

## EL COLOR Y LA MODA: ENTREVISTA A MARÍA POCH Y SILVIA MOYANO

El Maniquí Vintage | 25.11.2014 | Entrevistas, Tendencias | 2 | 5 | [Compartir](#)

Por Susana Lladó

### NEWSLETTER

Recibe novedades y promociones exclusivas en tu correo:




» **UTILIZAMOS EL COLOR DE NUESTRA ROPA, CONSCIENTEMENTE O NO, COMO UNA PROTECCIÓN.**

**María Poch** es una de las mejores coloristas de nuestro país. Pionera en este campo, sus conocimientos sobre el color han sido y siguen siendo una **referencia para muchos profesionales** de la industria de la moda y las nuevas generaciones de diseñadores. Hija de un industrial textil catalán cosmopolita, desde niña se vio inmersa en el universo de las grandes firmas de moda nacionales e internacionales, para las que enseguida empezó a trabajar como **consultora** formando a sus directivos de marketing y diseñadores porque, aunque ahora pueda parecer inexplicable, en aquella época no existía formación sobre algo tan esencial en la moda como es el color. Ella misma creó y llenó de contenido esta asignatura (pendiente) que desde entonces imparte en *masters* y escuelas de diseño de moda (otrora "escuelas de corte y confección"). En una de estas escuelas es donde tuvo como alumna "aventajada" a **Silvia Moyano** (**propietaria de las tiendas de moda El Maniquí y El Maniquí Vintage** de Barcelona), con quien guarda desde entonces una estrecha amistad. Hoy las hemos reunido a las dos para que nos hablen sobre un tema tan apasionante como es el del **color**. Una **entrevista** llena de tonalidades, gamas y texturas.

Pregunta. **Cada temporada se llevan unos colores determinados. ¿Quién toma esa decisión? y ¿con qué criterio?**

**SI LA TEZ PALIDECE O SE AGRISA. ES QUE ESOS COLORES NO**

<http://elmaniquivintage.com/el-color-y-la-moda-entrevista-maria-poch-y-silvia-moyano/>

” **SON LOS MEJORES PARA UNO. NO SIEMPRE LOS COLORES QUE MÁS NOS GUSTAN SON LOS QUE MÁS NOS FAVORECEN.**

María Poch. Los buscadores de tendencias, después de analizar los cambios socioeconómicos, culturales, tecnológicos, etc., configuran un guión, diseñan lo que yo llamo un «escenario virtual» y en ese contexto proponen las fibras, las texturas, los colores y los tejidos de esa nueva temporada. Los fabricantes, aunque no están obligados a seguir el resultado de estos estudios, suelen tenerlos muy en cuenta porque saben que es una información muy valiosa para conseguir aproximarse a eso tan difícil de predecir como es el criterio de los consumidores a la hora de escoger una prenda.

Silvia Moyano. Los colores que decide el Gabinete de la Moda de París salen de la misma calle, de la coyuntura social, política y económica del momento. A esto hay que sumar una serie de tendencias propias de cada temporada (como podría ser la onda vintage, por poner un ejemplo) que entran dentro del pack de análisis. Son muy importantes los líderes de opinión; los *coolhunters*, como captadores de lo que ocurre en la calle, además de los historiadores, sociólogos, psicólogos, diseñadores, coloristas, etc., y de las industrias químicas.

P. ¿Qué es un colorista? ¿Qué función tiene?

M.P. Yo lo defino como la persona que ha hecho del color su mundo. Su misión es acercar el color al pequeño, mediano y gran consumidor ayudando al profesional del diseño de la moda a “crear paisajes de color”, a adaptar el color a las tendencias, a encontrar sus propios sistemas y cartas de color que definan «el espíritu de su empresa». Se presentan muchas dudas e inseguridades antes de tomar este tipo de decisiones porque hay que hacer una apuesta entre los muchos colores existentes y conseguir que los escogidos atrapen la mirada del consumidor. El colorista ayuda a la empresa a resolver todas estas cuestiones.

” **EL BLANCO TIENE LA FACULTAD DE RECLAMAR LA MIRADA SIN ALTERARLA, DA LUZ AL ROSTRO SIN DESLUMBRAR; ES CLARO Y VALIENTE PORQUE NO TITUBEA Y RESALTA EL COLOR DE NUESTRA TEZ.**

” **PARA UNA REUNIÓN DE TRABAJO ESCOGERÍA COLORES NEUTROS PORQUE, EN ESA SITUACIÓN, LO QUE IMPORTAN SON LAS IDEAS.**

S.M. En general, es una profesional que posee los conocimientos técnicos y teóricos suficientes como para utilizar el color de manera armónica en cualquier ámbito del diseño, la industria, el arte, etc. Una cosa es la utilización del color como algo subjetivo y otra muy distinta es estar preparado para utilizar objetivamente el color en un ámbito concreto; por ejemplo, en la industria automovilística, donde entran en juego el marketing, las eventuales limitaciones a la hora de utilizar una serie de colores debido a los materiales con que se fabrican las pinturas, etc. Particularmente, mi formación en color me sirve para elegir las colecciones, memorizar colorido cuando compro **ropa vintage** en diferentes países y hacer que después las prendas encajen perfectamente al combinarlas. También me permite asesorar a mis clientas y conseguir que la ropa armonice con el color de su piel y estilo, así como (y esto es lo más difícil) combinar texturas o estampados diferentes y que queden en perfecta armonía.

