

UNIVERSAL HISTORY ARCHIVE/GETTY IMAGES



Abstracto
Ritmo n.º 3 decoración
para el Salón des
Tuleries del artista
francés Robert
Delaunay (1885-1941)

Texto
ANTONIO ORTÍ

Al comprar un producto, sea cual sea, el color es el primer elemento que se tiene en cuenta. Lo afirma Encarna Ruiz, directora de ESDiColor Lab, el centro que representa a España en Intercolor, una de las dos asociaciones que deciden cuáles serán los colores de moda dentro de 18 meses. "El color no es un capricho, sino que en su elección tiene mucha importancia lo que está pasando socialmente", remarca esta profesora de Sociología.

El color del 2023, por ejemplo, está siendo el viva magenta, un rojo-rosáceo violáceo. Para los pronosticadores de tendencias, un color poco convencional para tiempos revueltos. "Es un tono optimista, que evoca la infancia y actúa como regulador de las emociones. En escenarios de crisis política y social, representa una energía interesante para contrarrestar la tensión, si se sabe dosificar", puntualiza Ruiz. La regla general es: en situaciones de crisis e inestabilidad triunfan los tonos fuertes, y cuando la situación se serena regresan los colores neutros, los beige, los tierra, los grises. Otros colores que empiezan a ser tendencia y lo serán más el año próximo son "el verde agua, el blanco (también en invierno), el lima ácido y los colores eléctricos, pues estamos en la etapa del metaverso", informa Ruiz.

Asimismo, para muchas personas, por ejemplo, tintarse el pelo puede ser una forma de salvar la distancia entre quien se es y quien se supone que se debería ser. Según Fran Alerny y Luciano de Paoli, *hair colorist* en La Antesala, peluquería boutique de la madrileña

GALERÍA MADRIDE DESIGN

LOS MISTERIOS DEL COLOR

—La ropa que marca tendencia, el **tono** del cabello o el de objetos de decoración..., los colores que **triunfan** esconden una historia detrás y están claramente influidos por lo social—



Contrastes
"Ocho", Lina Iris Viktor (2018)
Oro 24 quilates, impresión sobre
papel de trapo de algodón



JOHANNES ERMON



Selección



Aroma
Girza
Eau de Parfum
de Shiseido



Dos en uno
Blush y lipstick Match
Six, de Fenty. Se
presenta en el único
tono Strawberry Pop

leña calle Serrano, este año la moda es de los castaños medios y tendencias rojizas.

Pero el color tiene más vidas secretas. Por ejemplo, los suelos grises (el último gray fue elegido el color Pantone del año 2021) se han convertido en tendencia, tras conquistar a diseñadores y promotores inmobiliarios con su estética fresca y moderna.

Sobre el triunfo del gris, un estudio del Science Museum Group del Reino Unido entre 7.083 objetos de la vida cotidiana de 21 categorías, utilizados entre 1800 y 2020, concluye que el negro, el blanco y el gris se han convertido desde los años 80 en los colores dominantes, presentes en el 40% de las superficies. Existen varias teorías al respecto. Hay quienes opinan que esta preferencia por los grises guarda relación con el uso excesivo que la publicidad ha hecho del color durante décadas, y hoy continúa en internet. Ruiz apunta que los pisos son cada vez más pequeños. "Pintar las paredes de blanco o gris ayuda a relajarse y da más luz y profundidad, mientras el negro aporta elegancia", colorea.

Hay quien detecta una estandarización del gusto a causa de las modas. Es el caso de Victoria Finlay, antropóloga social de la Universidad de St. Andrews (Escocia), que desentraña en *Color* (Capitán Swing) la historia de cada tonalidad y su significado social. Según explica Finlay a través del e-mail, con el diseño interior proyectamos nuestra capacidad para desenvolvernos en sociedad. En relación con el color del año, desvela que el magenta se llamó antes fuchsine o fucsia, aunque su origen más antiguo es el carmesí, "color que debe su nombre al gusano kermes que prosperaba en el roble escarlata", indica. Este insecto medía alrededor de un centímetro. "Eran silvestres, no se cultivaban, y se raspaban del árbol a veces Roma insistía en que le pagaran tributo en sacos de kermes, que sumergían en vinagre y utilizaban para un tinte que fue el más caro de Europa durante siglos", prosigue. Los barcos que llegaban a Cádiz a lo largo del siglo XVI iban cargados de estos insectos y llegaron a cambiar el color de

Ante el público

Arriba, pintura informal del artista Cy Twombly en el museo Brandhorst (Munich, Alemania)

En azul y verde

A la derecha, 'Big Bear Lake California', de Matthew Brandt (2012)

Explosión púrpura

Bajo estas líneas, la obra de Judy Chicago 'Purple Atmosphere'



Tres curiosidades coloristas

De banderas y tonos Pantone

Europa. "A veces el color era lo que llamaríamos magenta, pero otras era rosa o escarlata", según el mordiente usado para fijar el color en la tela", desvela. "En el siglo XVI, este rojo significaba poder y optimismo, riqueza futura. Y para los que se dedicaban a ello, ¡mucho energía extra!", concluye.

También el 2023 está siendo el año del amarillo miel, del dorado arena, el azul piscina y el verde Caribe. Sin embargo, el color azul, una tonalidad que "tengo la sensación de que será el color de moda en el 2025", vaticina Ruiz, es el tono que actualmente cuenta con más adeptos en el mundo. Lo explica la socióloga alemana Eva Heller en su libro *Psicología del color* (ed. Gustavo Gili): un 46% de los hombres y un 44% de las mujeres lo prefieren. Y colorín, colorado. —

La antropóloga británica Victoria Finlay explica en *Color* (Capitán Swing) en relación con Lawrence Herbert, el químico que creó la guía Pantone, que su objetivo fue dar con un canon de colores que pudiera ser aceptado internacionalmente. Lo hizo desde una imprenta que fabricaba muestrarios de colores, en los años 50.

El catálogo de Pantone se utiliza para definir el tono exacto de las banderas nacionales o medir la calidad de las piedras preciosas. Pero si hay algo que enorgullece a la empresa son las tarjetas que identifican el tejido grueso de un hígado por el color antes de un trasplante, lo que ha reducido los rechazos.

Bajo la dinastía de los las banderas españolas eran Carlos III quiso que España amarillo-rojo para que los instante y así mostrar su



Borbones en los s. XVII y XVIII, generalmente blancas. Pero tuviera una de franjas de rojo-barcos fueran reconocibles al poderío", explica Finlay.

Sobre los pigmentos
Color, de Victoria
Finlay; editado ahora
por Capitán Swing