



AEROMEXICO



JUNIO 2010 JULY

el mejor  
compartir  
correos  
ejemplos

A People Town

## PLAYA DEL CARMEN

HUELLAS EN LA ARENA

JAM DE ESCRITURA

## COOLTURE

Jamming with Words

Rumba en la mesa

## BOGOTÁ

RHYTHM AND TASTE

AEROMEXICO SKYTEAM

# escala

ejemplar de  
compañía aerolínea  
Cortesía de

Julio 2010

**BOGOTÁ**  
**RUMBA EN LA MESA**  
Rhythm and Taste

**JAM DE ESCRITURA**  
**COOLTURE**  
Jamming with Words

A PEOPLE TOWN  
**PLAYA DEL CARMEN**  
Huellas en la arena



# Ezequiel Farca

Un diseño comprometido

Designs That Work



CREAR LA SENSACIÓN DE QUE EL AVIÓN, ADEMÁS DE UN MEDIO DE TRANSPORTE, ES UN ESPACIOAGRADABLE, FUE EL RETO DE EZEQUIEL FARCA AL REDISEÑAR LOS INTERIORES DE LOS AVIONES DE CABINA ANCHA DE AEROMÉXICO. ESTE RETO NO SÓLO LO LLEVÓ A CREAR UN NUEVO ENTORNO DENTRO DE LAS NAVES, SINO A CAMBIAR POR COMPLETO SU MÉTODO DE TRABAJO.

# Aeroméxico's

Boeing  
767 air-

planes have just undergone a full-blown renovation. Along with his work team, Ezequiel Farca, one of Mexico's most talented interior designers, took charge of redesigning upholstery, carpets, curtains, place mats, napkins, dinnerware and every other detail, to make in-flight service an experience all its own.

# Aeroméxico

ha terminado la renovación de la Clase Premier y Turista de sus aviones Boeing 767. Con su equipo de trabajo, Ezequiel Farca, uno de los interioristas mexicanos más talentosos, se encargó de rediseñar vestiduras, alfombras, cortinas, mantequería, vajilla y un sinfín de detalles que harán del servicio a bordo toda una experiencia.

## Crear espacios íntimos

En un avión no sólo se viaja, también se hacen muchas otras cosas. El diseño de las cabinas debe contemplar que el asiento habrá de convertirse en comedor, más tarde en sillón de lectura, después en sala cinematográfica y finalmente en dormitorio (si el vuelo es de largo alcance). Por ello se llamó a un experto en arquitectura de interiores para transformar el espacio a bordo de los Boeing 767 de Aeroméxico.

“Yo diría que, de todos los proyectos que hemos hecho, éste ha constituido el mayor reto –reflexiona Farca–. La mayoría de los espacios que trabajamos son privados, y los públicos son hoteles como el Habita de la ciudad de México”.

## Creating Personal Space

While in the air, life goes on, and the cabin design must take into account that seats will be used for dining and then reading, later becoming movie seating and finally sleeping quarters (on long-distance flights). Consequently, when it came time to transform the interiors of its Boeing 767s, Aeroméxico called on an interior architecture expert. “Of all the projects we’ve done, I would have to say this has been the most challenging,” Farca comments. “Most of the places we work on are private, the exceptions being hotels like the Habita in Mexico City.”

In the case of an airliner, the first thing to do was figure out where Aeroméxico was headed, take into consideration that it is constantly adding on flights to other countries, meaning a growing overseas market, while not neglecting the one at home. “We began thinking the project through with the idea that this is a globalized airline. Our challenge became ensuring passengers feel at home in the airplane.” To meet it, they created a sort of micro-architecture where wellbeing, comfort and rest are all integrated. The result is a new design that makes passengers feel like the pleasure of their trip begins when they step on board the airplane, well before reaching the destination.

AS HE SET OUT TO REDESIGN THE INTERIORS OF AEROMÉXICO'S WIDE-BODY FLEET, EZEQUIEL FARCA FACED THE CHALLENGE OF PROVIDING A PLEASANT SPACE FOR ITS PASSENGERS. THIS LED HIM NOT ONLY TO ENTIRELY RENOVATE THE PASSENGER CABINS BUT TO OVERHAUL HIS WAY OF WORKING, AS WELL.

# "Quisimos hacer sentir al pasajero que estaba viviendo el espacio interior de una casa más que de un avión".

En cambio, en el caso de una línea aérea, lo primero que tuvieron que hacer fue entender hacia dónde va Aeroméxico, comprender que cada vez tiene más destinos en el extranjero y, por lo tanto, buena parte de su mercado está afuera, aunque jamás descuida el mercado interno. "Es una aerolínea globalizada. A partir de allí comenzamos a idear el proyecto. Quisimos hacer sentir al pasajero que estaba viviendo el espacio interior de una casa más que un avión. *Ése era el reto*". Para encararlo, crearon una suerte de micro arquitectura donde bienestar, confort y descanso se conjuntan. El resultado final es este nuevo diseño, pensado para que el pasajero sienta que el viaje no comienza cuando arriba a su destino, sino cuando se sube al avión.

## Tested in Flight

"We had a little over six months to define the concept, so rather than going off in flights of fancy, we needed to find out what requirements had to be fulfilled, what the givens and who the suppliers were. First off, we came to grips with the technology; for example, upholstery had different specifications from the ones we're used to working with. Today's fabrics are stronger, lighter and treated differently. Aeroméxico's supplier, a German firm, offered us numerous high-tech textile options." Another thing to keep in mind is that an airplane interior requires constant cleaning. "People are always getting on and off," notes Farca. "Therefore, you have to consider what will do the job, not necessarily what you personally like. Materials undergo heavy-duty testing to ensure they withstand food, soft drink and wine spills, or anything else that might dirty them. Then, you have to find out how they respond to cleaning."