P. ¿En qué se inspira un buen colorista?

M.P. Se inspira en el sentir de la sociedad. Observa, escucha, siente el respirar de todo lo que le rodea para, posteriormente, traducir ese mundo de sensaciones y convertirlo en color. Para componer sus paletas de colores está atento a todo lo que le rodea: la naturaleza, el arte, las etnias culturales, las tribus urbanas, la gran pasarela de las calles del mundo, el cine...

S.M. Cuando compro una colección, escojo como base colores neutros, y un colorido que case con ellos sin que haga demasiado contraste. Sin embargo, aprecio mucho los colores muy elaborados, trabajados, y me gusta la compensación de colores opuestos en el círculo cromático. Después, para la decoración, por ejemplo, de la tienda El Maniquí Vintage me inspiré

en las postales antiguas, en los sepías, visones, rosas fuertes y turquesas.

P. ¿Nos comunicamos a través de los colores con los que nos vestimos? ¿Qué expresamos con el color? ¿Qué relación hay entre color e identidad?

**LA ARMONÍA ES EL DESCANSO DEL OJO. CUANDO ALGO NO ES ARMÓNICO, COMO PUEDE SER ALGO QUE TILDAMOS DE HORTERA, NOS MOLESTA PORQUE IMPIDE QUE EL OJO DESCANSE. ESTO NO TIENE NADA QUE VER CON GUSTOS PERSONALES, SIEMPRE HABLO DE UN OJO PREPARADO Y OBJETIVO. TAN ARMÓNICO PUEDE SER UN LOOK SUPER SOBRIO COMO OTRO MUY KITCH.**

M.P. Utilizamos el color de nuestra ropa, conscientemente o no, como una protección. El color nos permite acomodarnos a nuestro medio y también distinguimos en él. El color es, por tanto, un gran comunicador: podemos ser y representar a la vez. Podemos interpretar distintos personajes sin dejar de ser nosotros mismos. Por otro lado, también puede crearnos inseguridad y jugarnos malas pasadas: el color existe para ser mirado, por lo que, en ocasiones, cuando no queremos ser vistos, puede dejarnos expuestos a las miradas de los otros. En ese ir tejiendo y destejiendo capas de color sobre nosotros mismos, vamos dibujando lo que queremos ser y vamos acomodando nuestra identidad.

S.M. Color y estilo van de la mano y conforman la identidad de una persona. Cuanto más claro sea ese lenguaje, mejor comunicaremos.

P. Como en todos los demás aspectos relacionados con las tendencias de moda, no todos los colores sientan bien a todas las personas. ¿Cómo podemos saber qué colores nos favorecen más? ¿Qué hay que tener en cuenta a la hora de escogerlos?

M.P. Nuestra piel es un gran color. Para mí, el color de la prenda de vestir es como un envoltorio que puede solapar, acentuar o atenuar el color de nuestra tez. Cuando nos miramos al espejo tenemos que aprender a hacerlo con cierta distancia, desde lejos, para no perdernos en los detalles; observar cómo interacciona el color de la prenda de vestir con el color de nuestra piel. En líneas generales, yo diría que si la tez palidece o se agrisa, es que esos colores no son los mejores para uno. No siempre los colores que más nos gustan son los que más nos favorecen.

S.M. Es muy sencillo: cuando nos acercamos un color a la cara debemos saber ver si ese color nos saca el color feo o el color bonito de nuestra piel (en el rostro). Es una de las primeras cosas que enseñó a mis clientas porque puede aprenderse.

**DISCRECIÓN ES LO CONTRARIO A QUERER SER VISTO, PERO UNO TAMBIÉN PUEDE EXISTIR EN TODO SU ESPLENDOR EN LA DISCRECIÓN.**

P. ¿Qué color o colores escogerías para una reunión de trabajo?

M.P. Es como cuando haces un *curriculum vitae*, deberías preguntarte qué exige la empresa para la que quieres trabajar: si pide eficacia, discreción, madurez, juventud o todo a la vez. Un color que transmite todos estos requisitos es el blanco. Este color tiene la facultad de reclamar la mirada sin alterarla, da luz al rostro sin deslumbrar; es claro y valiente porque no titubea y resalta el color de nuestra tez, además de darnos un aspecto limpio.

