



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

EL COLOR ROSA
UN ENSAYO EN EL QUE SE OBSERVAN SUS CONTEXTOS
Y USOS

TESINA DE ENSAYO.

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

PRESENTA:

MARÍA BELEM GUERRERO GONZÁLEZ

ASESOR:

LIC. URSO MARTÍN CAMACHO ROQUE

FEBRERO 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*Agradezco a **Dios** por su luz y bondad, por cada día, por hoy; pero sobre todo, por la legión de ángeles que envió para acompañarme en el camino:*

A mi mamita por su infinito amor incondicional, por ser mi ejemplo de fortaleza (esto es para ti, sin ti ni podría haberlo logrado).

*Al más fuerte, grande y sólido amor: Rocío, Nuria, Mónica y Jerónimo, **mis hermanos**, porque abrazada a ellos me he sostenido sin caer.*

A los ángeles del cielo que me mantiene en la tierra y son mi inspiración de vida: Samantha y Magally.

A Saúl, porque en su compañía he descubierto que la paciencia y la tolerancia también son amor.

A esos otros ángeles, compañeros de los míos, que con sus sonrisas me dejan ver que la vida es una fiesta de esperanza eterna: Jean, Nuria, Sofía y Kamila.

A la extensión del amor y la solidaridad, a los que abrazan lo que más quiero y duermen con ellos, Arturo Marcos y Malú.

A mis mejores amigas que han sobrevivido a la carrera y siempre están: Les y Norma Angélica.

Al profesor Martín Camacho por acompañarme en el camino, con su ayuda y confianza, compartiéndome sus conocimientos hasta el final de esta tarea de vida.

Finalmente, a los que vinieron a abrazarme fuerte para después regresar a ser el polvo cósmico que ilumina mis noches (los amo).

A todos, gracias.

ÍNDICE

Página

PRESENTACIÓNI

INTRODUCCIÓN.....VI

CAPÍTULO 1: El color rosa en la actualidad

- 1.1 El color rosa en la sociedad actual mexicana.....1
- 1.2 El significado del color rosa en la sociedad mexicana.....4
- 1.3 Los hombres mexicanos y su percepción respecto al color rosa.....9
- 1.4 La transformación en el uso del color rosa en la sociedad mexicana.....14

CAPÍTULO 2: Un ensayo sobre usos y contextos del color rosa

- 2.1 El color rosa ya, el color rosa hoy.....17
- 2.2 El color rosa en México y un poquito del mundo.....23
- 2.3 La ropa rosa y los demás.....28
- 2.4 ...Y el rosa cambió (en muchos aspectos)38

CAPÍTULO 3: La Percepción del color

3.1	El color.....	73
3.2	El color desde el punto de vista físico.....	75
3.3	El color desde el punto de vista fisiológico.....	83
3.4	El color como elemento comunicante.....	88
3.5	Significado denotativo y connotativo del color rosa.....	99
3.6	Uso del color rosa en diferentes ámbitos.....	104

CAPÍTULO 4: Conceptos de uso del color rosa

4.1	Concepto del color rosa.....	135
4.2	La ropa y accesorios femeninos.....	139
4.3	Contextos en los cuales las mujeres usan el color rosa.....	143
4.4	Qué opinan los hombres y las mujeres del color rosa y su uso.....	145

CONCLUSIONES	149
---------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	155
---------------------------	-----

Presentación

Nos permitimos distraer su atención antes de la lectura del texto que tienen entre sus manos debido a una necesidad de encuadrar la naturaleza de la investigación realizada.

Este trabajo forma parte de una estrategia para concentrar más las ambiciones y planes de los egresados que desean investigar. En la actualidad, las formas de titulación donde la investigación se ha nulificado se han diversificado de tal forma que es necesario, por un lado, establecer nuevos caminos para reconocer la importancia de la investigación, así como, la relevancia de formas de buscar informaciones por otros métodos ya conocidos.

En los años noventas se propuso como forma de titulación la elaboración de una Tesina de

Ensayo. Como requisito, solicitaba que fuera una investigación exploratoria de un tema emergente. Hasta donde recordamos no hubo un trabajo de esta naturaleza aun cuando la Tesina se ha usado en las otras dos modalidades expuestas en aquella ocasión: la de recopilación de información dispersa de un tema -donde quedo, por ejemplo, el Reportaje para titulación- y la de Base de datos.

Por esta razón, decidimos usar el Ensayo como forma de investigación por al menos cuatro de sus cualidades más reconocibles: a) sus características como método de investigación a través de la observación reflexiva, b) su capacidad para abarcar un tema y desarrollarlo infinitamente, c) su dinámica para obligar al investigador a

articular pensamiento diversos y d) la flexibilidad de su estructura para rearticular el conocimiento adquirido académicamente con aquel que se adquirió al paso de los años.

Asimismo, debemos aclarar que el tratamiento del tema fue exploratorio. El tema resulta atractivo, pero es más que eso. Es el elemento fundamental para validar el método reflexivo que Miguel de Montaigne fundamentó al explicar los ensayos que le han dado reconocimiento.

Entendemos que este método puede resultar complicado, no tanto por sus reglas -a veces tan flexibles como inaprehensibles-, sino más bien por esta falta de reflexión que a veces nos invade ante la complejidad del mundo.

¿Qué es un ensayo? Fue la primera pregunta que nos hicimos. De las posibles respuestas que hayamos, tantas como ensayistas existen, dedujimos que como proceso de investigación, el Ensayo sirve para enriquecer el pensamiento del investigador al permitirle dar rienda suelta a su reflexión en la búsqueda del conocimiento disperso.

Creemos que no siempre hay conocimiento nuevo: todo es una reconexión de los conocimientos pasados. La riqueza del Ensayo, pensamos nosotros, es la rearticulación de esos pensamientos pasados en el mundo actual, cuyos límites pueden ser tan cortos o vastos como la capacidad del investigador.

Y es aquí donde requerimos de su valiosa ayuda. ¿Podemos mejorar al Ensayo como técnica

de investigación para la titulación de nuestros egresados? ¿Es campo fértil para permitir nuevas visiones de nuestra realidad basados en una rearticulación de conocimientos? Nosotros creemos que sí, a la par que esperamos sus amables comentarios a este texto.

Urso Martín Camacho Roque.

INTRODUCCIÓN

Considerando que nuestra sociedad ha revolucionado con respecto a ciertos aspectos culturales, es que hemos pensado en la indagación y observación de cómo es que el hecho de que mientras, y por todas las décadas anteriores, el uso del color rosa se otorgaba sólo a las mujeres, hoy, la moda ha puesto en uso también de los hombres dicho color.

Para ello, realizamos un ensayo que muestra contextos y usos del color rosa actualmente. Este trabajo se presenta en el formato de tesina como opción de titulación. Se trata de un ensayo elaborado de manera sintética y rigurosa para explorar y describir el significado que el color rosa tiene en nuestra sociedad; muestra aquello que le da

significado al uso del color rosa y la relación social que éste tiene, hoy por hoy, con hombres y mujeres.

Este formato respeta la lógica que organiza, integra y analiza críticamente la connotación que el color rosa tiene en nuestra cultura; contempla un contexto histórico del tema, que permite observar y comprender el proceso dinámico del objeto de estudio y su vinculación con otros procesos más amplios. Se desarrolla a partir de la elaboración de la pregunta de investigación ¿Es el color rosa, en nuestra cultura y sociedad, exclusivo del uso femenino?

Así pues, contienen una definición precisa de los objetivos de estudio: El uso del color rosa en el contexto social actual.

De acuerdo con lo anterior, se presenta todo aquello que se ha observado en cuanto al uso del color rosa en el contexto de nuestra sociedad y el significado que se le ha dado a través del tiempo, hasta nuestros días.

El color rosa. Un ensayo en el que se observan sus contextos y usos, muestra lo que dicho color representa para nuestra sociedad, aún cuando es un símbolo femenino que ha ido cambiando; aborda la observación del color rosa en sus aspectos de uso más frecuente.

Se trata de un trabajo a manera de ensayo breve, por responder a las características de ser una reflexión sin formalidad expositiva ni demostrativa, sino simplemente la observación de un fenómeno social y sus reacciones en el devenir del tiempo.

Con este ensayo no pretendemos más que presentar un producto cultural y social desde los distintos puntos de vista de personas que actualmente conciben al color rosa como algo necesariamente femenino, en contraste con la opinión de aquellos que simplemente lo perciben como un color sin pertenencia a nada ni a nadie.

En la actualidad, el ensayo está definido como género literario, pero en realidad, se reduce a una serie de divagaciones, la mayoría de las veces de aspecto crítico, en las cuales el autor expresa sus reflexiones acerca de un tema determinado, o incluso, sin tema alguno y aunque es un legado de la literatura, también es herencia de la cultura popular, de acuerdo con *Literatura y sociedad* de Souto.

Así pues, esta tarea se conformó con información previa de textos especializados sobre el color, la observación e indagación de campo, y preguntas deliberadas sobre el tema a diferentes personas.

Primero se recopilaron todos los textos posibles que trataran sobre los colores en general, retomando específicamente todo lo referente al color rosa.

Después, observamos la cotidianidad sobre el uso del color rosa, con puntual atención en los hombres.

Además, indagamos deliberadamente, pero siempre documentándonos, sobre los usos y contextos del color rosa, hasta recopilar todo lo necesario para completar el ensayo.

Lo anterior nos hizo dar cuenta de que lo esencial del ensayo es la proyección "de una idea nueva sobre algo que se creía de sobra conocido"¹ Entendiendo que el ensayo habla siempre de algo que tiene ya forma, o de algo que ya ha sido; le es, pues, esencial el no sacar cosas nuevas de una nada vacía, sino sólo ordenar de modo nuevo, las cosas que ya en algún momento han sido vivas, en donde el escritor se dirige a un público no especializado para quien interpreta un tema.

Así pues, en el capítulo 1 se presentan las impresiones y percepciones de los hombres en nuestra sociedad respecto a usar ahora el color rosa que la moda puso también para ellos; capítulo en el que vemos las

¹ SOUTO, Arturo. *El Ensayo*. ANUES. México, 1973 p. 7

contrastantes ideas que los varones tienen respecto al nuevo uso del color rosa hecho para ellos.

El capítulo 2 muestra explícitamente el ensayo de todo lo que observamos sobre *el rosa ya, el rosa hoy* y los contextos en los que mundialmente se usa este color y a qué da significado, así como del uso asexuado que para algunos hombres tiene.

Para complementar este trabajo, hemos considerado también, la explicación de cómo se crea el color físicamente para después, en un proceso fisiológico, ser percibido por el cerebro a través del ojo, creando así en nosotros: experiencias, recuerdos o conceptos como elementos que nos comuniquen algo,

creándose un concepto denotativo y otro connotativo de nuestro referente.

Por ello, el capítulo 3 considera otro punto importante que se refiere a los usos que el color rosa tiene en la psicología, como elemento comunicativo, en la magia, el mito, la religión y el arte, hasta encontrarse con la moda; parteaguas para el sutil uso que hoy también los hombres le dan al color rosa, y cómo es que éste es ya percibido de forma distinta gracias a las nuevas tendencias mundiales.

Finalmente, en el capítulo 4 se expresan los conceptos que sobre el color rosa se encuentran y los símbolos que representa, así como la relación que tiene con las mujeres y lo que para los hombres significa.

Debemos recordar que el ensayo refleja siempre conclusiones de trabajo elaboradas por el autor: ideas, hallazgos, hipótesis. Es pura subjetividad sin ninguna proyección exterior, por lo menos hasta el momento de publicarlo.

Así, pues, *El color rosa. Un ensayo en el que se observan sus contextos y usos*, nos ha permitido experimentar la libertad de escribir sobre un tema que aparentemente no tendría importancia, hasta que en la observación detenida sobre un producto cultural, notamos la necesidad de documentar, de forma simple y familiar para quienes lo lean, esos eventos que nos son ajenos y que sin embargo ya hemos adoptado; posibilidad que solo permite el ensayo, por la flexibilidad que representa para ser empleado.

CAPÍTULO 1: El color rosa en la actualidad**1.1 El color rosa en la sociedad actual
mexicana.**

Visitando un centro comercial, en específico una tienda departamental, le pregunté a un señor en el departamento de "niñas" que acompañaba a su esposa e hijas - ¿qué le parece el color rosa? y me contestó: "mmm... bonito".

Y continué, -¿ya sabe que ahora también los hombres usan ropa color rosa? y sin más soltó una carcajada contestándome: "eso es de *jotos*".

"Pero ya me dijo que el color es bonito" puntualicé; y respondió: -"sí, pero porque lo veo todos los días, tengo dos niñas y su recámara y todas sus cosa son rosas. Además no es que el color sea feo, es que es de mujeres".

Insistí en mis preguntas: "¿Tiene en su guardarropa alguna prenda color rosa? El señor aquel aseguró severo:

-“¿Yooo?, para nada. Mis hijas sí y mi esposa también, por eso sé que es para niñas”. Afirmó: “Mire, vea -dijo señalando alrededor del departamento- “todo aquí está de color rosa, en cambio vea para allá, al departamento de niños, ¿ve algo en rosa?; no, ¿verdad?, entonces el rosa es para niñas no para los hombrecitos”, finalizó.

Y cierto, así, andando en la búsqueda por encontrar todo aquello en donde estuviera presente el color rosa, encontré que en todas las mueblerías y tiendas departamentales, presentan muebles infantiles separados por el color y la decoración, en los de las niñas se

ve, por ejemplo, una recámara pintada y decorada en color rosa, en donde los muebles, colchas y sabanas, tiene dibujos infantilmente femeninos e indiscutiblemente en color rosa.

En cambio, en la habitación que muestra ser para un niño se presenta todo en tonos del color azul.

