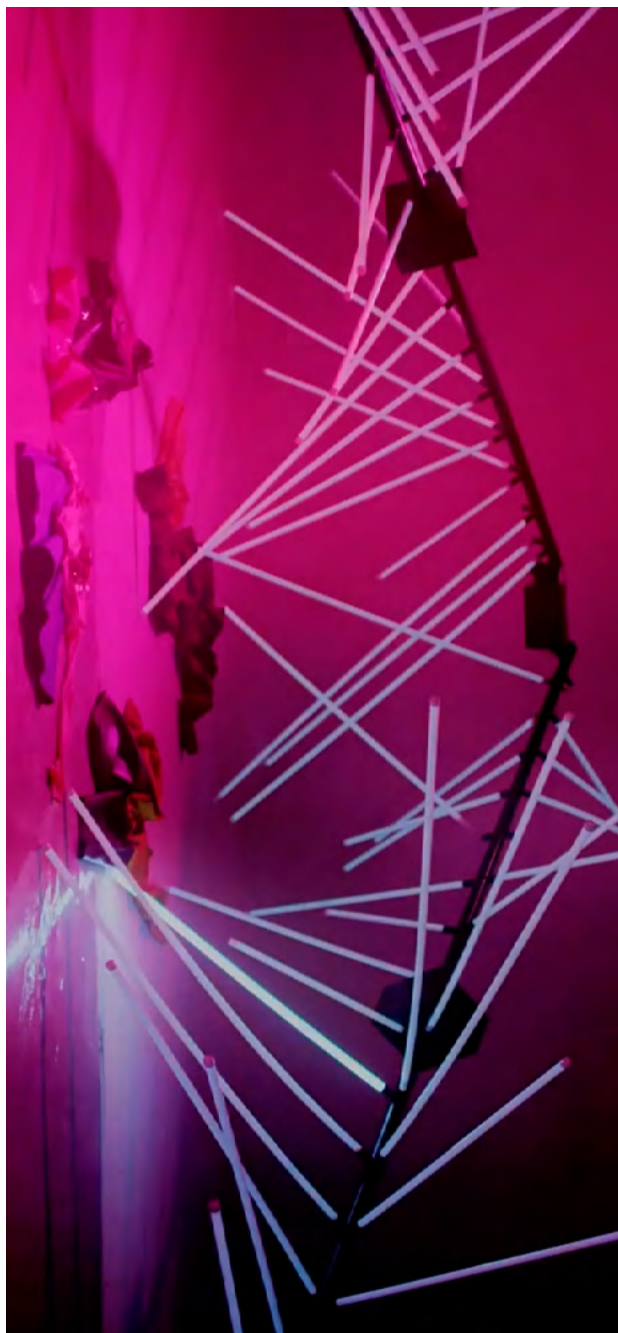


DOSSIER PREMIUM

PINKER MODA TOP TENDENCIAS

JUNIO
2019



HOME TEXTILES PREMIUM BY TEXTILHOGAR ADELANTA LAS TENDENCIAS TEXTILES DE 2020

El estudio Macrotendencias elaborado por AITEX y la agencia Metacomunicación propone diseños más sostenibles para la próxima temporada 2020.

Por quinta edición consecutiva, el certamen Home Textiles Premium by Textilhogar celebrará su próxima edición del 11 al 13 de septiembre en Caja Mágica de Madrid. La organización del Salón ha publicado su estudio anual de tendencias que adelanta cuáles van a ser los cuatro grandes ejes sobre el que van a pivotar los diseños textiles en el próximo año 2020.

En esta ocasión, el estudio lleva la firma de la experta en moda textil del Instituto Tecnológico AITEX Francisca Orihuel y los especialistas de la agencia Metacomunicación Jose Vicente Plaza, Raül Buigues, Delia Sánchez y Ángela Mollà.

Tendencias 20202

Con estas bases, el estudio 'Macrotendencias' dibujan cuatro grandes tendencias en diseño y moda textil para 2020:

Al alba

Aparecen categorías del producto donde la materia y su textura se funden con colores helados, pastel y suaves que se fusionan creando ambientes personales. Un estilo cercano y vanguardista a la vez que imaginativo. La gama de colores neutros se mezclan ofreciendo un equilibrio perfecto de frescura, delicadeza y luz.