S.M. Colores más bien neutros porque, en una reunión de trabajo, lo que importa son las ideas.

P. ¿Cuáles son para ti los colores de la discreción?

M.P. Depende del ambiente en el que uno se mueva. Discreción es lo contrario a querer ser visto, pero uno también puede existir en todo su esplendor en la discreción. Para mí, esta cualidad sería un beige, un pardo o un marrón; los colores de la tierra.

S.M. Los grises, en toda su gama cromática, y los tierra, de los claros a los oscuros.

P. **¿Qué colores te relajan?**

M.P. A cada persona le relajan unos colores determinados. Yo consigo este efecto con los colores que huelen a bosque por la mañana o a mar, y con los que te hacen flotar sobre la arena.

S.M. Los colores piedra y los azules.

P. **¿Cuáles te suben el ánimo?**

M.P. En general, los colores tónicos: los naranjas, rojos, amarillos y todos los colores que huelen a flores de verano; aunque hay que tener en cuenta que a muchas personas estos mismos colores las irritan.

S.M. Sin duda, el amarillo. Es mi favorito a la hora de dar toques de color a mi vestuario o a mi entorno.

P. **¿Cuál es el color de la risa?**

M.P. Un color alegre por excelencia es el amarillo, el amarillo irradia la alegría de una primavera.

S.M. No sé por qué, pero asocio la risa al rosa.

P. **¿Y el de la seducción?**

M.P. Sin duda, el rojo: es el color del deseo, el color de Eros.

S.M. El negro, principalmente, y también el rojo fuego.

P. **¿Y el de una conversación?**

M.P. El color gris, porque te permite mantener una pantalla entre tu interlocutor y tú sin que ninguno de los dos solape al otro.

S.M. Un color neutro porque una buena conversación se desarrolla en un clima relajado.

P. **¿Determina la idiosincrasia de un país los colores con los que se viste su sociedad? O dicho de otra forma, ¿podemos conocer un poco más una sociedad observando los colores que predominan en sus calles?**

M.P. Si nos referimos a las etnias culturales, sí podemos hablar de que el uso de determinados colores definen una sociedad u otra. Pero en el mundo occidental de hoy, la manera de utilizar el color está marcado en gran parte por la Moda, que de alguna manera iguala nuestra forma de elegir los colores. Lo que nos distingue es que dentro de esa aparente homogeneidad podemos diferenciarnos en no solo qué colores utilizamos sino en "cómo los utilizamos".

S.M. El carácter de un pueblo influye mucho en el uso del color. Por ejemplo, Cataluña, como Nueva York, es "neutro": negro, gris, etc. Andalucía es albero (amarillo), rojo, etc. Sí, el color de las calles nos muestra, de alguna manera, el carácter de esa sociedad.

P. **¿A qué diseñadores admiras por su tratamiento del color?**

M.P. A Dries Van Noten, Haider Ackermann y, de aquí, a Josep Font; cada uno en su estilo. Para mí son excepcionales, verdaderos sabios del color.

S.M. Admiro a Armani por sus neutros y neutros cromáticos, a Christian Lacroix por cómo compensa color y textura, y a Missoni por cómo logra que el color hable a través de sus estampados. También me gusta el sentido del equilibrio de Kenzo y el blanco y negro de Yamamoto.

P. **¿Qué relación estableces entre color, forma y textura?**

M.P. La forma ayuda a construir o deconstruir el cuerpo. El color envuelve, moldea, suaviza, marca, enfatiza la forma, y también ayuda a crear espacios, por lo que puede deconstruir la forma, acortando la silueta, ensanchando en vez de estrechar o viceversa, creando interferencias que no permiten dar continuidad de lectura a la mirada. La textura ayuda en gran medida a definir el color y a crear una sensación más sutil, más sensorial, más cercana de color.

S.M. Está todo muy relacionado, el color hace a la forma y el mejor ejemplo son los estampados. En las texturas es muy importante el trabajo de color para lograr que sean armónicas.

P. **¿Qué es la armonía?**

M.P. Para mí, la armonía son todos los espacios de color que se pueden leer cómodamente, sin que tengas que forzar la vista; tanto en gamas de colores oscuros y claros, como en juego de contrarios. Si tuviese que buscar una palabra que definiese la armonía sería equilibrio.

S.M. La armonía es el descanso del ojo. Decimos que un look o una decoración es armónica cuando el ojo descansa porque los elementos que lo componen transmiten un lenguaje claro sin interferencias. Cuando algo no es armónico, como puede ser algo que tildamos de hortera, nos molesta porque impide que el ojo descanse. Esto no tiene nada que ver con gustos personales, siempre hablo de un ojo preparado y objetivo. Tan armónico puede ser un look super sobrio como otro muy kitch.

