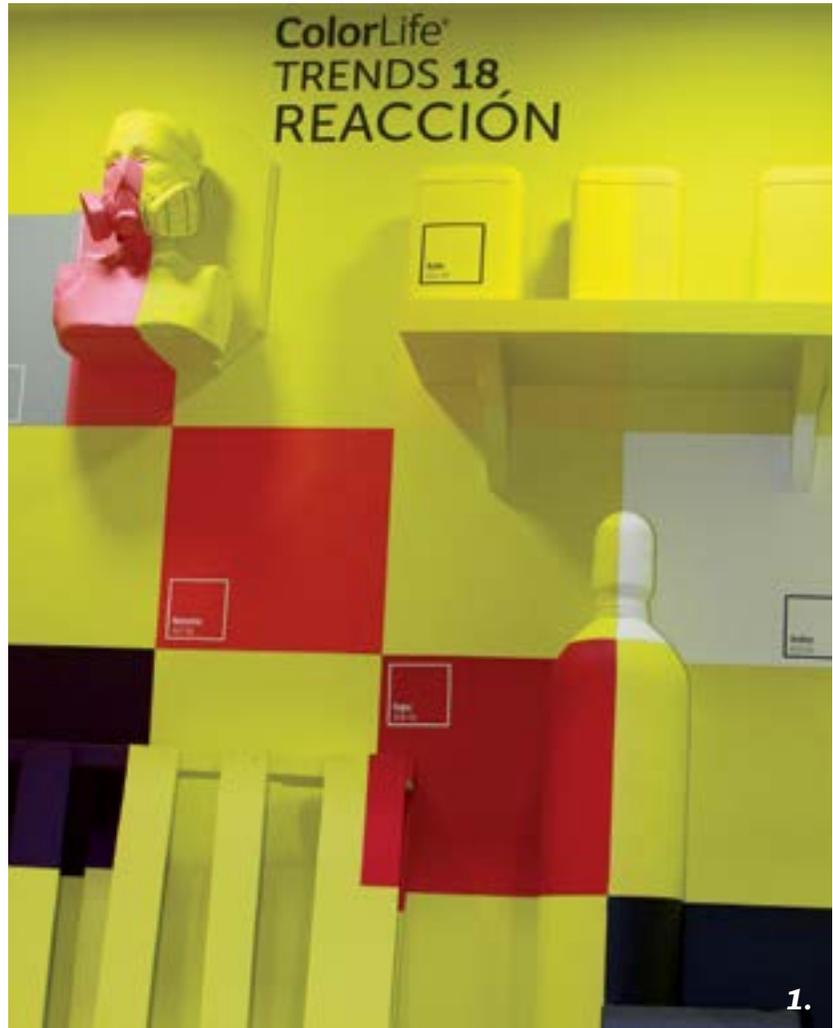


La identidad es el concepto central para 2018, entendida como la capacidad de definirnos como personas únicas, irrepetibles, como seres con una función específica en el universo, pero también conectados y accesibles a reconocer distintos puntos de vista.

Reacción, Inclusión, Explosión y Conexión son las tendencias rectoras para 2018; “tienen mucho que ver con el estado anímico y los retos que tenemos como país, es un reflejo de lo que está por venir”, asegura Zárate.

La nueva vitalidad se ilustra en una amplia gama de tonos basados en el rojo, pasando por naranja intenso hasta rosa fuerte. Los azules serenos de la temporada pasada han derivado en una serie de tonos acuáticos que calman y elevan de manera simultánea.

Los colores neutros se expanden desde la colección terrenal para abarcar tonos teñidos delicadamente, desde cosméticos hasta atmosféricos. Los tintes terrestres son suavemente reconfortantes. Los elementos más contemplativos y envolventes de la temporada también pueden encontrarse. Los amarillos han escapado de sus raíces agrícolas para tomar un rol más dinámico. Los cálidos tonos del sol se equilibran con una chispa química.



1.



2.



1. El programa derivó en nuevas propuestas para el uso de colores.
2. La identidad es el concepto central para 2018.
3. El equipo de creativos cuenta con una amplia trayectoria.

“Esperamos que los colores de las tendencias y el color del año sean de gran utilidad. Que sirvan de inspiración para hacer del país un mejor lugar donde vivir, generando espacios que estimulen la imaginación para crear y trabajar, qué mejor que crear espacios mágicos que nos ayuden a alcanzar nuestros sueños. En **Comex** vivimos apasionados y existimos para embellecer la vida de las personas”, agrega Escamilla.