Amanecer

Es un concepto que permite transitar la idea de que todos, en todas partes del mundo, hacemos las mismas cosas: nacemos, crecemos y morimos. Este mismo propone

recuperar técnicas artesanas/artesanales, el valor del trabajo textil, la relación de nuestra tierra y su historia. Y que tenemos que encontrar ese delgado hilo conductor: el folclore. Recuperar la alegría de vestir la casa, una acción que tiene que ver con el estilo de nuestra historia y de nuestras culturas.

A pleno sol

Todas las creaciones lucen una vibrante y alegre paleta cromática, cuanto más llamativos mejor. Se mezclan, complementan y superponen, sin miedos. Los diseños se caracterizan por el uso de materiales laminados y brillantes, con formas geométricas y colores combinados para captar la atención de la persona, aportando un aire urbano, fresca y con una personalidad única.

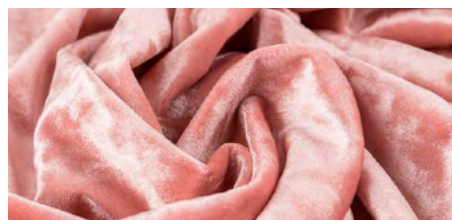
Anochecer

La importancia del simbolismo y detalles en los objetos personales y recargados cobran importancia en la decoración. Tendencia que reinventa los clásicos, dotándolos de un factor sorpresa que se ve reflejado en los juegos de luces y ricos materiales.

Población global y sostenible

El estudio parte de la premisa que la industria textil se enfrenta al mayor reto de su historia: cómo diseñar para una población global al tiempo que se proteja al planeta y se asegura de no tener un impacto negativo para las personas. En este contexto, el aumento de la producción de cercanía será clave en detrimento de los orígenes asiáticos para así mejorar los tiempos y romper los ritmos tradicionales de la industria textil.

De este modo, los expertos concluyen que la producción textil será ecológica. Un producto transparente desde el origen y amigable con el medio ambiente. Valores que se están convirtiendo en las estrategias corporativas de las empresas textiles.



ESDI COLOR LAB LANZA SU TENDENCIA CROMÁTICA PARA PV 2021

El laboratorio de tendencias cromáticas de la Escuela Superior de Diseño ESDi ha presentado su propuesta de color en el congreso internacional Intercolor.

“Cohesive Metropolis” es la propuesta conceptual que ESDi Color Lab, el laboratorio de tendencias cromáticas de la Escuela Superior de Diseño ESDi, ha presentado en el congreso internacional Intercolor, celebrado en Orlando (USA) el día 16 de mayo.

Ciudades Inteligentes

La carta de colores para la próxima temporada primavera-verano 2021 de ESDi Color Lab, representante de España en Intercolor, se ha inspirado en las ciudades inteligentes desde la situación de las urbes españolas en el horizonte 2030.

Es innegable la necesidad de crear ciudades capaces de garantizar espacios de bienestar y calidad a los ciudadanos. Esta realidad ha hecho que los retos a nivel español se centren en alcanzar el máximo de sostenibilidad e innovación tecnológica al servicio de la gestión de las ciudades de cara a 2030. Igualmente importante para España son la búsqueda de la cohesión social, el urbanismo y el medio ambiente.

Así, el planteamiento de ESDi Color Lab intenta recoger el vínculo que se genera en los entornos urbanos entre la tecnología y la historia; la sostenibilidad y el progreso económico; el urbanismo y la movilidad; la planificación y la creatividad, etc.

Cinco cartas de color

La tendencia cromática para la primavera/verano 2021 de ESDi Color Lab está dividida en cinco cartas de color: essence (esencia), engage (participar), underpin (sustentar), worthwhile (útil) y newness (novedad).

ESSENCE

Cultural symbiosis, Time Lasting, Heritage, Coexistence spaces. La ciudad entendida como ese espacio de intercambio cultural que invita a reflexionar sobre el paso del tiempo y la historia que esconde cada uno de sus rincones. España es un país con un interesante patrimonio arquitectónico, fruto del encuentro entre diferentes culturas y civilizaciones que han dejado su testimonio en nuestras urbes.

