

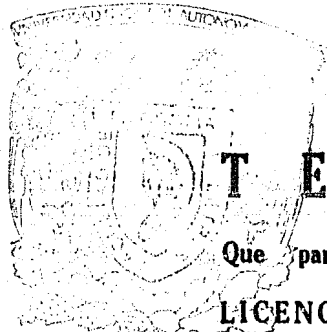
9-A
Zej



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Filosofía y Letras
Colegio de Letras Hispánicas

DISPONIBILIDAD LEXICA EN COLORES



T E S I S A

Que para obtener el título de:

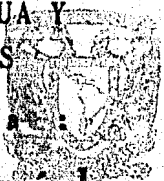
LICENCIADO EN LENGUA Y
LITERATURA HISPANICAS

★ NOV. 27 1986

★ e s e n t a :

SECRETARIA DE
ASUNTOS ESCOLARES

Hortensia Gpe. Justo Hernández



FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE LETRAS HISPANICAS

1986



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 está 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.

INDICE.

	Pág.
0. INTRODUCCION.	
0.1. Necesidad del estudio del léxico en México ...	1
0.2. Próposito	1
0.3. Antecedentes	1
0.4. Agradecimientos	3
1. MARCO TEORICO.	
1.1. La estructura del léxico	4
1.2. La disponibilidad léxica	5
2. METODOLOGIA.	
2.1. El cuestionario	8
2.2. La muestra	11
2.3. La encuesta	16
2.4. El corpus	17
2.5. El análisis	18
3. DISPONIBILIDAD POR CENTRO DE INTERES	32
4. DISPONIBILIDAD POR PLANTEL	35
5. DISPONIBILIDAD POR SEXO	50
6. DISPONIBILIDAD POR REGION	62
7. CONCLUSIONES	78
8. NOTAS	80
9. BIBLIOGRAFIA	82

O. INTRODUCCION.

O.1. Si la investigación lingüística general en México no ha llegado a su cumbre total, menos la ha hecho aquella rama específica referida al léxico. La finalidad de este trabajo se encuentra en mi deseo personal de contribuir, aunque sea mínimamente, a los estudios lexicológicos de México. Encontré una doble motivación para realizar este trabajo: por un lado, el gusto por la lexicología y por otro, el gusto -compartido- por el uso de la computación. Considero que la computadora es un gran aliado de los estudios léxicos pues permite el análisis de cada elemento que se solicite; al igual que el manejo de un mayor número de palabras y de operaciones, en cada caso.

O.2. Las metas que se buscaron cumplir al realizar este trabajo consistieron en tratar de encontrar algunas diferencias de tipo léxico que se presentaban entre estudiantes de diferentes tipos de planteles ubicados en nuestra ciudad.

O.3. El trabajo pretendía ensayar, como un simple experimento, las fórmulas de disponibilidad léxica que se estaban usando y que habían sido elaboradas en otras latitudes; sobre todo, en algunos países de Hispanoamérica como son Puerto Rico y Chile. Convencida de que las investigaciones en lexicostatística y específicamente en la determinación del léxico disponible de nuestra comunidad, no se había trabajado ni siquiera mínimamente y deseosa de colaborar en el desarrollo de la lexicología del país decidí realizar una breve investigación para familiarizarnos con el manejo de las fórmulas.

Se ha comprobado que con el léxico disponible se obtienen esencialmente nombres; es decir, el léxico estable. Como se trataba de un experimento se decidió tratar de obtener adjetivos, que presentaban una estabilidad intermedia entre el nombre y el verbo.

Ya que los profesores de enseñanza media y sobre todo los profesores del Colegio de Ciencias y Humanidades demuestran una constante preocupación por la relación entre lengua e ideología se decidió, también, relacionar la disponibilidad léxica del adjetivo con parcelas de la realidad que muestran, en el manejo de su designación dentro de la lengua, una fuerte variación diastrática y que son un parámetro fidedigno para medir la elección preferencial de un color en un determinado centro de interés de la realidad. Por estas razones se decidió, otra vez a manera de experimento, tratar de obtener la asociación que se hace dentro de una gama de colores para la designación de un objeto de la realidad marcado por intereses de clases.