Por lo anterior acudimos a las tiendas de pintura a preguntar sobre la frecuencia con que la gente compra pintura de color rosa o las cantidades que de esta se vende, y lo que los vendedores nos dijeron no nos sorprendió, pues también dan cuenta de que ahora ya no es sólo una habitación para niñas lo que la gente pinta de rosa, pues la ocupa, también para cualquier otro lugar en su casa o negocio.

En la indagación, también hubo hombres que se mostraron indiferentes ante los cuestionamientos, "ni fu, ni fa" dicen algunos señores con el color rosa; y de esos *ni fu ni fa*, algunos no lo usan; otros... poco.

En fin, de lo anterior, consideramos que hará falta el paso de más generaciones para que el color rosa sea totalmente un color adoptado por nuestra sociedad en general y sin distinción.

1.2 El significado del color rosa en la sociedad mexicana.

Apunta Eulalio Ferrer, el renombrado publicista y comunicólogo: "La amplitud simbólica de los colores está caracterizada por la libertad de elección con todas sus

inevitables contradicciones, conforme a los niveles de cultura y educación, de creencias religiosa o ideológicas, de sexo y de edad, de raza y geografía".¹

Pero hay patrones específicos, como los que la profesora Georgina Ortiz considera como colores de alta permanencia, entre ellos al color rosa como la representación de lo femenino.

Cabe señalar que el color rosa como color convencional (no sujeto al código de la realidad), tiene la capacidad de expresar, significar y provocar una reacción o emoción. Se cree que cuanto más intensa o saturada es la coloración, más cargado está de expresión y emoción.

¹ FERRER, Eulalio. *Los lenguajes del color*. p. 378

En la sociedad mexicana, el arraigo del color rosa y su uso por las mujeres, no es algo que tenga mayor importancia, pues es un hecho que ha existido desde nuestros antepasados.

En cambio, como ya lo hemos visto, el uso del color rosa practicado por hombres, sí causa un poco más de expectación, pues aunque ya es moda entre los hombres, a la cultura mexicana, todavía le hace falta tiempo para adoptarla.

Y es que, como señala Sexe en su texto *Diseño.com*, "la moda transforma el sentido en forma, la moda domestica la realidad".

Por lo anterior, consideramos que, los sujetos que en parte constituyen el mundo social, se insertan siempre en tradiciones

históricas; entonces, los seres humanos forman parte de contextos socio-históricos en donde el color como una significación simbólica o codificación cultural, simplemente puede cambiar de acuerdo a un contexto.

Es decir, el color posee significado propio, capaz de comunicar una idea, no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de las experiencias, sino que también tiene un valor independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente.

Y como dice Gadamer: "es necesario hacernos conscientes de que lo que intentamos en nuestra relación con el mundo y en nuestros esfuerzos creativos, formando o coparticipando

en el juego de las formas, es retener lo fugitivo²

Hay que mantenernos en movimiento jugando y de fiesta, pues de acuerdo con el citado autor, aunque no sea nada conceptual, útil o intencional, el juego es la prescripción de la autonomía del movimiento; pertenece a la esencia de la cultura, es estar en esas tres dimensiones de la realidad cultural que la lleva más allá de lo natural: *el juego, el símbolo y la fiesta.*

citado en: ² SALCEDO AQUINO, J. Alejandro. *Cultura: Paradigmas y Significados* p. 69

1.3 Los hombres mexicanos y su percepción respecto al color rosa.

Como antes lo dijimos, ciertos sectores sociales desechan mensajes culturales, quizá, por contar con un capital simbólico débil.

En el caso de los hombres mexicanos, en su mayoría, todavía no han adoptado sin miedo el uso del color rosa, sin embargo, ya hay quienes hacen uso de este color y, lo que es más, hay a quienes siempre les han gustado las tonalidades del color rosa y el hecho de poderlo usar en ropa no les molesta, lo mejor es que ya lo pueden hacer.

Jerónimo Guerrero es un joven colorista de cine en México, que precisamente disfruta mucho de trabajar con los colores, a él es uno de los hombres que nos acercamos con la intención de saber un poco más sobre el contexto del color

rosa en el cine o la televisión y le sorprendió mucho la casualidad de nuestra indagación por su color favorito.

“¡Me encanta! El color rosa es de mis colores favoritos sino es que el más, siempre me ha gustado y he tenido ropa de este color, bueno cuando yo ya lo usaba no había todavía muchas prendas pero por ejemplo tenía un par de calcetines rosas, sonrío, y no soy *joto* ni nada de eso, ¡el rosa me encanta! Y añade con expresividad: “Con decirte que me casé con un gazne color palo de rosa”. Sonríe asentando: “Nunca he reparado en si es femenino o no, a mí me gusta. Ahora ya tengo una playera por ejemplo y he visto ya muchas más prendas como corbatas y camisas por ejemplo ¿no? y me gusta, yo no uso corbata pero las he visto y me

gustan. Sí, siempre ha sido mi color favorito, me encanta, el color rosa me gusta en todos sus tonos y matices.”

Otra concepción cultural con la que estamos de acuerdo, después de citar lo anterior, es con la del filósofo Raúl Alcalá, quien puntualiza que la cultura se interpreta a partir de la tradición, es decir se trata de símbolos que van manifestándose y transmitiéndose tradicionalmente dentro de una cultura toda vez que la simbolización necesita de la tradición para ser preservada.

Recordemos que los mensajes como formas simbólicas culturales se producen, circulan y reciben en ámbitos sociales complejos contruidos por instituciones.

Finalmente la intencionalidad *persuasiva* también está presente en muchas creaciones populares y de masas.

Se trata de situaciones que identifican a un ser con otro dentro de un mismo contexto, esa identidad se define como la auto imagen o auto percepción de un sujeto en relación con otros tomando en cuenta elementos culturales como creencias, valores e ideologías; comprendiendo que cada individuo tiene una identidad propia y a la vez colectiva.

Diríamos pues, que ese espacio social en el que compiten entre sí agentes sociales, según sus intereses materiales y simbólicos, es definido como el lugar donde suceden relaciones objetivas que pueden ser de alianza o conflicto, de competencia o cooperación y

que son dadas entre oposiciones socialmente definidas.

Por lo anterior, interpreto palabras de Georgina Ortiz, quien diría que un espacio social es en donde ciertos atributos que no se ven pero que son decisivos, constituyen el lugar que tiene tanto lo masculino como lo femenino, pudiendo ser relaciones asimétricas o mecanismos institucionalizados para la producción transmisión y recepción de las formas simbólicas. Así pues se trata de procesos estructurados socialmente.

Debemos recordar que las diversas características de los contextos sociales son constitutivas no sólo de la acción y la interacción sino también de la producción y la recepción de las formas simbólicas.

1.4 La transformación en el uso del color rosa en la sociedad mexicana.

Producir es crear y todo lo que se produce dentro de una sociedad o cultura se transmite hacia las demás generaciones en una forma tradicional como ya lo he citado.

Al igual que en su sentido más general, la producción de formas simbólicas implica el uso de los recursos disponibles y la puesta en práctica de las reglas y esquemas de diversos tipos por parte de individuos situados en determinada posición o posiciones dentro de un campo o institución.

Persuadir también es una forma de comunicar pretendiendo influir sobre los demás poniendo en juego estrategias de manipulación de la forma y contenido de los mensajes.

Este es el caso de cómo la moda, los medios de comunicación y las influencias de afuera, es decir, en este caso de otros países culturalmente distintos al nuestro, han hecho que en la moda masculina ya exista, también, el uso de prendas en color rosa para ellos, pues recordemos que la publicidad usa a los medio para persuadir y la moda no escapa a esto.

“Al recibir e interpretar las formas simbólicas, los individuos participan en un proceso permanente de constitución y reconstitución del significado y este proceso es típicamente parte de lo que puede llamarse la reproducción simbólica de los contextos sociales”³.

³ IBIDEM p.40

Así, la sociedad mexicana ha empezado a percibir al color rosa como un símbolo distinto que no sólo signifique lo femenino; y aunque todavía no se ha adoptado en su totalidad como parte también de lo masculino, la transformación ya comenzó y se espera que en algunos años, dicha concepción, ya esté desmitificada.

CAPÍTULO 2: Un ensayo sobre usos y contextos del color rosa

2.1 El color rosa ya, el color rosa hoy.

Para comenzar con este apartado que aborda el uso que actualmente se le da al color rosa y la transformación que de su percepción ha sufrido, queremos primero, señalar algunos de los simbolismos o expresiones coloquiales que ha adquirido hoy por hoy tan citado color.

Cuando en occidente se refieren a las películas para adultos como "blue movies" (películas azules), en Japón esos films son habitualmente conocidos como "pink movies" (películas rosa), asociándolas con las mujeres y generalmente acarreando una connotación hacia lo femenino, inocente, añorada o a otras cosas suaves como la primavera o las flores.

Las fresitas intentan mostrar el color rosa, por lo que se pueden usar como relación indirecta a lo femenino en anime.

El rosa también posee, en Japón una connotación de sexual. Esto puede ser porque se asocia a "lo rosa" con las mujeres, o por el tono rosado de la piel o el rubor o un sinnúmero de razones.

En España se llama Rosa o del Corazón a los medios informativos (prensa, televisión, etc.) que se centran en eventos sociales y la vida privada de los famosos.

Las novelas románticas son también llamadas novelas rosas. Ese es un color habitual en sus portadas, aunque también lo es en las portadas de ciertas colecciones de novela erótica.

Rosa es el color de la bola de snooker que posee un valor de 6 puntos.

El líder en el Giro de Italia (cycle race) viste una remera rosa (*maglia rosa*); esto representa al color rosa de las páginas del diario italiano *La Gazzetta dello Sport* que financia dicha competencia.

El color rosa, junto con el rojo se utiliza tradicionalmente para indicar territorios gobernados por el Reino Unido o para los miembros de la Mancomunidad Británica de Naciones.

El color rosa, siendo un rojo 'descolorido' sirve algunas veces, de manera despectiva, para describir a un socialista suavizado.

En las tablas de partidos políticos de Portugal, el rosa se usa para representar al Partido Socialista.

Los miembros del Kandersteg International Scout Centre usan el color rosa fuerte en camisas y camisetas como uniforme. Así, han sido nombrados "Pinkies". El color es utilizado porque era el color favorito de BadenPowell o también porque es el único color que no aparece en la bandera nacional, así teniendo un equipo internacional.

Aún así, el color rosa en la actualidad sigue considerado como un color de "feminidad", así mismo como el azul es asociado con la masculinidad.

Recordemos que en la moda de 1918 "Infant's Department" (Departamento de niños), una

publicación industrial, mencionó que el azul es por lo general un color que tiende a ser más aceptado y que al contrario, el rosa demuestra poder y decisión, mientras el color azul es más delicado; según dicha publicación.

De ser así, tendría sentido que los hombres ahora suelen comprar vestimenta rosa, la cual hasta hace poco era considerada tabú, (al menos en Occidente).

Por otro lado, el rosa o rosado, también representa al grupo urbano de rap Dipset (Cam'ron, Juelz Santana, etc.).

El rosa, también está asociado con *gays*, lesbianas y bisexuales, en forma de triángulo rosa, con uno de sus vértices hacia abajo. Este símbolo proviene del símbolo que utilizaban los nazis para identificar a los prisioneros en los

campos de concentración. Los judíos eran forzados a usar una estrella amarilla de David, mientras que los hombres presos con acusaciones de homosexualidad o de actividad sexual con el mismo sexo, eran forzados a usar un triángulo rosa.

Actualmente, el color rosa es usado con orgullo. Un grupo de noticias holandés sobre homosexualidad es llamado nl.roze, "roze" significa "rosa" en holandés.

En Inglaterra, "Pink News" ("Noticias Rosa") es un periódico gay y un servicio de noticias online. En los negocios, un "dólar rosa" se refiere al poder adquisitivo de la comunidad GLBT.

Rosa es el color de la banda por el Día mundial del Cáncer de mama. El color fue elegido por su alta relación con la feminidad.

Ahora sí, veamos cómo ha cambiado o se ha modificado el color rosa en todos su aspectos: simbólicos, físicos, de apreciación, etc.

2.2 Hoy: El color rosa en México y un poquito del mundo.

Caminado por cualquier lugar de nuestra ciudad me dedique a observar por muchos días, y ya lo hago sin querer, a los hombres de todas las edades y de cualquier estrato social, para ver quiénes portaban el color rosa, por lo menos en alguna de sus prendas.

Al principio, es decir ya tiene algunos añitos, no muchos, a lo mejor dos o tres, veía que eran muy pocos los hombres que comenzaban a usar el color rosa, pero sólo en camisas o corbatas, en todos los tonos pero solo en esas prendas.

Supe que la moda en Europa: Milán, Italia, etc., había comenzado desde hacía ya tiempo a integrar para hombres el color rosa.

El tono pastel comenzó por usarse en lugares abiertos, de día, para fiestas en primavera, etc.

El color rosa comenzó a usarse para los hombres, en una temporada de primavera verano y así, ha llegado hasta hoy y en todas las temporadas a muchos otros lugares en el mundo incluido México.

Cierto, el color rosa comenzó a usarse en nuestro país sólo por ejecutivos u hombres que usan traje y corbata, combinando con la camisa el color rosa.

Posteriormente con el tiempo, no paso mucho, los chicos comenzaron a usar el color rosa en camisas, camisetas, sudaderas, sueters y la moda por, supuesto, en ejecutivos continuaba.

Hoy por hoy, el hecho de que los hombres de distintas las edades usen en alguna de sus prendas el color rosa, ya es parte de un común que ha dejado de lado el tabú o prejuicio de ser usado sólo por mujeres.



Lo más interesante de lo que he observado, es que es una edad promedio de entre 15 y 30 años, los hombres que usan sin prejuicio alguno el color rosa, es decir la cuenta que doy, es que para las nuevas generaciones, el uso exclusivo del color rosa para las mujeres ha desaparecido.