AÑO VIBRANTE

Este año, los creativos eligieron Locura (245-06) como el color del año, un amarillo sintético y complejo que remite a sensaciones de audacia, energiza e invita a la curiosidad por seguir creando proyectos fuera de lo común.

Locura tiene su origen en la tendencia Reacción, cuya paleta cromática recuerda la brillantez, que refleja las tonalidades de los químicos, polvos, plásticos y señales. Ideal para que hasta la mente más dispersa se enfoque.

“Locura es un cítrico espectacular en un año electoral y reconstrucción post-sismo, que, lejos de ser pesimista, es

resiliente, activo, protagonista, energético, audaz”, acota Francel Zárate.

Los expertos participantes en la creación de ColorLife Trends 2018 son Aurelio Vázquez Durán (director de DIN Interiorismo), Carmen Cordera (directora de Galería Mexicana de Diseño), Andrea Cesarman (socia de CCúbica),

Uno de los objetivos es que los colores sirvan de inspiración para hacer del país un lugar mejor.

Lorenzo Díaz (cofundador de Círculo Cuadrado), Emiliano Godoy (cofundador de Tuux), Melissa Falcón (socia de amoATO Studio), Orfeo Quagliata (fundador de Studio Orfeo Quagliata), Tanya Moss (fundadora de Tanya Moss), Mariangel Coghlan (fundadora de MCoghlan), Ignacio Cadena (fundador

de Cadena y Asociados Design), Laura Noriega (fundadora de Tributo), Ariel Rojo (fundador de Rojo Studio Design), Ezequiel Farca (socio de la firma con su nombre), Michel Rojkind (socio fundador de Rojkind Arquitectos) y Ricardo Covalin (fundador de Pineda Covalin).

“**Color Trends** representa las necesidades que están surgiendo en la sociedad a nivel conceptual. Lo que hicimos fue traducir esos conceptos a colores, no fue al azar, nació a partir de observar nuestro entorno y proyectar cómo nos vemos a futuro, a través de analizarnos en el presente. Es un análisis antropológico, social, económico y cultural de cómo nos percibimos. El color, en su capacidad comunicadora ayuda a decir lo que a veces las palabras no pueden”, dice Laura Noriega.

Para Mariangel Coghlan, además de ser un proceso enriquecedor como interiorista, su visión ha cambiado, “trato de hacer nuevas combinaciones, arriesgarme y probar, siempre estoy experimentando”, asegura.

Aurelio Vázquez Durán, quien participó en la primera edición de **ColorLife** de **Comex** y en la de 2018, comparte que



“en esta última fue donde más pasión y discusión hubo. Empezamos a definir cada paleta a partir de lo que queríamos expresar entonces surgieron sentimientos, emociones y preocupaciones, para luego transformarlos a colores, y después reinterpretarlos”.

En opinión de Michel Rojkind, es muy importante que **Comex** tenga un buró creativo, disruptivo, que pueda debatir los colores con base en su experiencia, definir tendencias y ponerlas al alcance de todos.

TENDENCIA ES FUTURO

Durante 10 años, **Comex** ha reunido a 121 expertos en color y creado, en conjunto con ellos, 40 tendencias, con lo que suman 440 nuevos colores plasmados en 10 libros **ColorLife Trends**, cuya calidad e innovación han sido reconocidas a nivel internacional.

“Hace más de 10 años no ocurría esto y ahora la Ciudad de México será la capital del diseño. **Comex** está feliz de que la marca México sea un referente de diseño e interiorismo”, reflexiona Zárate.

El libro **ColorLife Trends 2018** es un viaje por la conciencia, desde un despertar a la realidad inmediata, hasta la reconexión con el individuo para entender que es parte de la naturaleza.

Adriana Macouzet, vicepresidenta para América Latina y directora general de Recubrimientos de Protección y Marinos de **Comex**, refiere que “en estos 10 años se ha logrado una mayor influencia del color y cómo éste puede influir en los espacios, en la actividad y las emociones”, comenta.

“Ahora somos más conscientes de esto, antes buscábamos que armonizara. Desde que se publica **ColorLife Trends** somos más atrevidos en la decoración de los interiores”.

“Como líderes, estamos transformando la forma en que se usa el color”, agrega Macouzet. 