Los resultados obtenidos nos demuestran que este experimento, aunque simple y sin pretensiones, no ha sido inútil como podemos notar al revisar los datos obtenidos. Por ejemplo, si tomamos en cuenta el tipo de zona y de nivel socio-económico, vemos que llevado a la disponibilidad léxica, en colores, las diferencias son notorias, por ejemplo: en el sur, la preferencia por ciertos colores va de acuerdo a la moda de su ambiente y sus posibilidades; dichos colores, voy a llamarlos modernos, eran menos disponibles en el oriente o en el norte, en donde los jóvenes de acuerdo a su situación van a preferir la comodidad o la adaptación de su economía para escoger o preferir ciertos colores.

En total se entrevistaron a 54 alumnos, divididos en hombres y mujeres, por región y plantel. Por zona: sur, oriente, norte; tomé tres hombres y tres mujeres por cada plantel; en tres tipos de planteles: Escuelas Preparatorias, Colegios de Bachilleres y Colegios de Ciencias y Humanidades.

El total de respuestas fueron de 54000 colores, teniendo una gama de 48 colores diferentes, únicamente. Los discriminantes que trabajé -plantel, zona, sexo- permite obtener resultados (algunos) muy de acuerdo a la tendencia de la moda, a la situación socio-económica del lugar, etc. La ubicación exacta de los colegios la daré más adelante.

El nivel de los estudiantes fue de último grado, por considerar a éstos más conscientes de su personalidad y sus preferencias.

Para la investigación se tomaron diez parcelas de la realidad en las que se pedía hacer una relación con los colores.

En cada plantel se pedía a los alumnos que mencionaran diez colores de cada campo.

Este trabajo me proporcionó situaciones agradables que enriquecieron mi formación en la investigación lingüística. Asimismo me dio la oportunidad de conocer, aunque sólo fuera en el momento de las encuestas, a los alumnos de diversos planteles de nivel bachillerato y de tres zonas de la ciudad.

O.4. El proceso que tuvo la presente investigación estuvo asesorada con mucho profesionalismo por el maestro Juan López Chávez a quien le agradezco toda la ayuda tan valiosa que me brindó. Al igual, mi agradecimiento a las escuelas incorporadas a la U.N.A.M.; Col. de Bachilleres, Preparatorias, Col. de Ciencias y Humanidades. A los alumnos entrevistados, por el tiempo que brindaron a las encuestas.

Asimismo, a la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, y en especial al Ing. Carlos Strassburguer Frías, Director de Cómputo Académico para la Investigación de la propia Universidad Nacional Autónoma de México. Al Ing. Strassburguer se debe la elaboración de los programas de cómputo, y sin su ayuda y disposición esta investigación no hubiera sido posible.

1. MARCO TEORICO.

1.1. Estructura del léxico.

Con el nacimiento y desarrollo de la lingüística estructural surgen diversos intentos por encontrar la estructura de los sistemas lingüísticos en sus componentes centrales¹; pronto se presentan algunas explicaciones de la estructura del sistema fonológico y muchas y más variadas sobre el sistema gramatical. En un principio hubo una gran reticencia e incluso una negación a la explicación de los sistemas periféricos. Sin embargo, el desarrollo de la semántica moderna llevó pronto a planteamientos estructuralistas que se inician esencialmente con la teoría del campo semántico y aún antes con la explicación del signo lingüístico, del triángulo de Ogden y Richards y el trapecio de Heger. Estos intentos llegarán a sus máximas pretensiones con las posiciones chomskianas y con el nacimiento y muerte de la semántica generativa. Al mismo tiempo y siguiendo muy de cerca los lineamientos semanticistas, la lexicología intentará, también, explicar estructuralmente el componente léxico.