Para la mayoría de los hombres de las nuevas generaciones es casi imperceptible que el color rosa haya sido usado anteriormente solo por las damas, ellos, han adaptado y/o adoptado el color rosa como parte de sus prendas sin problema alguno, y lo más gracioso: no les molesta hacerlo, ni hay alguien que se los observe.

Algo es cierto, de los hombres mayores a la muestra de estudio que observamos son pocos,

pero muy pocos los que usan el color rosa, y es que no todos usan traje o corbata y camisa, que son las prendas masculinas que emplean el color rosa, así que son pocos los ejecutivos u hombres mayores, los que usan este color todavía con algo de reserva o mesura.

Los jóvenes no, en el Colegio Montreal se realizó una *kermes* con la finalidad de recabar fondos. Se hicieron diferentes grupos entre los alumnos para que cada uno vendiera algo.

Cada equipo debía uniformarse con playeras de algún color que los diferenciara de los demás quipos y uno de esos quipos usó para sus integrantes el color rosa fresa y se la pusieron.

Fue ahí donde constaté que para los jóvenes, el color rosa estaba ya bastante

integrado al uso masculino, y es que entre los integrantes del equipo, se encontraban tres varones, que sin detenimiento tomaron su playera color rosa y sin pensar en antecedente alguno de haber sido, alguna vez usado sólo por mujeres, se la pusieron sin más.

Es decir, para ellos la diferencia en el usos del color rosa ya no existe, ya no aplica, ni consciente ni inconscientemente.

2.3 La ropa rosa y los demás

Otras camisas de color rosa que los hombres han tenido que usar y creo que no por gusto, hasta fueron noticia.

Camisas de color rosa para reducir la delincuencia, así fue titulada una nota

informativa en Estados Unidos el 26 de Marzo del 2007 de más futbol.

Decía: *El sheriff del condado de Mason, Estados Unidos, aseguró que redujo un 70% la reincidencia de los ex convictos gracias a que adquirió indumentaria de color rosa para los presos. Pero no satisfecho con eso, Clint Low decidió pintar de esa misma tonalidad los barrotes y las paredes de la cárcel y asegura que la reiteración de crímenes y las peleas entre internos han bajado. Además, reconoce que tomó la idea de un sheriff de Arizona, que compró boxers rosas para evitar que los presos se roben la ropa interior.*

Low afirma que lo único que quiere es "detener la reincidencia" y aglutina en una frase la eficacia de su sistema: "no quieren

ponerse los mamelucos". Además, añade que "pueden elegir trabajar afuera o quedarse adentro. Y algunos prefieren quedarse dentro porque no quieren que la gente los vea".

Por otro lado, existe una página en internet llamada *El estilo del buen vestir*, en la cual se dan sugerencias y se consulta todo acerca de la moda para hombres. En este lugar se sugiere al hombre actual usar ropa de colores que vayan de acuerdo al tono de su piel y resulta que en todos los casos se sugiere que lo más apropiado es usar corbata o camisa rosa suave, pero rosa.



También hay otras tantas páginas en donde se preguntan por qué los hombres no visten en su totalidad de color

rosa, es decir, porque no usan pantalones u otras prendas que no sólo sean camisas o corbatas en color rosa, y la respuesta universal coincide, en muchos lugares del mundo: no corresponde al color ni la personalidad de los hombres.

Y es que aunque es cierto que ahora usar el color rosa en algunas prendas, ya no excluye a los hombres, todavía hay quienes se reservan hacerlo. Veamos como comenzó en la moda, pues ha sido la pauta que nos hizo observar el cambio en el uso de dicho color.

Desde los años del 80, existen en la moda los llamados asesores que son quienes sugieren los colores adecuados, clasificándolos dentro de las cuatro estaciones del año. Así, a las personas de piel delicada, ojos azules y

cabello claro, las llaman "primavera" y les sugieren usar prendas oscuras combinada con el rosa *pastel*.

De la misma manera, a las personas "verano" les acomodan prendas de distintos colores o tonos oscuros pero siempre combinando con, estas personas se caracterizan por tener tonos bronceados.

La ropa entre sus múltiples funciones, también permite diferenciar entre lo de uso masculino y lo de uso femenino, entendiendo que las faldas y los vestidos son usados por mujeres, aunque hoy en día, también pueden usar camisa y pantalón; atuendos que comenzaron por ser de uso exclusivo de hombres y que al surgir las revelaciones femeninas, también consiguieron ser usados por ellas.

Finalmente, la moda también llegó a los infantes. Algunos investigadores han afirmado que de 1860 a 1885 los pintores impresionistas, influyeron en el ánimo de las mujeres parisinas, quienes imitaron los colores con que éstos inmortalizaron a sus ninfas acuáticas, entre ellos el rosa. Color que fue desplazado a la moda infantil.

Antes de 1900, a los niños sólo se les vestía de blanco -hasta los cinco años- pero con la llegada de los colores impresionistas las damas vistieron a sus niñas de *rosa bombón* y de ahí todos sus matices.

Después de que la moda también fuera tomada en cuenta para los infantes, la ropa para las niñas comenzó a tomar sus propias tendencias, pues además de caracterizarse por ser de

colores pastel y especialmente de color rosa, la vestimenta comenzó a presentarse cargadas de adornos como moños y holanes o con sutiles y delicados estampados.

Debemos señalar que para que las niñas hagan la elección de sus ropas, deben tener previo conocimiento no sólo de la moda sino de lo que las niñas "bonitas" usan, para ello los medios de comunicación o la publicidad realiza su función persuadiendo a las niñas mostrando lo que una "princesa" como ellas usa.

Entonces, se crean colores *barbie*, *princesa*, *rosita fresita*, etcétera y las niñas tienen que estar a la moda, usando todos los accesorios, juguetes y ropa que estén a la moda, y la moda de las niñas es todo aquello

que esta en tonos de color rosa, así que... hay que estar *in*.

Para ello, las niñas también pueden consultar, por ejemplo barbie.com, una página en internet que al entrar aparece completamente en rosa fuerte, todos los iconos son en color rosa y el ambiente de todo lo que ahí aparezca será siempre en este color.

Ahí encuentran todo sobre moda, accesorios y juegos que tienen que ver todo con el mundo femenino que rodea a la famosa muñeca *barbie*, esa que siempre está a la moda y sabe todo acerca de las chicas *nice* y todo, todo estará siempre en rosa.

Lo anterior permite, sin profundizar en la publicidad, destacar la influencia que ésta tiene sobre el poder de convencimiento en la

decisión de elegir un producto de determinado color.

Y es que actualmente es la publicidad, apoyada de los medios masivos, la que reúne multitud de técnicas de persuasión entre las que destacan los anuncios televisivos y radiofónicos, productos anunciados por personajes famosos; además de dirigirse a los padres para que sean quienes proporcionen a sus hijas el producto -en este caso la ropa, juguetes y accesorios- asegurándoles un estatus y/o que las niñas les hagan los reclamos de lo que pidan.

Ahora las niñas ya no sólo usan vestidos, ellas también pueden portar pantalón y camisas -prendas antes consideradas únicamente para

hombres- siempre y cuando aquellos hagan la diferencia de lo masculino en el color.

Al nacer, un bebé todavía no registra el color en su órgano visual. Tardará en distinguirlo cuando menos seis meses, para entonces ya percibirá el amarillo, el blanco, el **rosa** y el rojo, color que no tardará en convertirse en preferencia receptiva y motora.

Así, partiendo de la moda que fue lo que hizo que los hombres le perdieran el miedo al color de las mujeres y sin prejuicio alguno pudieran hacerlo ellos también, es como procedemos a contextualizar los ámbitos en los que el color rosa se extendió sin límite ni medida, transformando la percepción que de él se ha tenido en nuestra sociedad y cultura.

2.4 ...Y el rosa cambió (en muchos aspectos)

Cierto es que el color rosa ha estado presente siempre y en diferentes ámbitos de la vida y las sociedades, en la cultura y en el arte, pero... ¿cómo se ha transformado su aplicación en el desarrollo de la vida actual?.

Comenzaremos por hablar de nada en particular pero que representa a una élite y es de color rosa: La Pantera Rosa.

El mencionado personaje animado, es uno de los iconos que viene a la cabeza de cualquiera cuando se nombra al citado color y es que aunque nada tiene que ver una feroz pantera con la graciosa pantera rosa, esta representa todo aquello que pueda romper con la apreciación en el concepto del color en cuestión.

Se trata de un personaje que nació de la casualidad de una petición hecha al dibujante *Fritz Freleng* en 1964, para crear un dibujo animado que ocuparía sólo dos minutos en la comedia titulada precisamente "La Pantera Rosa".

El nombre de la película se eligió haciendo referencia al diamante de gran valor que se robaban en el filme. Cuando *Blake Edwards*, director de la película, pidió el encargo, sus únicas directrices de trabajo eran que el personaje fuese gracioso, mudo y de color rosa.

Cuando *Edwards* eligió a este felino de corte aristocrático inglés, pero con un espíritu de los 60, no sabía que el éxito iba ser tal que después de la película tendría que hacer la serie animada, pues el corto tuvo

incluso más éxito que la propia película. Cabe señalar que todos los capítulos de la Pantera Rosa, contienen la palabra "rosa".

Y aunque *La Pantera Rosa* se puede definir como un *gentleman* (caballero con clase) británico, elegante hasta en el último de sus gestos, no es más que una pantera antropomórfica bastante metódica y muda (aunque en 2 episodios habla) (también en la serie de 1993), con una capacidad intelectual muy elevada y con un genio bastante alegre y simpático.



Pero es quizá, su aspecto físico -con la situación de que es de color rosa y muda-, lo que nos hace pensar que se trata de un ser asexual, que lo único que lo hace ser distinto, es su color, pero que sin duda no lo determina como un ser femenino.

Sin embargo deja la duda a todos aquellos que siguen pensando que el rosa caracteriza a lo femenino. Además, nada se sabe de su vida privada, no tiene pareja, no tiene amigos o amigas, no sabemos si su mamá lo consentía mucho o si su papá lo abandonó.

Lo que sí sabemos es que pertenece y representa a la sociedad de la vida en rosa, a aquella que en París dicho color denota lo delicado, sutil y lindo, aunque aun así nada tiene que ver con este personaje animado tan

desafortunado y perseguido, con todo y que el color sí ha sido una característica que lo ha identificado alrededor del mundo.



En resumen, la película fue estrenada el 20 de marzo de 1963 y el dibujo animado de los créditos había llamado tanto la atención que, no mucho después, el 27 de abril de 1963, el dibujo ocupó la portada de la prestigiosa *Time*.

Lo anterior llevó a los productores a plantearse la viabilidad del personaje como dibujo animado independiente de la película, por lo que hicieron un cortometraje de animación con la pantera como protagonista,

titulado *The Pink Phink* que se estreno el 18 de diciembre. Fue todo un éxito y ganó el Oscar al mejor cortometraje animado.

El corto era, en realidad, el capítulo piloto para la serie de animación *La Pantera Rosa (Pink Panther)*.

La vida y el comportamiento del personaje anterior, nos remite imaginarlo, también, dentro de otro ambiente que le vaya bien y, ¿por qué no?, hasta de su color.

Se trata de un lugar en la ciudad de México llamado *la zona rosa*, ese lugar que en el año de 1967, marcado por la inquietud de la década, tocó a una parte de la Colonia Juárez ser denominada Zona Rosa: ni roja ni blanca, pero sí bohemia y recién estrenada para el culto a la juventud.

Sus elegantes recintos habían heredado el oropel de otros tiempos en que los nombres de sus calles eran efectivamente un transplante de la vieja Europa.



En este lugar pudo haberse sentido muy bien Oscar Wilde escribiendo su cuento: *El ruiseñor y la rosa*, o Umberto Eco, un destacado y reconocido escritor que escribió una novela muchas veces galardonada, que precisamente cita en su título el color del que estamos ambientados, llamándola *Nombre de la Rosa* que, aún cuando él señala la forma inesperada de escoger el título de esta novela no tiene mucho

que ver con la flor, más bien se refiere a conceptos aislados o escondidos que algo pueden dejarnos ver.

El nombre de la rosa, es una novela histórica y de misterio de Umberto Eco publicada en 1980.

Según una entrevista realizada a Eco en 2006, *El nombre de la rosa* era el último de los títulos en la lista del escritor, pero todos los que leían la lista decían que *El nombre de la rosa* era el mejor.

El título se le había ocurrido casi por casualidad, y la figura simbólica de la rosa resultaba tan densa y llena de significados que se dice ya casi los ha perdido todos: rosa mística, y como rosa ha vivido lo que viven las rosas, la guerra de las dos rosas, una rosa es

una rosa, los rosacruces, gracias por las espléndidas rosas, rosa fresca toda fragancia.

Para Eco, esa carencia de significado final por el exceso de significados acumulados respondía a su idea de que el título *«debe confundir las ideas, no regimentarlas.»*

"Hace frío en el scriptorium, me duele el pulgar. Dejo este texto, no sé para quién, este texto, que ya no sé de qué habla: stat rosa pristina nomine, nomina nuda tenemus."

Adso de Melk

Al enigma del título se unía el del verso en latín que cerraba la novela:

De la rosa solo queda el nombre desnudo.

Acerca del significado del verso, se dice que es un verso extraído de una obra de Bernardo Morliacense, benedictino del siglo XII que compuso variaciones sobre el tema del *ubi sunt*, añadiéndoles la idea de que de todas las glorias que desaparecen lo único que restan son meros nombres.

La anterior novela se llevó a la pantalla grande y se hizo una adaptación para cine, es decir se realizó una película al igual que otro film que también cita en su título al color rosa y es *La vida en rosa*.

