

Patricia Van Dalen evalúa el Proyecto Color de Neutroni

La artista plástica venezolana visitó la tienda Neutroni de Millenium y dejó sus impresiones sobre el Proyecto Color para nuestras T-shirts de hombre y mujer, a la que definió como “un placer para los ojos”

Caracas, 04 de octubre. La artista visual venezolana Patricia Van Dalen fue invitada a evaluar el Proyecto Color de Neutroni, que propone una gama de 39 matices para sus T-shirts.

Lo primero que llamó la atención de la artista fue la selección de estos matices y la forma en la que han sido exhibidos: “Me gusta que, en lugar de tomar el orden en que se descompone el rayo de luz, que es lo que conocemos como arco iris (es decir, del rojo al violeta), ustedes han partido el espectro solar visible y lo llevaron hacia los lados, empezando con el amarillo, terminando con el verde lima y dejando los colores extremos del espectro (magenta, violeta y azul) en el centro. El efecto logrado es, según Van Dalen, “una propuesta armónica basada en la reinterpretación del círculo cromático”.

El equipo de Neutroni trabajó durante más de un año para concebir este concepto, que ha sido meticulosamente desarrollado. “Trabajamos en el laboratorio de color con una textilera en Perú, donde puedes llegar exactamente al tono que buscas y repetirlo infinitas veces. Por eso podemos ofrecer a nuestros clientes que cada vez que necesiten producto de un color específico lo van a encontrar aquí, y siempre va a tener el mismo matiz”, añadió Kika Alcega, Cofundadora y Directora de Neutroni. La propuesta de color de Neutroni pone sobre textiles de excelente calidad una amplia gama que incluye varios amarillos, naranjas, magentas, morados, azules y verdes en tres tonos distintos (uno medio, uno más oscuro y uno más claro) y llega hasta 39 matices distintos. Además, Neutroni dispone de los básicos de todo guardarropa: blanco, negro y gris melange. Cada uno de estos colores tiene un código numérico y un nombre. “Nos basamos en la carta de PANTONE FORMULA GUIDE® para impresión, construimos esta gama y de allí migramos al PANTONE TPX® para textiles”, explicó Alcega. “Me gusta mucho que las franelas tengan los nombres de los colores de la carta TPX, como Orange Peel, Paradise Pink, Turquoise y Cadmium Green, porque éstos disparan resonancias sensoriales y activan en ti la memoria del color. Además, puedes usar estos nombres o códigos para referirte a un color específico en cualquier lugar del mundo”, destaca Van Dalen.

Bajo el concepto de “tienda de autoservicio” que Neutroni está aplicando para sus locales, la exhibición de los productos se despliega según las necesidades de los consumidores. “Queremos que la gente venga a buscar aquí sus elementos esenciales de vestimenta y que tenga la posibilidad de adquirirlos todos en un solo sitio”, explicó Kika Alcega.

Para la artista, la experiencia de la tienda y la exhibición tiene un gran peso. “Esto es un placer para los ojos. Me encanta ver tanta variedad de color”, destacó.

Asimismo, la experiencia de visitar nuestra exhibición, le resultó contagiosa. “Uno sale de aquí y le provoca llegar a la casa y arreglar el clóset por matices. Creo que está muy bien logrado el efecto cromático que nos hace querer vivir según esta propuesta de Neutroni, de vivir con más color”, puntualizó.