Así, pues, en los años 50 en Europa, en Francia y Alemania nace una fuerte corriente que realizará las primeras investigaciones en lo que se ha dado por llamar la lexicostatística. Muy pronto se presentarán fórmulas que habrían de representar, de un modo u otro, las constantes del léxico de una lengua; al mismo tiempo que se inician grandes investigaciones para tratar de detectar los vocablos frecuentes y usuales en una comunidad, de donde se desprenderán variadas interpretaciones de la estructura de un léxico.

Unos ejemplos de estas búsquedas son las investigaciones de Adolf Noreen², la fórmula de Zipf³ sobre el rango constante, "Zipf había observado que el producto de la frecuencia de una palabra (o sea el número de veces que se presenta en un texto

dado) y su posición ordinal o rango (en la lista de frecuencias: la palabra más común tiene rango 1, le sigue la de rango o posición ordinal 2, etc.) es constante. Esto se puede expresar mediante la fórmula $f \times r = \text{constante}$, donde f es la frecuencia y r el rango de la palabra⁴. Los trabajos de Guiraud, Muller, Gougenheim, Micheá, Rivenc, Julliland y Chang-Rodríguez. Y en el mundo hispánico los trabajos de Buchanan, García Hoz, Julliland y Chang-Rodríguez, Rodríguez Bou, López Morales y Luis Fernando Lara.

1.2. La disponibilidad léxica.

Las primeras grandes investigaciones sobre el léxico trataron de determinar los vocablos importantes de una lengua con base en la frecuencia con que aparecían en el discurso, pero pronto los especialistas en probabilidad y estadística captaron que este dato no era por sí solo suficiente para describir las palabras usuales de un grupo social. Era necesario encontrar algunos factores de ponderación para compensar la simple frecuencia; de este modo surgieron los conceptos de rango y de dispersión cuya aplicación ponderaba la frecuencia de un modo más efectivo y quitaba los sesgos y evitaba fuertes desviaciones. Así se construyó el léxico básico de una lengua. Continuando con las investigaciones, los propios investigadores notaron que tampoco era suficiente esta descripción y, como dice López Morales: "Justamente aquí -en la compensación de la frecuencia- nació el concepto de disponibilidad, en los primeros años de la década del 50. Dos estudiosos de la estadística léxica, Gougenheim y Micheá, aunaron fuerzas para un embate crítico y demostraron que las frecuencias solas no eran adecuadas índices de uso..."⁵.

Por lo que surgió un nuevo concepto en el que se contemplaba no solamente las palabras frecuentes, sino también las

situaciones que se repiten en la vida cotidiana del individuo y que requieren de un léxico especial y determinado. De este modo, se dio la noción de la disponibilidad léxica que "pasó a entenderse como el caudal léxico utilizable en una situación dada; era preciso no confundir las situaciones frecuentes con el léxico frecuente, ni éste con el léxico fundamental"⁶.

Ahora se tenía un léxico fundamental formado por un léxico básico en donde se incluían todas las palabras frecuentes ponderadas por su dispersión y un léxico disponible que recogía el léxico específico de situaciones frecuentes.

Para la determinación del léxico disponible se señalaron centros de interés que representaban las diversas situaciones en que un individuo se ve precisado a usar un número de vocablos específicos. El problema que quedaba era encontrar el mejor modo de determinar ese léxico. Así surgieron diversos intentos, métodos y técnicas para captar los vocablos requeridos.

En la actualidad se utilizan dos técnicas semejantes y se han buscado diferentes fórmulas estadísticas que ponderan los datos obtenidos. La encuesta o recolección de datos consiste en señalar cada uno de los centros de interés (cuerpo humano, medios de transporte, ropa, bolsas, zapatos, etc.) y pedirle al informante que mencione todas las palabras que pueda asociar con dichos centros hasta un determinado número de entradas prefijadas o en una unidad de tiempo (por lo general entre tres y cinco minutos) señalado con anterioridad, con lo que se obtienen ya sea listas iguales por cada informante o ya listas desiguales de longitud desigual. En esto último está precisamente las diferencias técnicas de la recolección⁷.