La vida en rosa trata un drama intenso sobre la vida de la célebre cantante francesa Edith Piaf (Marion Cotillard). Nacida en 1915 durante la Gran Guerra, Piaf tuvo una infancia difícil, criada por sus abuelas en condiciones

deplorables hasta que su padre, un acróbata itinerante, se hace cargo de ella.

Los personajes recorren Francia ofreciendo su espectáculo y allí, en las calles, es donde la pequeña Edith empieza a cantar, tenía alrededor de 14 años de edad.

No es sino hasta 1935 que Louis Leplée (Gérard Depardieu), dueño de un cabaret, la descubre y le da la oportunidad de cantar profesionalmente. A partir de aquí la fama de "La Môme" crece hasta convertirse en la cantante más célebre en el ámbito de la música popular francesa.

Comentando con quienes han visto ya esta película, se considera una actuación memorable de Marion Cotillard, haciendo de "La Vie en Rose".

Una cinta absorbente de principio a fin. En la que estremece ver el gran vacío afectivo que acompañó a la artista durante casi toda su vida, aún en los momentos de gloria máxima, en donde los únicos remansos de paz interior son aquellos en los que acude a Santa Teresa de Lisieux o en los que hace oración por su padre.

La narrativa muestra, en paralelo, escenas de la vida presente con retrospectivas de su biografía desde su niñez, lo que puede resultar un poco confuso cuando la pequeña Edith alcanza la edad adulta. El director Dahan plantea con habilidad y sin maniqueísmo la turbulencia de la primera mitad del Siglo XX, en la que transcurrió gran parte de la carrera de Piaf.

Se considera que la vida en rosa está implícita en todo aquello que la artista anhela

vivir y que consigue disfrutar después del sufrimiento al que ha estado expuesta durante su infancia y con la Segunda Guerra Mundial, así que después del horror vivido, todo lo que consigue disfrutar después, será de color rosa.

Así pues, y ya entrados los 70, los colores psicodélicos y brillantes, representaban todo aquello que tuviera que ver con la naturaleza, la libertad y la alegría.

Y si es cierto que el color rosa representa lo femenino y lo femenino se relaciona con lo sutil, el amor y la paz, entonces estaríamos de acuerdo en que para aquellos tiempos históricos sociales, la limousine rosa que transportaba a John Lennon y a su esposa Yoko, cuando promovían hacer la paz y no la guerra, simboliza perfectamente ese

estado de ánimo que produce el color rosa: la tranquilidad y la armonía, así como el contexto en el que se desarrolla; aun cuando para muchos, todavía hoy, ver o usar una limousine rosa, sea horrendo y de mal gusto.



Lo que no es de mal gusto, son todos aquellos cosméticos de marcas carísimas que se venden en el mundo y que también han usado al color rosa en sus líneas.

Tal es el caso de Evelyn Lauder que ha repartido, en más de 15 años, millones de lazos rosas a través de los puntos de venta de las firmas del grupo en más de 40 países, con la campaña *Un mundo sin cáncer de mama* cuyo lema es "Un mundo rosa".



En apoyo a la campaña que Lauder inicio para ayudar a las mujeres con cáncer de mama, se sumo la ***Iluminación de monumentos emblemáticos del mundo***. La idea, que además es hermosa a la vista, comenzó desde el año 2000, cuando monumentos emblemáticos del mundo se

iluminaron de rosa en Octubre, gracias a la iniciativa de Evelyn Lauder.

Esos monumentos que al caer el día encendían sus luces en color rosa resaltando su majestuosidad fueron:

El Empire State Building de Nueva York, el Parlamento Europeo en Bruselas, el Canal de Panamá, el Hotel Hyatt de Dubai, Kensington Palace en Londres, las Cataratas Niagara en Canadá y la TorreTokio en Japón.

Para Octubre del 2007, fueron 200 los monumentos que se iluminaron de rosa en el mundo, entre los cuales cabe destacar el Hotel de Ville de Paris, la Torre de Nelson en Londres o la Torre 101 de Taipei, en Taiwan.



Y si nos situamos en nuestro país, también encontramos marcas publicitarias y personas que aunque no siempre son mujeres, también han usado el color rosa en apoyo a ellas.

Tal es el caso de Voit (marca deportiva) y Pfizer (laboratorio farmacéutico) - siguiendo con las marcas y en la misma frecuencia altruista-, quienes esta vez en el fútbol apoyaron campañas para ayudar a mujeres con cáncer.

Como sabemos, el futbol es uno de los deportes que más aficionados tiene, se trata de un deporte que reúne en la cancha a 9 jugadores que pertenecen a un quipo de 11, son hombres fuertes y dedicados al cuidado de su físico, además de la gran publicidad a la que muchos de ellos se deben, pues su fama y popularidad les permite darse a conocer por otros medios a parte del futbolístico.

Así es, algunos futbolistas representan firmas publicitarias que los hacen aún más famosos y reconocidos por el público, siendo esta la manera en que algunas ligas de futbol y voleybol, en nuestro país también se han sumado a la ayuda de asociaciones que velan por una mejor calidad de vida para las mujeres con cáncer, usando el color rosa.

Voit contribuyó con su ayuda para que en cada juego que se usara un *balón rosa*, las entradas al partido serían donadas a algunas asociaciones, así como con los goles metidos con el balón rosa.



El balón Voit *Tribu rosa Edición Especial*, se usó en un partido oficial de la primera división por los rayos del Necaxa y el balón *Victoria Rosa* que apoyados por Pfizr, Voit y la Femefut, lo usaron varios equipos de la

primera división en el torneo de apertura 2008 en las jornadas de la 11 a la 14.

Vale la pena mencionar que el color rosa ha sido usado por futbolistas desde antes que se aceptara como "unisex"

¡Sí!, también a mi me sorprendió cuando vi a un equipo de futbol vistiendo un uniforme color rosa, nada importante, los porteros siempre han vestido uniformes con colores chillantes, psicodélicos y contrastantes.

Pero más bien parece que el hecho de que un equipo entero lo haya usado, fue un



puro y vil accidente -aunque el equipo en cuestión uso uniforme rosa en 1903, su primer uniforme-.

Se trata del Juventus, un equipo europeo del que se sabe, el uniforme original que se le conocía -en su época contemporánea- , era uno de rayas negras y blancas, solo que el hecho de que después tuvieran que usar uno de color rosa, se debe a un error en el cargamento de uniformes de Gran Bretaña, ya que equivocó el pedido de los uniformes rosas por rayados, y así es como nacen los colores que dominarían el CALCIO hasta hoy en día.

Y aunque no recuerdo de inmediato si el primer equipo en usar el rosa en su uniforme fue el Juventus, el caso es que poco después se pudo ver a otros tantos usando el tan citado

color, y que por cierto si los consultan en internet, se encuentran señalados como *Los uniformes mas pinches feos*, -claro en la expresión florida de los mexicanos- a lo que otro sugiere: *"¿Y cuál es el pedo por usar uniformes rosas?, Juventus o el Marsella los han usado siempre y nadie lo ha hecho lío, pinches prejuicios que nos cargamos..."*



Cierto, pueden ser prejuicios, pero como ya lo hemos señalado sólo por algunos hombres de nuestra sociedad, pues aun no se acostumbran a ver a otros hombres portando el rosa, y es que

aunque ya sea más común, todavía hay quienes sugieren que eso es de gays. Aunque debemos recordar que el color rosa no es precisamente el color que los representa, o no siempre. Los gays no portan el rosa como un estandarte, pues aun entre dicho "género" también hay a quienes no les gusta el color y la bandera con la militan es la de un arco iris.

Siguiendo con varones fuertes y deportistas, citaremos a los rudos rudos rudísimos rudos luchadores; esos que han sido calificados por las mujeres como machos y fuertes, esos que con todo y todo...también usan máscaras rosas.

Sí. La lucha libre es una disciplina dentro del deporte y el entretenimiento en nuestra

sociedad que ha tenido por muchos años adeptos y seguidores asiduos que se reflejan en esos personajes llenos de fuerza que tiene grandes y musculosos cuerpos, capaces de hacer volar a los contrincantes por el aire y partirles la cabeza; o hacer que pierdan la máscara o la cabellera.



Esos super hombres, hoy por hoy, también muestran su gusto por lo controversial, y ¿por qué no? de color femenino. Ellos portan también en el mayor de sus símbolos el color rosa, en

eso que los caracteriza y diferencia de todos: sus mascararas.

Sí, los *Villanos* y a veces el *Místico*, son luchadores mexicanos que usan mascararas de color rosa, no, no es que sean afeminados, la lucha libre también se caracteriza por ser folklórica y estos personajes, en ocasiones usan máscara de color rosa.

Todo comenzó cuando los *Villanos*, antes de llamarse *Villanos*, se nombraban los Panteras Rosas, lo demás está por demás decirlo.

Ahora, y desde que se le perdió el miedo a que los hombres lo usaran, los luchadores lo usan y aunque el diseño de sus respectivas mascararas no cambia, el color sí puede tornarse rosado.

De hecho, hay quienes han peleado por apoyar campañas contra el cáncer de mama, donando los fondos de la pelea con la que se presentaron en máscara rosa, para las fundaciones que realizan estos movimientos de beneficio social, esto también nos hace ver que los rudos o técnicos, también luchan por causas nobles.

Lo anterior, nos confirma que el color rosa ahora no tiene nada que ver únicamente con las mujeres; ya no es como en el tiempo de las abuelitas, en el que cuando las niñas nacían todos sus regalos eran vestidos de color rosa, y el cuarto de la nena había que pintarlo del mismo color; ¡aah! y los moños y diademas para la cabeza: también de rosa.

En cambio, si el que nacía era un varón: "¡por favor el rosa no!, ni que fuera *joto*, nada de color rosa, el azul, ese sí, ese simboliza perfectamente al niño".

Ya más para acá, las fiestas de cumpleaños para niña, no cambiaban: el pastel de color rosa, los adornos también, y de nuevo, los regalos : de color rosa.

Más tarde, en mis tiempos de "CCH", la moda eran los colores pastel. ¿qué tal el rosita?, entonces ya podíamos usar hasta tenis y zapatos de colores varios, y ahí estaba el rosa en todo su esplendor. Además representaba lo fresa, lo *nice*, lo *in..* ¡Ahh! cómo nos gustaba el rosa a las chicas.

Pero el tiempo pasó y el rosa nunca dejó de estar a la moda, sólo que hoy como lo hemos

venido señalando, ya lo podemos ver más en una variedad que ha llamado la atención de propios y ajenos. Y es que ahora ya vemos a *machines* usando el color "afeminado", o por lo menos eso es lo que muchos otros creen.

Y de verdad, son tantos ya los hombres que usan el color rosa que las diferencias antes existentes para usarlo, se han ido desvaneciendo gracias a la equidad de género y la moda.

Y es, precisamente, la equidad de género la que hace que ahora los hombres ya también se metan la cocina.

Eco (línea de cocina) es otra de las marcas que también ayuda a mujeres con cáncer de mama -que por cierto también se unió a *voit* para apoyar a la asociación Cima -, y creó *Línea*

rosa, una batería de cocina y accesorios en color rosa, con la finalidad de que todo lo recaudado con sus ventas destinara el 10% a instituciones que ayudan a mujeres con cáncer de mama.



Así pues, es claro que para contextualizar un elemento tan femenino como las mamas, estos sean ejemplo de cómo es que en la sociedad, culturalmente, el color rosa sigue siendo un signo asociado a las mujeres.

Pero, queremos darle espacio, aunque sea breve, a este otro símbolo deportivo que también tuvo su momento rosa.

Se trata del béisbol de las grandes ligas en Estados Unidos, lo que también contribuyó a esta tarea para ser referido porque tampoco es de su uso común el color rosa -además los bates me encantaron-.



Los bates rosados fueron usados el Día de las Madres (mayo 10 del 2006) para ayudar a las mujeres con cáncer de seno).

Las Grandes Ligas dieron su permiso para que los jugadores pudieran usar los coloridos bates -- de color rosa bebé -- como parte de un programa que duró toda la semana para levantar

fondos para la Fundación contra el Cáncer de Seno *Susan G. Komen*.

Junto con los bates rosa, los jugadores y todo el personal de campo llevaron muñequeras y una cinta rosa en sus uniformes, para crear conciencia del problema del cáncer de seno. La cinta rosa también apareció en las bases y en los platos conmemorativos que se usaron ese día, y las alineaciones de cada equipo se hicieron en tarjetas color rosa.

Los bates, junto con los platos y las alineaciones, fueron autografiados por los equipos y luego subastados, y lo recaudado será donado a la Fundación.

Quise referirlo porque lo femenino, inminentemente, también se relaciona con la madre, la *jefa* de familia.

Por eso, otro hecho del que damos cuenta, se relaciona con el color rosa y lo femenino que representa a las madres.

Es el nuevo *look*, o cambio de color, que se le dio al logotipo del DIF Estado de México, y a todo las circulares o propagandas que hacen gira socialmente, después de tener un color azul oscuro.

Se trata de el nuevo color -rosa- que la primera dama de Naucalpan decidido para recordar que son las madres de familia, quienes en su mayoría, son las que se preocupan por los asuntos en la familia y todo lo que a ella concierne, que son la mujeres quienes mas se preocupan por el bienestar familiar y/o de sus hijos.



Es por ello que observamos la característica del color rosa como la representación, presencia y fuerza femenina en el núcleo básico de la sociedad como lo es familia.

De esta manera podría seguir comparando todo aquello que hace alusión a las mujeres y siempre encontraremos el color rosa junto ellas.

Pero la real intención de este ensayo es sacar del contexto femenino al color rosa y relacionarlo con algo más. Por ejemplo: la famosa bachata rosa.

La *bachata rosa* es un género musical popular en República Dominicana. Se toca con guitarras y percusión (bongó y maracas, entre otros instrumentos). Los temas de casi todas las totalidades de las bachatas, giran alrededor del amor, la traición, los celos, y

de la desesperación que a menudo resulta de todo este lío de emociones.