Para representar este concepto, se ha optado por colores tierra y tonos rosáceos, casi piel, que recuerdan la conexión entre la ciudad y el habitante; todos ellos presentados a partir de materiales orgánicos que refuerzan ese sentido de pertenencia espacio/temporal. La gama cromática también está formada por el blanco roto, verde menta, el azul grisáceo y el marrón; insertados en materias no sintéticas, como el papel, los tejidos de algodón y el corcho. Una idea de conexión entre el ciudadano y la ciudad dominada por las emociones y la historia, que le permiten establecer la conexión entre lo vivido y lo nuevo.

ENGAGE

Self management, Participative democracy, Freedom, Data Base

La ciudad del siglo XXI sólo puede entenderse apelando a términos de gobernanza que permitan la gestión de los recursos de forma óptima. En este sentido, la democracia participativa, en la que los ciudadanos tienen la oportunidad de decidir sobre los aspectos relacionados con su vida cotidiana, se convierte en el modelo político que permite llevar a cabo esta forma de dirección. Las urbes se transforman en una suerte de espacios que requieren de un autogobierno, basado en el principio de colaboración y solidaridad.

En esta carta se ha apostado por materiales artificiales, como es el caso del plástico o el metal, entre los que se intercalan tejidos de algodón. Así, permiten generar el diálogo entre lo natural y lo adquirido, entre los habitantes de a pie y el poder local. Los colores viran entre el negro inicial; los diferentes tonos de rosa y verde que se intercalan entre sí, buscando la armonía con el energético

amarillo; y la calidez de los metalizados. Azules y morados son el contrapunto que representa la sintonía cromática de esta propuesta.

UNDERPIN

Designed city, Environment, Citizen logistics, Well known
La coherencia entre la ciudad y sus habitantes sólo puede generarse si existe planificación. La urbanización de las calles y el diseño de plazas y parques permiten que el ciudadano sienta cómo fluye su actividad dentro del espacio. Por esta razón, las ciudades inteligentes del siglo XXI deben planificarse en términos de gestión espacial para lograr que la movilidad, el transporte público y la logística sean los aliados de un buen número de habitantes que conviven en un espacio reducido. Además, las ciudades deben ser respetuosas con el medio ambiente y gestionar el tratamiento urbano, la generación de zonas verdes y el control de los residuos.

Esta propuesta de color se construye a partir de tejidos sintéticos, destacando los tonos caldera y los metalizados que recuerdan a las construcciones urbanas. Estos se combinan con los azules denim, los verdes y los granates que ofrecen un marcado toque juvenil y urban. La mezcla de colores es chocante y provocadora, y pretende simular esa combinación espacial y social que caracteriza a las ciudades de nuestro entorno.

WORTHWHILE

Social cohesion, Efficiency, Energy use, Identity
La urbanidad consiste en la búsqueda de equilibrios que permitan generar espacios en los que la interacción entre los ciudadanos sea posible. En este sentido, las relaciones humanas se convierten en el eje vertebrador de las grandes ciudades, que requieren de políticas de cohesión social y de espacios en los que la comunicación entre los distintos grupos produzca discursos integradores.
En la paleta de colores predominan las tonalidades cálidas y la mezcla de tejidos sintéticos y naturales. Así, la presencia de marrones pálidos y azules permite la sintonía cromática de una propuesta dominada por los verdes y en la que el naranja, con mucha mezcla de marrón, es la nota discordante.

NEWNESS

Human resources, Economical reconstruction, Useful technology, Trained city

La concentración de población dentro de las grandes ciudades debe conllevar también una reestructuración económica que permita la viabilidad social de las urbes y el bienestar de sus habitantes. En este sentido, la innovación tecnológica y la generación de conocimiento son los elementos clave de las grandes ciudades del siglo XXI y su apuesta por la economía 4.0. Por esta razón, las ciudades del horizonte 2030 deben fomentar la gestión de capital humano preparado para hacerse cargo de los retos económicos a los que aspiran las grandes urbes. Se trata de una apuesta por formar a ciudadanos capacitados para los retos de la nueva economía digital, que vivirán en una ciudad caracterizada por su acceso a la tecnología y a la multiplicidad de canales de comunicación.