P. **¿Piensas, como Kandinsky, que el color es un medio para influir directamente en el alma?**

M.P. El color es un elemento que no siempre resulta tangible a la hora de descifrarlo, de definirlo; pero "se manifiesta" y, en esa manifestación visual, tiene el poder de emocionar, de despertar el deseo porque el color es bello en sí mismo y el hombre es cautivado por su belleza. Siguiendo el pensamiento de Kandinsky, podemos decir que hay colores que "gritan" o "chirrían", y otros que "susurran" o que "nos invitan al silencio".

S.M. En el alma, en el estado de ánimo...influye en las emociones. En mi caso, siempre voy vestida de negro, pero de vez en cuando necesito toques contundentes de color, y esta necesidad suele coincidir con mi estado de ánimo. Por otro lado, para mí es importantísimo rodearme de mucho color en los ambientes donde vivo; tanto en casa como en el trabajo.

P. Estamos viviendo una gran revolución tecnológica, **¿crees que las nuevas tecnologías tendrán alguna influencia en la moda, particularmente en los colores con los que nos vistamos?** ¿Qué cambiará y qué permanecerá?

M.P. La revolución tecnológica siempre ha influido en la moda porque va unos pasos por delante. Si aparecen nuevas fibras, tejidos y acabados, habrá nuevos colores y otras maneras de llevarlos. No nos olvidemos que el color cubre: impregna un material o la superficie de un material, por lo que según las propiedades que tenga ese material el color se mostrará de una manera determinada. Por ejemplo, el color amarillo de siempre podría tener otro aspecto, parecer distinto, aplicado sobre un material hasta ahora desconocido; podría ser menos estridente y, a la vez, más dinámico y fácil de llevar. En el siglo XXI el color, la materia y la textura estarán en permanente interrelación, y la moda se enriquecerá con estos cambios que crearán nuevos aspectos, nuevas apariencias, y con ello nuevas maneras de percibir y sentir el color. ¿Qué permanecerá? el poder de atracción que genera el color.

S.M. Yo creo que el color es pasado, presente y futuro, y que lo vamos definiendo las personas en función de los acontecimientos históricos, sociales y también tecnológicos.

P. **¿Cómo definirías el color?**

M.P. El color es una sensación, un ente variable que me permite reconocer y reconocirme en el mundo en el que vivo.

S.M. El color es una forma de definirme a mí misma, de equilibrar mi entorno, de alegrar mi vida, de disfrutar de un paisaje en otoño o primavera. El color es emoción.

TAGS: [Color y moda](#)

---

## 2 COMENTARIOS

### KAPLOTA

© 25.11.2014 at 21:43 | [Responder](#)

Me ha encantado esta entrevista sobre el color de Maria Poch y Silvia Moyano . Ha captado totalmente mi atención , unas explicaciones realmente interesantes que he seguido sin levantar la vista, pues me apasiona este tema . Algo que me queda aún por ir averiguando son los colores que más favorecen y los que no, cuando tengo delante a una clienta es lo que más me cuesta deducir. Estaría encantada si alguna vez hiciera una conferencia o charla sobre este tema poder acudir. Muchas gracias.Un saludo,Kaplota.

### VINTAGEELMANIQUI

© 25.11.2014 at 13:08 | [Responder](#)

Agradezco tu comentario y me alegra que te haya sido de utilidad la entrevista, la verdad que es un tema apasionante y nada fácil. Estaré encantada de avisarte si organizamos algunas clases con María. Un saludo y por si necesitas contactar conmigo tienes mis teléfonos en la web y mi correo personal es [silviaidamoyano@hotmail.com](mailto:silviaidamoyano@hotmail.com)

## DEJA UN COMENTARIO

Escribe tu comentario aquí

Tu nombre completo

Tu correo electrónico

Página web

ENVIAR

### EL MANIQUÍ VINTAGE

Carrer de Sant Sever, 8, 08002 Barcelona  
934 18 41 75

#### Horarios:

lunes: 11:00-15:00 y de 16:00 a 20:00

martes: 11:00 a 20:00

miércoles: 11:00-15:00 y de 16:00 a 20:00

jueves: 11:00 a 20:00

viernes: 11:00-15:00 y de 16:00 a 20:00

sábado: 11:00-15:00 y de 16:00 a 20:00

domingo: 11:00-15:00 y de 16:00 a 20:00



Google

Datos de mapas ©2018 Google, Inst. Geogr. Nacional,  
Institut Cartografic de Catalunya

### CONTACTO

¿Deseas más información sobre nuestros  
productos? Escríbenos a:  
[info@elmaniquivintage.com](mailto:info@elmaniquivintage.com)

¡SÍGUENOS!