A la bachata también se le conoce como "canción de amargue", por razones obvias. No hay que decir que "Bachata rosa" es una versión refinada, perfumada y suavizada del producto original, pero finalmente tiene que ver con los más profundos sentimientos y una vez más haríamos referencia a los sentimientos del corazón que representa el color rosa.

Y que tal otra canción que también hace referencia al ya tan recurrido color, del grupo de unos jóvenes artistas mexicanos que en esta canción sugiere el comportamiento delicado y sutil de la mujer como una *Rosa pastel*.

Así, con todo lo anterior, damos cuenta de que aún cuando siguiéramos buscando más

elementos rosas y estos aparecieran, siempre estarían relacionados a lo femenino, pero hoy por hoy, ya no se hace exclusivo del género, pues ya es compartido por hombres y mujeres en un mundo globalizado y con equidad de género.

Pero veamos cómo esto, es producido por percepciones en nuestro cerebro en las que, además influyen, como ya se mencionó, los contextos en los que nos encontremos y la propia historia.

CAPÍTULO 3: La Percepción del color

3.1 El color

Se dice que cada uno de nosotros tiene diferentes asociaciones al color. "El simbolismo personal del color, influido por la edad, el sexo, el carácter y la experiencia, a menudo puede deducirse tomando nota de nuestras preferencias habituales sobre los colores no funcionales"⁴ -aparentemente-, como la ropa o accesorios que preferimos y que más usamos.

Señalé "aparentemente", porque en realidad todo lo que vemos nos comunica algo, o nos transmite algo; lo que es más, puede provocarnos ciertas sensaciones, solo que como es cotidiano para nosotros, pareciera que es no tiene función alguna.

⁴BERRY,Susan.*Diseno y Color*. p.134

Los comunicólogos argumentan que el color es un lenguaje arbitrario que tiene relación con otros elementos para comunicar algo una vez que ha sido recibido.

Sin embargo, yo considero que la relación entre sensación y color resulta totalmente personal y subjetiva aún cuando cada uno de nosotros es influido por los colores en cualquiera de sus estados.

Y así es, cuántas veces no nos pasa que ver, oler, escuchar o tocar algo, nos remite a un recuerdo, a una sensación y por lo tanto a una vivencia, y nos sucede porque es real, muy subjetiva pero una realidad que nos comunica... lo que sea.

Para aclarar un poco más la forma en que percibimos los colores y en este caso el rosa,

veamos como sucede el proceso del color en el ser humano.

3.2 El color desde el punto de vista físico

Desde el punto de vista físico, el color es un fenómeno de la luz o de la visión; en donde la luz es una porción de energía que el sol irradia constantemente. Cada rayo de luz que nos llega del sol en forma de luz blanca se descompone en un espectro visible.

Este fenómeno está asociado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético reconocido como algo semejante a un arco iris -en este orden: violeta, azul, verde, amarillo, anaranjado y rojo- que se produce al dividir la luz blanca en sus colores constituyentes.

Lo anterior fue observado por Isaac Newton (matemático y físico británico), él se basó en un prisma en el cual reconoció los siete colores que ya citamos, dando la primera explicación correcta del fenómeno en 1666.

Actualmente, los métodos utilizados para especificar los colores se encuadran en la especialidad llamada colorimetría, que consiste en medidas científicas precisas basadas en las longitudes de onda de tres colores: rojo, verde y azul, resultando de la mezcla de estos los el amarillo, naranja y violeta, y sucesivamente los complementarios.

Dicho lo anterior, me doy cuenta entonces que los colores como los números en matemáticas son infinitos, pues entre cada uno de los

colores existen combinaciones que hacen de estos una gama infinita.

Así pues, todos los objetos tienen la propiedad de absorber y reflejar ciertas radiaciones electromagnéticas, que según entiendo, dependiendo de la superficie del objeto, es lo que le da el color que nosotros aparentemente vemos o del color que creemos es ese objeto.

Pero ¿qué tal si en realidad ese objeto no es del color que creemos?, entonces estaríamos ante una dimensión platónica, en esa parte donde se cree que podemos estar percibiendo algo totalmente distinto a lo que perciben los demás aún cuando nos encontremos en presencia del mismo objeto, pero en fin, ahora pasemos a

la explicación de cómo es que se forma la luz y entender lo dicho.

La mayoría de los colores que experimentamos normalmente son mezclas de longitudes de onda que provienen de la absorción parcial de la luz blanca.

Casi todos los objetos deben su color a los filtros, pigmentos o pinturas, que absorben determinadas longitudes de onda de la luz blanca y reflejan o transmiten las demás; estas longitudes de onda reflejadas o transmitidas son las que producen la sensación de color, que se conoce como color pigmento.

Los distintos colores de luz tienen en común el ser radiaciones electromagnéticas que se desplazan con la misma velocidad, aproximadamente 300.000 kilómetros por segundo.

Se diferencian en su frecuencia y longitud de onda (la frecuencia es igual a la velocidad de la luz dividida entre la longitud de onda).

Dos rayos de luz con la misma longitud de onda tienen la misma frecuencia y el mismo color, así la luz blanca es la suma de todas estas vibraciones cuando sus intensidades son aproximadamente iguales.

Esto me recuerda a un experimento o trabajo realizado en la materia de artes plásticas, que si lo recuerdan y lo hicieron, en primaria o secundaria, se hace. Se pinta un círculo de cartulina blanca dividido en siete fracciones con los colores del arco iris, para comprobar que la suma de todos los colores forman el blanco.

Es decir, el experimento constaba de cortar un círculo en cartón, dividirlo en siete y pintar cada fracción con un color. Así estaba los primarios y los secundarios.

El círculo se atraviesa con un hilo que cuando se tensa y se afloja haciéndolo girar, toma fuerza y lo único que se ve es el color blanco, o la suma de los colores, pues no se ve ni la separación de ninguno de los colores divididos, todo el círculo es blanco.

Entonces, si el blanco equivale a todos los colores, entenderemos que el negro es la ausencia del color. Es decir, el negro no es un color, pues no representa a ninguno de estos... ¿no?

Así pues, el color de la luz con una única longitud de onda o una banda estrecha de longitudes de onda se conoce como color puro*

En la sustracción, señala Küpers en su libro *Fundamentos de la teoría de los colores*, se intenta simular técnicamente la forma de trabajo del órgano visual y es el principio que constituye la base de la televisión en color, mientras que la adición del color es la reproducción de un color cualquiera, mezclando cantidades adecuadas de rojo, azul y verde.

Cabe señalar que esta es una de las formas como se producen las imágenes.

Color + luz = tonalidad de colores claros

Con el nombre de síntesis sustractiva (SiSus) se designa el intento técnico dirigido

* Colores puros son aquellos que no tienen ni blanco ni negro en su composición.

a simular la forma de trabajo del órgano de la vista.

Color sustractivo - luz = tonalidad de colores oscuros.

De la misma forma existe una síntesis partitiva también llamada óptica, que resulta de la luz que refleja un objeto hacia el ojo como medida proporcional que emite la superficie coloreada, resultado de todos los colores mezclados.

Colores claros / oscuros +/- luz = todos los colores.

A sí pues, ahora nos remitiremos a la síntesis aditiva por ser la que aplica a la tonalidad (mezcla, gama) del color rosa, pues recordemos que "el flujo luminoso emitido por un objeto en dirección al ojo y el color

mezclado formado por adición es siempre más claro”⁵.

Rojo + blanco(luz)= rosa

En este caso se trata de uno de los colores básicos: el rojo con una adición de luz que forma el color rosa.

Una vez que ya hemos visto cómo sucede el color físicamente, ahora quiero explicar lo que pasa en nuestro cerebro cuando vemos cualquier color.

3. 3 El color desde el punto de vista fisiológico

Desde el punto de vista fisiológico se dice que “los ojos desempeñan un papel particularmente importante dentro del sistema

⁵ ORTIZ HERNÁNDEZ, Georgina. *El significado de los colores*. p.32

receptor ya que proporcionan al sistema central información precisa acerca de las condiciones que le rodean”⁶

Por ello la percepción del color es una sensación que experimentamos los seres humanos y algunos animales por medio de un complejo proceso neurofisiológico.

El órgano que efectúa el proceso de la visión es el cerebro; la función del ojo es traducir las vibraciones electromagnéticas de la luz en un determinado tipo de impulsos nerviosos que se transmiten al cerebro.

Apoyando lo dicho, quiero citar a Edwin Herbert Land, físico estadounidense e inventor del sistema de fotografía instantánea quien demostró los cálculos enormemente complejos que

⁶ IBIDEM. p.45

lleva a cabo el 'retinex' (como llamó Land al sistema formado por la retina del ojo y el córtex cerebral) para lograr la constancia de color.

Así, el ojo y el cerebro también pueden reconstruir los colores a partir de una información muy limitada, pues el color depende, en parte, de la longitud o longitudes de onda de las ondas luminosas incidentes, que pueden ser simples o compuestas y en parte del estado del propio del ojo.

La estructura del ojo humano tiene mucho que ver. Se trata de una esfera hueca cuya pared está constituida por tres capas: esclerótica, coroides y retina. La primera es una membrana opaca y fibrosa cubierta por la cornea en donde la corioide se transforma en

iris. A todo ello también contribuyen los componentes del ojo.

La retina hace la función de un espejo para comunicar las imágenes al cerebro por medio de un nervio óptico que recoge las transmisiones de fibras nerviosas o elementos sensibles que en ella se agrupan, como lo son los bastones y los conos.

Los primeros sólo responden a la baja intensidad de la luz, por el contrario, los conos intervienen en la absorción de mayor cantidad de luz y así en la percepción del color.

Por su parte, la pupila controla la cantidad de luz que entra en el ojo que se dilata y se contrae con este fin.

La córnea y el cristalino, cuya configuración está ajustada por el cuerpo ciliar, enfoca la luz sobre la retina, donde unos receptores la convierten en señales nerviosas que pasan al cerebro.

Así pues, la visión está relacionada en especial con la percepción del color, la forma, la distancia y las imágenes en tres dimensiones.

Pero, ya tanto he citado al color como elemento comunicativo y como ese algo que representa ciertas cosas, que ahora considero necesario señalar cómo es que sucede eso que nos transmite, así que a continuación lo explico.

3.4 El color como elemento comunicante

Si hablamos del color como elemento comunicante empezaremos por decir que comunicar significa la interacción entre dos o más elementos, en donde existen un actor(es) que emite(n) el mensaje y otro(s) que es (son) quien(es) lo recibe(n). Se trata de un emisor y un receptor.

Comunicar, citaría Sexe en *Diseño.com*, es hacer a otro participe de lo que uno tiene; es tener correspondencia de las personas o las cosas entre sí. Y de acuerdo con este concepto, es en donde cabe la relación de correspondencia en nuestra sociedad de lo femenino y el color rosa.

Entonces, un modelo lineal de comunicación funcionalista señalaría que la comunicación es así:

EMISOR → MENSAJE → RECEPTOR

Dicho lo anterior, y para comprender cómo es que el color actúa como un elemento comunicativo, es necesario saber cómo se comunica la información de un mensaje.

De acuerdo con la autora mexicana, Georgina Ortiz, la comunicación puede clasificarse en:

a) *personal y directa*, que es en donde se permite mayor interrelación entre los comunicantes.

b) la que se da en grandes grupos o *masas*, en donde incluso se corre el riesgo de perder la intención exacta del mensaje.

De cualquier forma, todavía se espera saber cómo es que el ser humano puede descifrar y comprender los signos o elementos que le llegan de manera audiovisual, porque de acuerdo con un código común, el hombre está acostumbrado a entender el lenguaje verbal, puesto que conoce las reglas que lo rigen y no se cuestiona sobre ello, aún cuando el mensaje verbal sea más importante cuantitativamente y en ocasiones hasta lleno de más expresiones.

He de recordar que las formas simbólicas manifiestan aspectos intencionales convencionales, estructurales referenciales y contextuales.

Es decir, se producen por un sujeto que se quiere comunicar con otros, entonces implica reglas y códigos convencionales de varios

tipos, que constan de una estructura articulada de elementos relacionados entre sí, que se refieren a objetos externos y dicen algo de ellos para finalmente hallarse inmersos en contextos y procesos sociales históricamente específicos.

Ejemplo: los adornos en color rosa de una fiesta, nos comunican que se trata del festejo a una niña.

Este es el caso de lo que hoy me ocupa: el uso del color rosa en nuestra sociedad.

Y es que precisamente quiero señalar la forma simbólica que tiene el color rosa en nuestra sociedad, con la intencionalidad convencional de ser usado por tantos años sólo por mujeres, pero que hoy por hoy la forma simbólica o convencional ya cambió, pues no

sólo es usado por mujeres, también los hombres han empezado a hacerlo, es decir a hacer uso del color rosa como parte también de lo masculino.

Se trata pues, de acción e interacción, de producción y reproducción en donde también los medios masivos de comunicación juegan un papel importante pues introducen un enfoque tripartito que distingue el momento de la producción/ transmisión, el momento de la construcción de mensajes y el momento de la recepción/ apropiación.

Aquí entra la moda. Sí, si los hombres de nuestra sociedad ahora han comenzado a usar el color rosa en su ropa, se debe a que se volvió moda para los hombres usar el rosa, y aquí quiero recordar una frase del poeta Chales

Baudelaire cuando dice que "el vestido, más allá de proteger el cuerpo y salvaguarda el pudor, es identidad y que la moda es fiebre por las novedades, celebración del individuo, ímpetu por lo efímero...". Es, a lo que el poeta llamó: *el continuo deseo de la belleza*; todos, emblemas de la modernidad.