**Farca y su equipo en su búnker creativo.**  
The designer's team in their situation room.



While some design firms specialize in airplanes, Aeroméxico wanted to create a more conceptualized environment so decided to hire an interior designer. "That's why we also designed a new menu, placemat, blankets, cushions, and toiletry kits, not just the upholstery and carpets. It was a total redo."

According to Farca, "Our main concern was to give every passenger equal importance. A passenger in Coach Class on a Boeing 767 gets to look at over 150 other seats just like his, so we carried the design scheme on into Clase Premier, but in two colors, alternating them to produce rhythm, a relaxing, wave-like effect. I was given the freedom to create my designs. When we finished, the fabric was registered for Aeroméxico's exclusive use."

## A prueba de vuelos

"Teníamos algo más de seis meses para definir el concepto, así que en lugar de irnos a una cosa muy etérea quisimos saber qué requisitos debíamos satisfacer, con qué contábamos y quiénes eran los proveedores. Lo primero que tuvimos que hacer fue entender la tecnología; por ejemplo, la tapicería debe tener especificaciones que nosotros jamás habíamos usado. Las telas son cada vez más resistentes y al mismo tiempo más ligeras, además de tener diferentes tratamientos. El proveedor de Aeroméxico, que es alemán, nos ofreció muchas opciones de última tecnología".

Otro elemento a tomar en cuenta fue que en una aerona ve el proceso de limpieza es continuo. "Todo el tiempo sube y baja gente –dice Farca–, de modo que debes diseñar no con base en lo que a ti te gusta, sino en lo que funciona. Las pruebas a que se someten los materiales son durísimas: desde ensuciarlos con comida hasta arrojarles vino o refresco, todo lo que puede suceder en un vuelo, y luego se comprueba cómo responden a la limpieza".



Ezequiel se preocupa por hacer un diseño "comprometido con la gente".  
Farca always designs with a commitment to people.

Aunque existen empresas de diseño dedicadas exclusivamente a trabajar con aviones, al contratar a un interiorista Aeroméxico apostó por la creación de una atmósfera integral. "Por eso también cambiamos y diseñamos el menú, la mantelería, los cobertores, los cojines y los estuches de aseo personal, no sólo la tapicería y las alfombras. Fue un rediseño completo".

De acuerdo con Farca, "nuestra mayor preocupación era darle a todos los pasajeros la misma importancia. En la Clase Turista de un Boeing 767 el pasajero tiene como horizonte una serie de más de 150 asientos iguales al suyo, así que pusimos el mismo diseño que en Clase Premier, pero en dos colores, y los alternamos de manera que lo que miras tiene cierto ritmo, no todo es igual, sino que conforman un oleaje que relaja. Tuve toda la libertad para crear mis diseños. Cuando terminamos, la tela quedó registrada para uso exclusivo de Aeroméxico".

#### Diseño comprometido

Cuando uno contrata a un interiorista para la casa, el diseño tiene que gustarle a los propietarios, pero en un avión, hay que encontrar un lenguaje común... "No puedes usar colores chillones

**"You have to create a pleasurable experience through details. We want each passenger to feel he's receiving special treatment."**

#### Design with Commitment

An interior designer for a home need only satisfy the owners' taste, but when it comes to an airplane, he has to find a common ground. "You can't use loud colors or aggressive designs that will make passengers feel antsy in a half hour. Furthermore, you have to create a pleasurable experience through the details, such as the embroidery on the blankets and cushions, adding that little something extra. We want each passenger to feel he's receiving special treatment. In Clase Premier, naturally, you're served on different dinnerware, you get a toiletry kit and of course more space, but in terms of elegance and beauty, we've reduced the distance between the two sections."

Choice of upholstery and carpet colors was made with residential concepts utmost in mind. "The color scheme of blues and browns mixed with grays conveys

o diseños agresivos, que después de media hora hagan sentir incómodos a los pasajeros. Había además que crear una experiencia placentera a través de los detalles, así que les hicimos bordados a cobertores y cojines, y todos los materiales tienen un plus. Queremos que cada pasajero sienta que el trato que recibe es especial. En Premier, desde luego, te sirven con una vajilla diferente, recibes un estuche de aseo personal y naturalmente hay más espacio, pero en términos de elegancia y belleza, hemos acortado la distancia entre ambas clases”.

La elección de los colores de tapicería y alfombras se hizo pensando en un concepto más apegado a los cánones residenciales. “Los colores transmiten serenidad. Hay azules con café, con gris; las charolas y la vajilla son blancas. Es un diseño silencioso donde el protagonista no es el diseñador, sino el usuario”.

El diseño que realiza Farca siempre está comprometido con la gente. “Nuestro método consiste en escuchar”, asegura. El resultado de sus trabajos no se parece a esos lugares en los que dan ganas de tomarse una foto, pero se prohíbe mover incluso el más pequeño de los objetos por temor a echar a perder el ambiente. No, su diseño es habitable, amable e invita a vivir sin notar la mano de su creador. “Mi tirada –concluye– es que el diseño funcione y funcione por muchos años”. ③

serenity. Serving trays and dinnerware are white. It's a quiet design in which the passenger, not the designer, plays the leading role.”

Farca always designs with a commitment to people. “Our method is to listen,” he states. The result of his efforts is not one of those places that feel like a movie set where you don't want to move even the smallest object, for fear of throwing the whole atmosphere out of whack. No, his design is friendly and livable, without leaving a trace of its creator. “I'm after designs that work and that work for years to come.” ③

translation by Harry Porter