



El ITC impulsa la innovación cerámica en Cevisama 2019

El Instituto de Tecnología Cerámica despliega una intensa agenda durante la celebración de Cevisama, destacando su contribución a la Muestra Trans/Hitos y al Informe de Tendencias Cerámicas 19-20 a través del OTH.

Textos: Redacción
Imagen: Archivo E3
redaccion@economia3.info

Un año más, el Instituto de Tecnología Cerámica (ITC), integrado en la Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana (Redit), ha compartido en la feria internacional de la industria cerámica y sus sectores afines, Cevisama, todas las innovaciones generadas en el centro, muchas de ellas en proyectos de colaboración con las industrias presentes, además de todas sus actividades y ser-

vicios enfocados al aumento de la competitividad del sector.

Además, ha participado en el diseño, ejecución y coordinación de la Muestra Trans/Hitos de Arquitectura e Interiorismo en Cerámica, un testimonio de los nuevos usos de la cerámica, que se celebra cada año impulsada por la propia organización de Cevisama y con el apoyo de Ascer.

Precisamente este año la muestra Trans/Hitos, bajo el lema *Ágora*, ha presentado al público un espacio abierto –la plaza pública– de diálogo, con la variedad de posibilidades y nuevas funciones que

ofrece la cerámica en ámbitos distintos a los tradicionales.

Nuevos proyectos del alumnado de las Cátedras de Cerámica; la instalación "House of Cards" del estudio Nihil Studio, proyecto ganador del concurso convocado por Cevisama, Ascer y el ITC; un prototipo del "Arco Cerámico" planteado por la Graduate School of Design de Harvard; los XVII proyectos premiados en el concurso organizado por Ascer: Premios Cerámica de Arquitectura e Interiorismo; además de otro espacio dedicado a ensalzar las propiedades y ventajas de la cerámica, han sido las áreas de exposición de este punto de encuentro ya esencial en Cevisama como es Trans/Hitos.

Más sofisticación y decoración

Por otra parte, desde el Observatorio de Tendencias del Hábitat (OTH), integrado por ITC, Aidimme y Aitex se ha presentado durante el certamen el Informe de Tendencias Cerámicas 19-20, una cita a la que el sector acudió multitudinariamente dada la importancia de estas claves, imprescindibles para entender por dónde fluyen las nuevas corrientes en diseño y en prestaciones técnicas y estéticas del material cerámico.

Centrado en un exhaustivo análisis de claves estéticas, socioculturales y de consumo, que son las que impulsan la generación de las tendencias del hábitat, el informe detecta un cambio de espíritu. Frente a la sobriedad y minimalismo de los últimos años se abren nuevos frentes en los estilos, más decorativos y con una visión renovada del lujo que se ha hecho fuerte en valores como la esencialidad o la sostenibilidad.

Paralelamente, el sector cerámico ha mejorado su posicionamiento en el canal contract, lo que se traduce en una gama de producto más sofisticada. Recuperación de clásicos cerámicos, texturización y grandes formatos son algunas de las claves para entender el diseño cerámico de hoy.

Y es que, al mismo tiempo, comienzan a aparecer empresas con una clara vocación hacia el sector profesional, lo que se está traduciendo en productos-servicio, como la personalización del diseño, el apoyo durante los procesos constructivos, o la colaboración con otras empresas industriales del sector del mueble, baños y cocinas.

Por otra parte, las innovaciones tecnológicas del sector destacan por una clara orientación hacia la construcción y la prescripción, que cada día demanda nuevas soluciones sencillas de instalar y con altas prestaciones técnicas. Y esto es así, en parte también, porque el mercado comienza a



recibir propuestas de materiales sustitutivos cuyos beneficios se centran en la colocación en seco y en un menor peso, por lo que esta vía cobra cada vez más importancia.

Nuevas Tendencias

Así desde el OTH se han detectado cuatro tendencias fundamentales que se han nombrado como: Dramatic Interior; Soft Heritage; Savage Soul y Plug & Play.

Dramatic Interior

Esta tendencia nos habla de la creación de escenarios y de propuestas de diseño llenas de teatralidad y dramatismo.

Colores oscuros, materiales y mármoles espectaculares son algunas de las claves de una tendencia que se expresa de forma más pura en el canal contract, pero que tiene una traducción también en interiores de viviendas a través de una sintetización y suavización de sus características. Destacan los mármoles y piedras naturales de corte sofisticado: vetas abundantes y diagonales, cambios tonales pronunciados y efectos de areniscas. Se buscan nuevas referencias de piedras alternativas a las más clásicas, así la piedra *burlington* o mármol apuano, destacan en las últimas ferias. También las piedras semipreciosas y



Dramatic Interior- Ocean blue. Apavisa

los óñices aumentados son otros de los recursos utilizados.