Y es aquí, también, en donde considero citar la importancia de saber por qué el color rosa ha sido reconocido y adoptado como el color de las mujeres, de lo femenino, de lo cursi, de lo débil o de lo que se quiera, siempre que represente a "las niñas", lo que da pues un significante y un significado dentro de nuestra sociedad.

El signo consta de un significante y un significado; la relación que existe entre ambos

es arbitraria y los dos dependen de una amplia red de diferencias por experiencias de cada persona.

Respecto al color rosa, su signo es que representa lo delicado y sutil de lo femenino y está relacionado con otros signos, con base en una serie de reglas convencionales que la misma gente y las culturas han determinado (relación de formalidad entre los signos)

Más adelante abordaremos de lleno el origen del color rosa y sus aplicaciones, mientras recordemos un poco de la historia relacionada con este color.

Desde la antigüedad, los colores blanco y azul han sido asociados a lo masculino por sus connotaciones celestes y espirituales, mientras

que el rojo, el violeta y el rosa simbolizaban lo femenino, la sangre, lo terrenal.

Sin embargo, el color rosa hoy en día es utilizado por hombres y mujeres en ropa, mientras, todavía para los años 60's era un color "exclusivo" de las mujeres.

Por ello, se considera que el color rosa solo puede ser portado por las mujeres, o por lo menos, en algunos casos, es mejor visto que así suceda.

Sin embargo, el rosa es un color como todos los que existen natural o artificialmente, sólo que se la han atribuido significados como: lo suave o dulce en el carácter de las mujeres o la tranquilidad y buen humor que nos puede producir al verlo.

Por eso, la intención de este ensayo, es saber lo que representa o significa para nuestra sociedad el color rosa, ahora que ha comenzado a ser usado por nuestros vecinos, amigos parientes, etcétera, al relacionarse con ropa de color rosa, de acuerdo con sus experiencias con dicho color.

Recordando que la cultura es una construcción simbólica significativa que requiere una interpretación; cabe señalar que la psicología, sustentada por la semántica, estudia qué proceso mental supone la comprensión y cómo identifica la gente la adquisición de un significado.

Se puede decir que al referirnos al "lenguaje de los colores" significa que éstos no sólo se supeditan a representar la realidad

en una imagen, sino que también pueden hablar; es decir, comunicar algo.

Cada color es un signo que posee su propio significado. Así, el color rosa presenta a las niñas y no a los niños, pues son ellas quienes usan todos los accesorios ropa y juguetes de color rosa.

De esta forma el color rosa indica las relaciones formales que existen entre los elementos que conforman un signo: rosa = niña.

Cada signo que se interpreta tiene una condición de verdad —una condición que hay que encontrar para que el signo sea verdadero— confirmar que es cierto que las niñas se identifican con el color rosa.

No podemos negar que la percepción del color o sus significados se sustentan en

asociaciones distintas, subjetivas y poco concretas.

Sin embargo quienes usan el color para comunicar algo, lo que desean es conocer el efecto que el color ejerce sobre los receptores "no obstante la carencia de estudios, se han aceptado algunos significados, sobre todo aquellos otorgados a los colores cuando estos se asocian de manera directa con objetos o fenómenos naturales"⁷

De aquí que, aún cuando universalmente el signo represente algo, el nombre que se le da sea arbitrario de acuerdo al contexto cultural en el que se presente.

Se trata pues, de un *significado denotativo* que señala la referencia inmediata que el

⁷ ORTIZ HERNÁNDEZ, Georgina. *El significado de los colores* p.78

código asigna a un término en una cultura determinada llamada referente del signo. Pero... veamos ¿qué es denotativo?

3.5 Significado denotativo y connotativo del color rosa

Antes de citar el significado que el color rosa tiene cuando nos referimos a él, considero necesario partir, primero, del origen de su nombre por la razón a la que hacemos referencia.

Etimológicamente, en español —y para otras lenguas romances también—, el término "rosa" proviene directamente y sin cambios del latín **rosa**, con el significado que conocemos: "la rosa" o "la flor del rosal"; devenido del vocablo previo **rodia** (ródja).

A partir del griego antiguo se alude el posible significado de *rhódon* como "efluvio oloroso", "lo que es fragante", o "lo que desprende olor"; originado como término compuesto: por **ροή** (roí) "flujo" + **οδμή** (odmí) "fragancia, olor".

Denotar es la referencia inmediata que un término o mensaje provoca en cada uno de nosotros. Es decir, se trata del significado inmediato, textual de un signo o enunciado de algo que ya conocemos o con lo que estamos familiarizados.

Respecto al color, lo **denotativo** sucede cuando está siendo utilizado como representación de una figura, entonces el color rosa se representa, denotativamente, en la habitación rosa de una niña, en su vestido y

accesorios del mismo color; o en un enorme jardín repleto de flores que llevan el mismo nombre del color "rosa".

Por otro lado, existe la connotación, que es aquello que nos remite a una experiencia, ya sea realizada en forma personal o en grupo y a la relación que tenemos con nuestra sociedad. Depende también, de cómo percibimos nuestra realidad.

Así pues, la connotación depende directamente de nuestro marco de referencia relacionado con la sociedad.

Es decir, el *significado connotativo*, es todo aquello que representa lo subjetivo de nuestro contexto, la apreciación que cada quien le quiera dar a lo que percibe, de acuerdo a su forma o función.

Todo tiene que ver con las experiencias de un ser único e irrepetible, tanto como ellas.

Así, la connotación del color es psicológica, por lo simbólico o estético, que suscita un cierto clima y corresponden a amplias subjetividades. Por **ejemplo:** una niña dentro de aquella recamara todo en color rosa, siente paz, tranquilidad, quizá desgano pero alegría.

En su concepto, la referencia del color rosa es que es femenino y no masculino. Emocionalmente, mantiene relación con el objeto sólo que hay una intención acumulada de sentimientos y disposición de ánimo, los sentimientos están ligados a la expresión.

Ejemplo: el color rosa transmite tranquilidad.

En todo esto hay una parte intuitiva que se basa en la realidad y revive objetos, situaciones, caracteres distintos a los que describe la ciencia, lo importante es la palabra en relación con lo que se señala, lo que se quiere decir o lo que significa con ella cuando se define algún objeto.

Ejemplo: el color rosa es delicado.

A todo lo anterior agrego que los colores influyen sobre el ser humano y sus efectos, tanto de carácter fisiológico como psicológico, pues interviene en la vida creando tristeza o alegría, exaltación o depresión, actividad o pasividad, calor o frío, equilibrio o desequilibrio, orden o desorden, etcétera.

3.6 Uso del color rosa en diferentes ámbitos

Psicológicamente, los colores son todas aquellas impresiones que surgen del ambiente llevándonos así a un estado que puede ser de calma, de plenitud o de violencia y opresión.

La psicología del color fue estudiada por Goethe, un científico y artista alemán, que en 1810, examinó ampliamente el efecto del color sobre los individuos, demostrando que cada dimensión del color está relacionada con reacciones distintas.

Por ejemplo, cuando más se satura un color, mayor es la impresión de que un objeto está en movimiento. Cuando más brillante es el color, la impresión es de que el objeto se encuentra más cerca de lo que en realidad está.

Hasta aquí, sabemos que el color rosa significa lo femenino, pero se cree que las mujeres prefieren el color rosa por motivos biológicos y no culturales, según un estudio.

La Universidad de Newcastle (Reino Unido), presentó en el 2007, una investigación en donde se dedujo que en general, el color favorito tanto de hombres como de mujeres es el azul. Sin embargo, dicho estudio sugiere que la mujer afinó su percepción durante la prehistoria, para identificar los frutos maduros.

Según el resultado publicado en la revista Current Biology, los autores del estudio se valieron de una prueba muy sencilla: pidieron a 208 hombres y mujeres jóvenes que seleccionaran lo más rápidamente posible su

color preferido entre una serie de rectángulos coloreados que se les presentaban por parejas.

Para descartar que en la elección influyese el tema cultural, entre la mayoría de voluntarios británicos se incluyó a 37 personas de origen chino que habían llegado recientemente a Reino Unido.

Según los investigadores, el color favorito universal para todos parecía ser el azul. Sin embargo, las mujeres tenían una preferencia por la parte final de rojos del eje rojo-verde y esto cambiaba su preferencia de colores ligeramente del azul al rojo, lo que tiende a convertir en los colores preferidos los rosas y lilas.

La diferencia era tal que los autores eran capaces de adivinar si el participante había

sido hombre o mujer al analizar sus preferencias.

Al estudio también lo llamaron Cazadores *versus* recolectoras. La explicación de esta diferencia en la preferencia cromática podría proceder, según los autores del trabajo, de la época en la que los humanos eran cazadores y las mujeres recolectoras, de manera que éstas tenían necesidad de identificar los frutos maduros, normalmente de un color rojizo, de lo que dedujeron: "la preferencia femenina se eleva considerablemente en la zona de los rojizos-morados y decae rápidamente en la zona de los verdes-amarillos, mientras que los hombres se inclinan hacia los azules y verdes, aunque de manera menos pronunciada".

La evolución podría haber llevado a las mujeres a preferir los colores rojizos, como las frutas rojizas o las caras rojizas saludables. La cultura podría aprovechar y aumentar esta preferencia femenina natural", explica Anya Hurlbert, directora del estudio, y concluye: "Las mujeres 'se preocupan' más por los colores".

Esta dicotomía se daba también entre los voluntarios chinos, lo que lleva a pensar que "las diferencias surgieron de las especializaciones funcionales en la división evolutiva de las tareas", señala el trabajo de 'Current Biology'.

Entonces podíamos decir, que las mujeres habrían afinado mucho más los cambios en la

percepción de colores que ha ido experimentando el ser humano en ciertas destrezas.

¿Ya ven? un punto más para nosotras en aquello de la evolución, el desarrollo y la inteligencia, ¿qué tal?

Dicho lo anterior, y no lo negarán, los colores pueden producir impresiones, sensaciones y reflejos sensoriales de gran importancia, porque cada uno de ellos tiene una vibración determinada en nuestros sentidos y puede actuar como estimulante o perturbador en la emotividad, en la conciencia y en nuestros impulsos y deseos.

Así, se cree que el color rosa, es una tonalidad que produce un estado de pasividad que se asocia con el llamado "sexo débil", lo femenino y en general, con un buen sentimiento.

Entonces, el color rosa coloca a las personas en un estado de alegría y tranquilidad inspirándolas a lo romántico, dulce y agradable de una situación. Eso dicen.

De esta forma, los colores, por medio de nuestros ojos y el cerebro, hacen penetrar hacia todo el cuerpo distintas ondas con diferentes potencias que actúan en los centros nerviosos, de tal manera que logran modificar, no sólo las funciones orgánicas, sino también las actividades sensoriales, emotivas, afectivas y en general nuestro carácter.

De tal modo, según algunas prácticas, por los colores se pueden descubrir la determinación psicológica de cualquier persona.

Así, como ya señalé antes, social o culturalmente, el color rosa representa a las

mujeres, o por lo menos ese es el juicio que tenemos de acuerdo a nuestros sentimientos que se asocian también a nuestra personalidad ya que en la vida real y cotidiana el color nunca nos representa una sola cosa puesto que tiene que ver con la reacción entre nuestras emociones y experiencias que, incluso, pueden estar cambiando.

Con lo anterior, podemos comentar sobre pruebas realizadas a personas que contextualizan en el color rosa, es decir, que los ponen en un ambiente todo en tonos rosas y se observa como las personas, aun siendo hombres, se vuelven sutiles ante el ambiente, es decir, el rosa sensibiliza a las personas cuando han permanecido por algún tiempo en contacto con dicho color.

También existen **mitos** que narran, describen y retratan, en lenguaje simbólico, el origen de los elementos y supuestos básicos de una civilización o cultura.

Los mitos surgieron de la necesidad del hombre por dar explicación a todo aquello en la naturaleza a lo que no encuentra razón empírica o científica, lo cierto es que los mitos son parte de la comunicación humana, una tradición de comunicación oral que ya forma parte de los conceptos dentro de cada cultura.

Y, hablando de cultura, recordemos algo de historia sobre el origen de las rosas como el nombre que se le da al color en cuestión.

Se dice que su cultivo es antiquísimo, pues la primera imagen de una especie de Rosa se

encuentra en la Isla de Cnossos, Grecia, y corresponde al siglo XVI a.C.

La Isla de Rhodas, también en Grecia, recibió ese nombre por el cultivo de las rosas; existen monedas de esa isla, de hace 4000 A.C, con imágenes de ellas.

Las rosas se cultivaban también en los famosos jardines de Babilonia (2845 a. C.). Fueron muy populares también entre griegos y romanos.

En la "Iliada", Afrodita embalsama con aceite de rosas el cuerpo muerto de Héctor. En Sybaris (poblado por los sibaritas, que gustaban de pasarla bien) los habitantes pudientes llenaban sus colchones con pétalos de rosas, de allí la expresión actual de ser criado en un "lecho de rosas".

Evidentemente, ya desde la antigüedad, el cultivo de rosales estaba muy difundido, ya sea como plantas ornamentales como también para provecho de sus propiedades medicinales y aromáticas (perfumería y cosmética).

Originariamente crecieron, hace más de 4.000 años, en el fértil valle situado entre los ríos Tigris y el Eufrates, en Oriente Medio, justo donde tradicionalmente se situaba el Paraíso del Antiguo Testamento. De hecho, planchas de arcilla descubiertas en los templos de Ur (Irak) nos hablan del uso que el sultán de Bagdad hacía del agua de rosa destilada, del que utilizaba más de 30.000 ánforas al año para perfumar sus habitaciones privadas y su exclusivo harén.

A pesar de que los griegos ya conocían y apreciaban esta flor hasta el punto de dedicarla a la diosa Afrodita por ser el símbolo de la belleza y el amor, Europa tuvo que esperar hasta la Edad Media, tras las Segundas Cruzadas, para conocer la expansión y el inicio del aún hoy reinado de la rosa.