La tecnología está presente en la selección cromática de esta propuesta, en la que se ha apostado por los azules y los grises. También hay espacio para los colores que socialmente representan la innovación y la investigación; mezclados con naranjas, rojos y lilas que ofrecen una mayor calidez tonal a la carta. Los materiales son todos textiles y muy artificiales, aunque algunos se presenten con aspecto natural.



PURE LONDON COLABORA CON PANTONE PARA PRESENTAR LAS TENDENCIAS PV 2020

El salón, que se celebrará entre los días 21 y 23 de julio, se ha asociado con Pantone Color Institute, la principal autoridad en color, para revelar el lema que impulsará su pronóstico "Pantoneview Color Planner SS20".

Se trata de "el mar y el color Pantone del año 2019: 16-1546 Living Coral". Abigail Bruce, Pantone Marketing Director, explica: «el mar cubre el 70% de la superficie de la Tierra. A pesar de todo, su tamaño y superficie no nos abruman». Su belleza, misterio, profundidad y poder han servido como inspiración al equipo de Pantone: "vamos al mar con nuestros amigos y familias, para socializar y relajarnos y encontrar un momento refrescante, sanador y reparador».

Seleccionar el color del año

El proceso de selección del color Pantone del año implica un análisis de tendencias muy detallado. Se trata de la culminación de la previsión de tendencias de color a nivel macro que Pantone Color Institute lleva a cabo durante todo el año.

Para llegar a la selección de cada año, el equipo global de expertos en color del Pantone Color Institute busca nuevas influencias de color a nivel global. Esto puede incluir desde la industria del cine y el entretenimiento, hasta colecciones de arte itinerantes y nuevos artistas, pasando por la moda, los destinos de viaje populares, los nuevos estilos de vida y las condiciones socioeconómicas del momento.

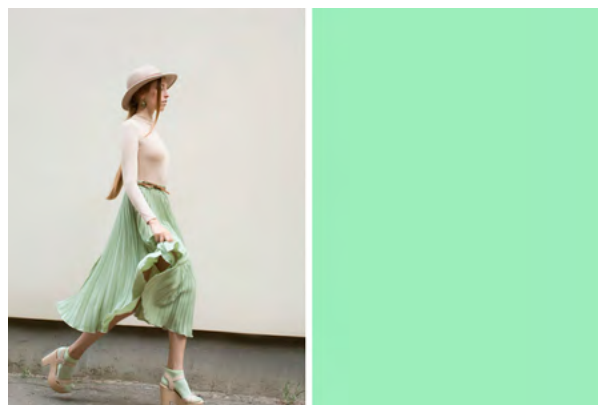
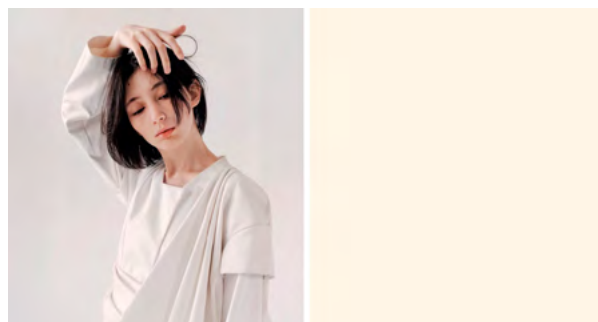
¿Qué está sucediendo?

La tonalidad seleccionada para ser un color Pantone del

año debe ser capaz de comunicar un mensaje cromático. Debe reflejar lo que está sucediendo en la cultura global en un momento específico. Debe ser un color que atraviese todas las áreas del diseño y que sirva como expresión de un estado de ánimo y una actitud. En pocas palabras: debe reflejar lo que las personas están buscando, lo que sienten que necesitan.

Pure London celebra el tándem

Pure London celebra que Pantone haya elegido su escenario principal para presentar sus tendencias cromáticas. El salón reúne a una comunidad de más de 700 marcas y diseñadores de moda masculina, femenina e infantil que ofrecen calzado, accesorios y prendas de vestir de alta calidad. Los visitantes también recibirán, durante tres días, contenido educativo e inspirador y charlas magistrales de la mano de líderes de la industria y expertos. Pure London y Pure Origin se celebrarán en el Olympia London del 21 al 23 de julio de 2019.



DOSSIER PREMIUM
JUNIO
2019