Soft Heritage

Se caracteriza por la recuperación de clásicos cerámicos, pero desde una perspectiva suave y delicada, con acabados que se acercan a un minimalismo, pero con toques cálidos. Gráficos más depurados, tonos claros y suaves, terracota..., son algunos de los elementos del diseño cerámico que encajan dentro de esta tendencia.

Explora un concepto de espacio que busca recrear ambientes relajantes, cálidos, donde desconectar de la tecnología... más



Soft Heritage - Kupuri. Bestile



Savage Soul - Amazonia. Colorker



Plug & Play - Drops. Wow

orientado al ámbito residencial, donde la cerámica convive con materiales que destacan por su naturalidad: maderas sin tratar, fibras naturales...

Uno de los grandes destacados de esta tendencia son los hidráulicos renovados. Este clásico recuperado del diseño de pavimento se actualiza y abandona la faceta más cementosa y desgastada, para explorar las raíces de las baldosas tradicionales. Retoma productos clásicos como los mosaicos Nolla, pequeñas teselas de gres que adquirieron gran fama para el pavimento de viviendas durante la segunda mitad del siglo XIX, con colores tradicionales de la cerámica como el azul o el verde.

Savage Soul

Se caracteriza por una estética en cierta medida selvática, donde destacan los temas tropicales y marinos, con referencias a

la jungla y a las plantas exóticas. Maderas de palisandro, bambú, wengué o eucalipto, tratadas y actualizadas, o los mármoles exóticos como el azul de Brasil son otros de los materiales que se recuperan.

La paleta de color dentro de esta tendencia combina las bases marrones y grises oscuras con tonos azules y verdes propios del mundo natural. En todo caso se trata de tonos claramente fríos, aunque en ocasiones introducen toques de color a través de paletas terrosas.

Plug & Play

Conecta con una visión alegre y *naïf* del mundo. Colores vivos, patrones gráficos decorativos, referencias del mundo virtual traducidos a los espacios del hábitat, son algunas de las claves de una tendencia que propone interiores llenos de diversión y frescura. La cerámica se convierte así en un

recubrimiento, pero también en una manera de componer el espacio a través del formato y el color.

En este sentido, los gráficos, dibujos e ilustraciones se convierten en un lenguaje de suma importancia. Se trata de una tendencia que responde de forma clara a las necesidades del canal contract. Así, encaja con nuevos modelos de trabajo y estilo de vida, como pueden ser los *coworking*. Destaca la presencia de motivos gráficos de pequeño tamaño, incluso en grandes planchas, con una clara influencia de los papeles pintados. Otro recurso de diseño es la gráfica decorativa de pequeña escala, que resulta en un efecto confeti.

Encajan las versiones más coloridas del terrazo, por su capacidad de reutilización de stocks y productos rotos durante el proceso de extracción. En ocasiones incluso se utilizan desechos de diferentes sectores. ■

Un nuevo servicio para testear productos

El Observatorio de Mercado del ITC pone en marcha en colaboración con Consumolab de **Ainia**, un nuevo servicio para testear el producto cerámico entre los consumidores.

Así, hace unas semanas se llevó a cabo un piloto con la empresa Novogres y en colaboración con Consumolab de **Ainia**, primer centro español de estudios del comportamiento del consumidor y análisis de las preferencias de consumo, a través del análisis sensorial.

El nuevo servicio que ofrece el ITC supone *"una valiosa información, de primera mano para las empresas productoras a partir de la experiencia directa que aportan las personas usuarias"*, indican desde el ITC.

Concretamente en este piloto, el ITC ha desarrollado para la empresa fabricante de baldosas cerámicas Novogres, una colección inspirada en la mujer y los valores femeninos que a su vez se alinea con las

tendencias de diseño nórdico. Es por eso que, en este caso, el test de producto lo realizaron 101 mujeres de entre 30 y 55 años, seleccionadas por tener afinidad y preferencia por este estilo.

Las consumidoras que visitaron el *showroom* donde se iba a realizar el test, conocieron la nueva colección y sus distintas formas artísticas y cromáticas, además de las posibles combinaciones existentes entre ellas, para pasar a cumplimentar los cuestionarios diseñados para el test, cuya información supone un gran valor para adecuar el producto a su segmento. *"Constatar la utilidad de la iniciativa, siempre gracias a la colaboración de Ainia, abre la puerta a la consolidación de este nuevo servicio del ITC que tiene*

el objetivo de mejorar la competitividad de las empresas cerámicas, en este caso teniendo una base de información por parte de quienes consumen directamente los nuevos productos".