Los cruzados que defendieron Jerusalén del ejército del general musulmán Salah-al Din (más conocido por Saladino), regresaron a Europa tras la caída de la ciudad sagrada trayendo consigo esquejes de una nueva planta que habían descubierto en los jardines monásticos orientales y que los monjes cultivaban por sus propiedades medicinales.

Por su parte el mismo general sarraceno también utilizó esta flor, enviando caravanas

con cientos de camellos cargados de agua de rosas que fue utilizada para limpiar y purificar las mezquitas que habían sido ocupadas por los cristianos.

Así, los primeros datos de que la rosa se uso como adorno, se remontan a Creta (siglo XVII a. C.). La rosa era considerada como símbolo de belleza por babilonios, sirios, egipcios, romanos y griegos.

En Egipto y Grecia el cultivo de rosas tuvo una especial relevancia, y mucho más en Roma. Los romanos cultivaron la rosa intensamente, siendo utilizados sus pétalos para ornamento, así como la planta en los jardines en una zona denominada Rosetum.

Tras la Edad Media, el cultivo de las rosas se restringió a Monasterios, vuelve a surgir la

pasión por el cultivo del Rosal. Un ejemplo de esta pasión fue la emperatriz Josefina que a partir de 1802 en su Palacio de la Malmaison llegó a poseer una colección de 650 rosales. Las colecciones de rosas se han multiplicado desde entonces.

Así. a fines de 1700, fue introducida en Europa, *R. semperflorens*, conocida como *Rosa de Bengala*, con flores pequeñas agrupadas. Para el comienzo de 1800, ya era conocida con el nombre de Rosa de Té, originaria de la China (conocida también como *R. chinensis*).

La era moderna de las rosas se inicia a partir de 1867 con la creación del primer ejemplar Híbrido de Té por el productor francés Guillot, quien la llamó: "La France"

El invento surgió por casualidad, cuando Guillot estaba intentando mejorar una rosa naranja. El resultado fue una flor muy olorosa y con una larga floración, distinta en tamaño y características a las rosas que había hasta entonces...

La rosa de té original, anterior a la creación de los híbridos que sucedieron a la invención de Guillot de Francia, era más pequeña, casi sin olor y se producía en una escasa paleta cromática: blanco, rosa y rojo.

Durante el siglo XIX empiezan a llegar variedades del extremo oriente, donde su cultivo fue también muy relevante por los antiguos jardineros chinos (existen datos del cultivo de rosales 3000 a. C.). Con ellos llegan los colores amarillos.

También, la rosa ha sido celebradísima en todo tiempo por los poetas y prestado materia a las mitologías y leyendas desde Salomón que veía una rosa en la esposa del *Cantar de los cantares*, Safo y Anacreonte hasta la delicada comparación de Malherbe: *Fue una rosa y como las rosas vivió el espacio de una mañana.*

En la *Novela de la rosa*, ésta es el premio del amor y del valor. En *El asno de oro* de Apuleyo de borrico se vuelve hombre al comer rosas y los poetas han representado a Porfía, la Aurora, como una joven que esparce rosas.

En la mitología indiana, la rosa representa ya el Sol, ya la Aurora, ya el Crepúsculo vespertino.

Una de las tres gracias en Grecia llevaba una rosa en la mano y se decía que la rosa

había brotado del pie de Venus, al salir algunas gotas de sangre de una picadura que se había causado con una espina. La fábula decía también que la rosa era al principio blanca y se había vuelto encarnada al teñirse con la sangre de Adonis (alusión al paso de la luz blanca *alba* a la luz rosada *aurora*).

De igual manera que a Venus y Flora, cuyas estatuas se adornaban con guirnaldas de rosas, pertenecía esta flor a Baco y en uno de sus ditirambos invita Píndaro a coronarse de rosas en honor a Dionisos. Muchos pueblos eslavos denominan la fiesta de la primavera *Rusdiya* o *Fiesta de las rosas*.

En algunas leyendas italianas, la rosa es símbolo de virginidad. Contrariamente, las cortesanas de Roma celebraban su fiesta el día

23 de Abril consagrado a Venus Ericina y se mostraban adornadas de rosas y mirtos, siendo particular que en igual día que en nuestro calendario es el de San Jorge subsista en Barcelona la costumbre de regalar rosas.

En los grandes banquetes romanos, los convidados iban coronados de rosas, creyéndose que preservaban de la embriaguez. En otros países, la rosa es un símbolo funerario y de ahí, según algunos, que se planten cipreses y rosales en los cementerios.

Así, en casi todos los grupos humanos persisten creencias que relacionan los colores con determinados eventos, a partir de los cuales se tejen historias fantásticas en la imaginación popular.

A ciencia cierta no se sabe cómo se originaron los mitos del color, pero probablemente algún acontecimiento inesperado, seguido de otros, en consecuencia lógica o ilógica, condujo a la creencia de que una combinación de colores y hechos, volvería a suceder en cualquier momento esperándolos siempre, aún cuando fueran producto de la casualidad.

Una de las creencias en la antigüedad, es aquella que afirma que cuando un pájaro rojo entraba a una casa, el dueño tendría buena suerte; que si una paloma blanca revoloteaba cerca de una persona le traería felicidad; que si un gato negro se cruza por el camino causará desgracia pero no así si el gato es gris, todo lo contrario.

Como éstas, muchas creencias sobre el significado del color y sus usos en cualquier ámbito, aún perduran hasta nuestros días como un elemento auxiliar simbólico.

A lo anterior debemos referir que en los mitos en los que interviene el color, este no tendría ningún sentido si no se asociara con otro elemento.

Así los mitos están relacionados con el cosmos, con rituales y con la misma religión haciendo parecer como "natural" lo que es histórico, y en este caso parece natural el uso del color rosa por mujeres a través de todos los tiempos.

En cuanto al color rosa, éste también tienen su pasaje en la mitología, se trata del color en las flores que llevan su nombre: las

rosas. La historia afirma que Cupido, volando en medio de un banquete en el Olimpo, derramó con sus alas una copa de vino sobre las rosas blancas que adornaban la mesa y que desde entonces se colorearon de rosa.

De acuerdo con el relato de la creación, al imaginar a los seres inmortales, el Taoísmo religioso ha recurrido a las leyendas mitológicas.

El cromatismo taoísta se expande al hablar de las distintas parte del cuerpo, en donde el color es utilizado como vehículo de comunicación divina cuando así lo permiten los momentos de meditación y paz interna. Los seguidores del Tao parten de la triple analogía del rojo cinabrio en el cuerpo humano: roja es

la cabeza, rojo el pecho y rojo el bajo vientre.

De todas las épocas, los monjes medievales son los hombres que más temieron al color, pues estaban convencidos de que ciertos tonos atraían al demonio y otros generaban el mal y la destrucción.

Así pues, históricamente, los colores están relacionados desde el origen de la vida, con mitos, magia y religión.

Como los mitos, también la **magia** es una forma "supuesta" de dar respuesta a lo que científica o naturalmente el hombre no ha podido resolver y que de igual manera son representadas por símbolos.

Según los antropólogos, este tipo de creencias existen en la mayoría de las culturas

primitivas como el arte de influir en el curso de los acontecimientos o adquirir conocimientos por medios sobrenaturales.

La magia *simpatética* es una de las categorías en las prácticas mágicas y se basa en el simbolismo y la realización de los deseos, regida por la ley de la *simpatía*, llamada así por relacionarse con una atracción secreta o una simpatía oculta. Para lograr el efecto deseado se recurre a la imitación o el uso de ciertos objetos asociados.

Así pues, en cuanto a color se refiere, los cromas han representados símbolos mágicos desde épocas muy remotas y en la astrología no es la excepción, pues ha hecho corresponder los colores con cada una de las esferas celestes y constelaciones zodiacales.

La motivación astrológica funciona a través de cadenas de asociación, en donde una cosa lleva a la otra fácilmente, como sucede en la magia simpática, en donde los significados atribuidos a los fenómenos son más por una relación de ideas que por un principio de causalidad.

Debemos anotar que las civilizaciones primitivas vincularon los colores de la tierra, las plantas, el agua y el cielo como símbolo del poder religioso, incorporándolos a sus rituales mágicos.

En resumen, la magia de los colores ha trascendido, hasta nuestros días, en el uso de amuletos y talismanes de diferentes colores, así como en su uso curativo; en el sistema astrológico en el cual la tradición de los

zodiacos ha sido de suma importancia en la vida, la religión, la filosofía y el conocimiento de todas las culturas teniendo cada zodiaco su propio símbolo y su propio color.

Por su parte y en términos generales, la **religión** es una forma de vida o creencia basada en una relación esencial de una persona con el universo, o con uno o varios dioses.

Las religiones surgen en culturas donde sus componentes han desarrollado un fuerte sentido de diferenciación entre mente humana y entorno natural, conciencia subjetiva y realidad objetiva, y por lo tanto entre espíritu y materia.

Los simbolismos del color llenan el espacio histórico de las religiones. Jean Cazeneuve, un

filósofo francés, observa en su libro *sociología del rito* (1972), que la religión es el producto más elaborado de la magia aunque hay quienes piensan que no tiene relación alguna aún cuando convivan simultáneamente. Las rutas del color suelen marcar no sólo estas aproximaciones o distanciamientos sino las pugnas y las banderas religiosas.

Sin profundizar en todas las distintas religiones, mencionaremos sólo algunas que vinculan los colores con distintos contextos de la vida.

En la costa de los Esclavos (África) *Mawu* es el nombre del ser supremo y el azul del firmamento es el manto con que *Mawu* cubre su rostro, las nubes son su vestido y adornos. A

él se encomiendan las buenas cosechas por ser quien envía la lluvia.

El hinduismo es una de las religiones más antiguas del mundo, en él, los pensamientos e ideas religiosas se expresan a través de los colores considerados sagrados, los cuales, como en todas las religiones, representan símbolos relacionados con la naturaleza, los dioses y el hombre mismo.

Juan M. Álvarez, como especialista en el tema del color en el Oriente, asegura que en la India la teoría del color con mayor arraigo es la llamada *Teoría del arcoiris*, que abarca el uso de los colores en el cuerpo sutil o psíquico.

Podría afirmarse que el amarillo es el color del budismo, aunque en las prácticas religiosas el color usado es el rojo.

En cuanto al color rosa, éste se relaciona con lo etéreo, lo dulce y lo agradable. Sin embargo hemos hallado pocos datos sobre el uso del color rosa en la religión, pues poco se ha analizado. Pero Luckiesh, uno de los pocos autores que sí lo han hecho, señala que el color rosa ha sido asociado con la Aurora o diosa Ear, por sus tonos rosas con dorado.

El rosa está dedicado a la Virgen María. Para La Heard, otro investigador sobre el tema, el rosa es una combinación del blanco y del rojo representando la inocencia.

En el Catolicismo, el color rosa simboliza la felicidad y la alegría. Es usado para el

tercer Domingo de Adviento, el *Domingo de la alegría* del inminente nacimiento de Jesús: se utiliza en las dominicas, en la tercera de adviento y en la cuarta de cuaresma. Sin el carácter estricto que tienen otros colores, el rosa indica una alegría moderada.

De todas formas, en el Protestantismo, una vela rosa es encendida a veces en el cuarto Domingo de Adviento, el *Domingo del amor*.

En cambio la religión anglicana representa a los mártires con el color rosa.

Otro aspecto que hemos considerado importante anotar en el uso del color, es el **artístico**, pues también ha formado parte de la percepción de aquel y en el que el color rosa también ha tenido usos.

Los toltecas recubrieron coloridamente las pirámides por dentro y por fuera con temples y frescos donde abundaba el color rojo, pero cuando desplegaron su esplendor colorista en pinturas monocromáticas, trabajaron desde el rojo teotihuacano (rojo oscuro casi guinda) hasta el rosa (*xochipalli*) combinado con blanco.

En pintura, la invención del *rosa mexicano* se atribuye al color de las bugambilias ya que Luis Barragán (pintor mexicano) hacia combinaciones en donde las flores fueron su fuente de inspiración.

Ya en nuestros tiempos, en la música, el rosa es también el tema central de una canción de Aerosmith. Entre otros versos, se encuentra:

"Pink is like red but not quite." (*El rosa es como el rojo, pero no exactamente.*)

De este modo, todo lo anterior da cuenta de la relación que el color rosa tiene social y culturalmente.

A continuación se muestra explícitamente el concepto del color rosa y aquello que lo asocia a lo femenino.

CAPÍTULO 4: Conceptos de uso del color rosa**4.1 Concepto del color rosa**

Para comenzar este apartado, recordemos un poco del origen del nombre del color rosa y de ahí su concepto.

Como ya vimos con anterioridad, el término *rosa* procede del griego *rhódon*, flor del rododendro y se utiliza indistintamente tanto para las flores como para los objetos que tiene el color semejante.

Simbólicamente, las rosas representan al amor y la belleza. La rosa era sagrada para un número considerable de diosas, y



se utiliza a menudo como símbolo de la Virgen María.

Las rosas son tan importantes que de ellas derivan términos como color rosa o rojo en una considerable variedad de idiomas.

Las rosas vienen en una variedad de colores, cada uno con un diverso significado simbólico:

- *Azul*: representa milagros y nuevas posibilidades

- *Rojo*: amor, pasión

- *Rosado*: tolerancia, secreto

- *Rosado Oscuro*: gratitud

- *Rosado suave* admiración, condolencia

- *Blanco*: inocencia, pureza, pristinidad, alma.

- *Amarillo*: amor muriéndose

- *Anaranjado*: pasión
- *Borgoña*: belleza
- *Negro*: sexo

La rosa también es el símbolo de dos dinastías reales inglesas: la Casa de Lancaster (rosa roja) y la Casa de York (rosa blanca) que se vieron enfrentadas en la conocida como Guerra de las Dos Rosas.

Por otro lado el equipo nacional de fútbol de Inglaterra, además de ser conocido por su apodo oficial Los Tres Leones, recibe el apodo del "Equipo de la Rosa" adoptado por todo equipo representativo inglés. También es el emblema de la Selección de rugby de Inglaterra.

Dicho lo anterior, doy cuenta de que el color rosa es aquel característico de la flor

del mismo nombre, aunque las más comunes sean rojas.

Agrego, que las rosas están entre las flores más comunes vendidas por los floristas, así como uno de los arbustos más populares del jardín, incluso jardines específicos rosaledas, compuestos solamente con sus ejemplares.

Las rosas son de gran importancia económica tanto como cosecha para el uso de los floristas como para la elaboración de perfumes.

Dentro del léxico castellano, integrado por voces latinas, griegas, árabes, ibéricas y góticas, entre otras; el castellano nos ofrece como mera aproximación, las siguientes vetas

para el color rosa de acuerdo con Rafael Méndez y Carlos Sainz:

Rosáceo: Asalmonado, rosa, rosado, rosillo, salmón, salmonado. De esta forma, el concepto del color rosa ya forma parte de muchos de los ámbitos en la vida de las personas y en especial de las mujeres.

Después de las anteriores referencias respecto a los conceptos del color rosa y sus variables, veamos la aplicación de sus usos.

4.2 La ropa y accesorios femeninos

Ya vimos que, de acuerdo con algunos especialistas y autores, aproximadamente el 80% de toda la información que recibimos es, por lo general, de naturaleza óptica. Las informaciones ópticas proporcionan información

acerca de las formas por un lado y de los colores por otro.

Así, la ropa puede tener un corte absolutamente igual, pero la decisión que impulse a usar determinadas prendas o accesorios depende únicamente del color.

Los individuos particulares, por llamarlos de alguna manera, se sitúan en posiciones dentro de su espacio social y siguen en su vida ciertas trayectorias que están determinadas por el volumen y la distribución de diversos tipos de recursos o *capital* como lo sería el económico el cultural y el simbólico.

Dichos recursos, como ya hemos visto, conjuntan conocimiento y reconocimiento asociados a una persona o posición; así que

hablemos del color rosa desde este punto, en específico de la ropa.

Llamamos ropa al conjunto de prendas o atuendos personales utilizados para vestir y así cubrir el cuerpo.

El principal factor determinante del tipo de ropa en las diferentes épocas y lugares es el clima.

En la evolución de la indumentaria también han influido los diferentes estilos o modas, los materiales y tecnologías disponibles, los códigos sexuales, la posición social, las migraciones humanas y las tradiciones.

Aunque la ropa empezó a ser usada como una necesidad -la de cubrirse del medio ambiente- posteriormente, al paso del tiempo se convirtió en moda. Es decir, que además de los

usos señalados, la ropa también cumplió con las funciones socioculturales; citemos aquí la última parte de la moda, o de su última etapa, esa que se conoce o nombra post modernidad.

Digamos que después de que la moda fuera para las mujeres el uso del color rosa en ropa y accesorios, los conceptos que sostenía la post modernidad sobre cambiar paradigmas, renovar creencias, discursos e ideas tradicionales, sucedió cuando los hombres actuales comenzaron a usar dicho color, dando paso a la tolerancia y la diversidad corroborando así las nuevas tendencias y la base de la post modernidad.

Entonces, los paradigmas tradicionales cambiaron con las propuestas estéticas, a lo que Sexe señalaría "las formas del saber

cambian de estilo al mismo tiempo que las sociedades cambian su sistema productivo material y cultural”⁸ buscando entonces nuevas justificaciones de los lugares o roles de los individuos en la sociedad.

Así pues, la post modernidad trajo una manera distinta de ver y percibir el color rosa como “unisex”. Pero veamos cómo es que esto sucedió.

4.3 Contextos en los cuales las mujeres usan el color rosa

Como ya lo cité anteriormente, el color rosa hace referencia a lo femenino. Ahora veamos cuáles son esos lugares comunes en lo que se usa el color rosa.

⁸ SEXE, Nestor. *Diseño.com*. p. 36

La habitación de una niña está decorada y pintada en tonos de color rosa; asimismo en su guardarropa predominan las prendas en color rosa. Y... ¿los juguetes? De color rosa también.

En fiestas o festejos que se ofrezcan a mujeres o niñas, los adornos distintivos y el pastel: rosas. Ejemplo: cuando los *baby shower* o fiesta para el bebe que una madre espera y sabe que es niña, los espacios en donde se festeja siempre se encuentran decorados en color rosa.

Y así, podría citar otros tantos espacios en los que habitualmente se encuentren las mujeres y con frecuencia recurriría, presente en cualquiera de sus tonalidades, al color rosa.

Pero, veamos que ha sucedido con la percepción que hoy por hoy tienen algunos hombres sobre el color rosa.

4.4 Qué opinan los hombres y mujeres del color rosa y su uso

Preguntando sobre el uso del color rosa, en una reunión de amigas y después de leer sobre ello para esta tarea, confirmé que para las mujeres, usar el color rosa es común y casi imperceptible en cuanto a la importancia de hacerlo. En cambio, para los hombres, de acuerdo con preguntas deliberadas, respondidas por algunos de ellos, el uso del color rosa en su género, todavía no resulta del todo agradable, aún cuando en la actualidad, en distintas sociedades del mundo, el uso el

color rosa en hombres ya es más común, por lo menos en moda de ropa.

Para algunos hombres, usar cualquier tono de rosa resulta afeminado, escandaloso y desagradable; lo que es más, hasta verlo portado en otros hombres, es repulsivo. Y es que culturalmente, algunos hombres en nuestra sociedad, aún no se acostumbran a usar el color rosa como parte de su indumentaria o de sus gustos.

Alicia Poloniato lo citaría como "un sector social que cuenta con un capital simbólico débil que se debe quizá, a la fidelidad que le merece a su grupo de referencia como puede ser la familia, el trabajo o los amigos, pues la división del trabajo entre grupos y entre sexos es también

factor determinante de elecciones y por consiguiente de consumo”⁹.

Entonces, por tradición, los hombres de nuestra sociedad que no adoptan el color rosa como de uso propio, están siendo fieles a su género y a su condición de generaciones atrás.

De acuerdo a lo anterior, diría que para algunos hombres, los varones no deberían usar ropa de color rosa, porque no es la tradición, ni lo cultural propio de su sociedad o género.

Esta es la manera en que, desde la cuna, los niños y las niñas son tratados de forma diferente; a las niñas se les suele vestir de rosa (un color considerado femenino), de ahí la condición a desarrollar roles y conductas

⁹ POLONIATO, Alicia. *La lectura de los mensajes*. p. 38

propias de una niña, siendo el color rosa, uno de los factores que las representa.

Es así como en la actualidad encontramos un sin fin de variantes que el color rosa ya tiene, incluso adoptado por hombre.

CONCLUSIONES

El ensayo es un género periodístico poco usado para informar, pues se ha remitido sólo a ser una manera "informal" o "personal" de dar a conocer puntos de vista sobre determinado tema. Sin embargo, es también uno de los géneros que por su esencia de cercanía hacia una realidad y a quienes lo leen, otorga un espacio para la reflexión.

Trabajar para este ensayo nos ha permitido expresar todas esas ideas y conceptos que, en conjunto con las personas que proporcionaron información, se pudieron plasmar como algo tangible, eso que existe pero que no vemos porque nos parece poco importante pero que ahí está, y es precisamente lo que un ensayo puede lograr: la cercanía e identificación de las cosas que nos

parecen necias o simples pero que de verdad tiene la importancia de lo que somos y de lo que hacemos.

Ese es el ensayo, la identificación y encuentro con todo aquello que parece sin importancia pero que nos pertenece.

Así pues, el hecho de querer presentar un trabajo de producción cultural por medio del ensayo, ha sido la mejor forma de hacerlo, pues se pudieron abarcar los puntos necesarios para explicar la importancia de presentar el concepto del color rosa y el uso que hoy por hoy ha adquirido socialmente a través de la moda.

Escribir este ensayo nos ha permitido, como ya se mencionó, la cercanía con personas desconocidas y con intenciones distintas a las que nos acercan cotidianamente; y es que los

puntos de vista que, sobre todo los hombres expresaron, verdaderamente dieron cuenta de la apreciación que tienen sobre el uso del color rosa que aparentemente son inadvertidos, pues son ideas que solo están en su mente, aun cuando son de importancia social, pues ello evita o permite, la relación con los demás (hombres).

Por lo tanto, el ensayo nos parece una buena forma de dar a conocer cualquier tema de interés y difundirlo de una manera ágil y, por qué no, muy cercana a cada una de las personas que lo lea, pues muestra la cotidianeidad de las personas y los asuntos que a estas relaciona; siempre presenta realidades con las que las personas se identifican y hacen suyas, de manera cada uno aprecia el ensayo a su manera y logra hacerlo personal.

Por lo anterior, el ensayo es una forma de presentar una realidad que aunque pareciera cotidiana nos muestra fases distintas de esa realidad. Así, el ensayo siempre tiene algo de real para cada quien. Por ello no debería dejar de ser una forma de siempre, para presentar nuevos conocimientos acerca del mundo, pues en el caso específico de *El color rosa. Un ensayo en el que se observan sus contextos y usos*, nos permitió poner en las manos de quien lo lee, la realidad de una sociedad que ha cambiado y transformado sus apreciaciones sobre el color rosa y que ni ellos habían percibido el sutil y paulatino cambio que el concepto del color rosa y su uso ha sufrido.

Así, este ensayo se presenta con todo aquello que pudimos recoger de la gente común para darlo

a conocer a los demás, mostrando que no hay duda, que el tiempo pasó y el significado y la apreciación del color rosa cambió, ahora su uso ha dejado de ser exclusivo del uso femenino.

Es decir, en este trabajo damos cuenta del color rosa como una significación simbólica o codificación cultural, un elemento sensible que está en lugar de algo ausente y que convencionalmente no hay relación entre ellos, simplemente el color puede cambiar de acuerdo a un contexto.

Así, nuestro trabajo muestra que el color rosa posee significado propio, capaz de comunicar una idea, no sólo tiene un significado universalmente compartido a través de las experiencias, sino que también tiene un valor

independiente informativo a través de los significados que se le adscriben simbólicamente.

Todo lo anterior es el contenido de este ensayo, recordando que el ensayo es quizás -desde Montaigne- el género literario más vivo e incitante, el tipo de escrito que nos mueve a pensar por nosotros mismos sobre las cosas nuevas, o sobre las olvidadas u ocultas. Es el género que nos obliga, imperiosamente, a ejercer la función consiguiente del pensamiento. Aún limitado a un trozo o ángulo de una disciplina, el ensayo siempre abre una brecha intelectual capaz de reobrar sobre todo el conjunto.

Por eso, seguimos de acuerdo considerando que: el lugar del ensayo, siempre, es la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- **ANDER EGG**, Ezequiel. Introducción a las técnicas de Investigación social.
Ed. Humanitas. Buenos Aires, 1970
- 2.- **BERRY**, Susan. Diseño y Color. Cómo funciona el lenguaje del color y cómo manipularlo en el diseño.
Barcelona. Ed Blume, 1994. 143.p.
- 3.- **CORDOVA**, Nery. El ensayo.
Universidad Autónoma de Sinaloa.
- 4.- **FERRER**, Eulalio. Los lenguajes del color.
Fondo de Cultura Económica. México 2000.
- 5.- **GERSTNER**, Karl. Las formas del color: la interacción de elementos visuales.
México 1988. Ed. Nueva Comunicación S.A. 179p.
- 6.- **GONZÁLEZ ALBA**, Luis. Las mentiras de mis maestros.
Ed. Tecnológica de la Mixteca. México 2005.
- 7.- **JACOBSON**, Roman. Ensayos de lingüística general.
Barcelona: Serie Barral 1982. 406 p.
- 8.- **J. HAYTEN**, Peter. El color en la publicidad y artes gráficas.
L.E.D.A. Las ediciones del arte. Barcelona

9.- KÜPERS, Harald Fundamentos de la teoría de los colores.

México 1980 Ed. Gustavo Gili. S.A. 204 p.

10.- ORTIZ HERNÁNDEZ, Georgina. El significado de los colores. Ed Trillas. México 2004.

11.- PADUA N., Jorge. Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales.

México: Colegio de México 1979. 360 p.

12.- POLONIATO, Alicia. La lectura de los mensajes: Introducción al análisis semiótico de mensajes.

México D.F. Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa. 1998. 194 p.

13.- SALCEDO AQUINO, J. Alejandro. Cultura: Paradigmas y Significados. México D.F. UNAM FES Acatlán. 2004. 77p.

14.- SEXE, Néstor. Diseño.com.

Buenos Aires/México: Paidós 2001. 279 p.

15.- SIERRA CABALLERO, Francisco. Investigación, educación y desarrollo: apuntes Para una historia de la comunicación educativa.

Sevilla: Comunicación Social Ediciones y publicaciones 2002. 245 p.

16.- SOLER PUJALS, Pere. La investigación cualitativa en marketing y publicidad.

Paidós. Barcelona 1997. 190.p.

17.- **WEINGBER**, Liliana. Ensayo, Símbolismo y Campo cultural.

México D.F. UNAM Centro Coordinador y difusor de estudios latinoamericanos 2003. 529 p.

18.- **IBIDEM**. Situación del ensayo.

México D.F. UNAM Centro Coordinador y difusor de estudios latinoamericanos, 2006.346 p.

CIBERGRAFÍA

www.camisas.wordpress.com

www.dizparalasdiez.files.com

www.the_pink_pink.com

www.vanidades.taconeras.net

www.wikipedia.org/w/index