Una vez obtenidos los datos se someten a un tratamiento estadístico en el que se contemplan la frecuencia con que fue dicho cada uno de los vocablos y se pondera con el lugar en que

fue emitido según la preferencia del informante. Esto es, se parte de la hipótesis de que un individuo presentará en los primeros lugares aquellas palabras que asocian más fuertemente a un centro de interés, y, por consiguiente producirá al último las palabras que dada una situación específica tendrán poca probabilidad de aparecer. De este modo se construye el índice de disponibilidad que correlaciona, pues, la frecuencia y el lugar de aparición de un vocablo.

La fórmula utilizada para determinar el índice de disponibilidad considera la frecuencia absoluta de la aparición de la palabra, la frecuencia relativa y un factor de correlación que pondera el lugar en que fue emitido cada vez el vocablo, es el factor que se ha llamado factor lambda. A continuación se presenta la fórmula utilizada:

$$D (P_j) = X_{1j} + C X_{2j} + C^2 X_{3j} + C^3 X_{4j} + \dots \dots \dots C^{p-1} X_{pj}$$

"... donde la dispersión de una palabra dada (p_j) viene indicada por la suma de las ocasiones en que la palabra aparece en primer lugar, en segundo, etc., compensada la frecuencia por un coeficiente (C), inferior a la unidad, que va restando valor a la frecuencia a medida que la palabra se aleja del primer lugar de la lista"⁸.

2. METODOLOGIA.

2.1. El cuestionario.

Para buscar la relación disponible del color, realidad e ideología se eligieron diez centros o áreas que correspondían a otros tantos objetos que eran susceptibles de aceptar naturalmente la cualidad color.

Estos diez campos seleccionados fueron elegidos por considerarlos como los centros más cercanos y familiares a la vida cotidiana de los encuestados, y por considerarse que en ellos se encontraría un claro reflejo de sus valores ideológicos y de las causas socio-económicas que motivaban la formación de esa ideología.

La determinación de sólo diez campos fue arbitraria y no hubo otro motivo más que la necesidad de conseguir una muestra relativamente breve.

Los centros de interés que se eligieron fueron los siguientes:

- 1.- Ropa (en un sentido general).
- 2.- Zapatos.
- 3.- Cosméticos.
- 4.- Automóviles.
- 5.- Anuncios comerciales.
- 6.- Mochilas, bolsas, maletas.
- 7.- Muebles.
- 8.- Tapices, alfombras.
- 9.- Pintura de casa (exterior-interior).
- 10.- Vestido (gusto personal del informante).

1.- Ropa: se preguntaba cuáles eran los colores que los entrevistados más asociaban con la vestimenta general, indistintamente para hombres y mujeres.

2.- Zapatos: las preguntas iban dirigidas al calzado que era más frecuente ver en los diferentes tipos de planteles; aquí la influencia de los zapatos deportivos o tenis era notoria al identificar colores.

3.- Cosméticos: socorrido entre las mujeres, creaba ciertos problemas en los hombres, pero se lograba su participación; en cosméticos se abarcó pintura de labios, sombras, tintes para cabello, esmalte de uñas y afeites propios de belleza.

4.- Automóviles: se pedía que nombraran diez colores que habían visto o con los que identificaban los automóviles.

5.- Anuncios comerciales: la gran influencia de anuncios comerciales manifestados en carteles, anuncios luminosos e iluminados hicieron que los colores por parte de los entrevistados fueran fluidos; claro que aquí intervino mucho la ubicación del plantel, en cuanto a su contacto con centros comerciales.

6.- Dicho punto fue marcado por un campo que pretendía abarcar todos los elementos que podían servir para cargar o llevar útiles escolares; por esto, el campo seis fue: Mochilas, bolsas, maletas, portafolios.

7.- Muebles: los muebles de todo tipo, no había alguno en especial, hicieron presencia y los alumnos podían imaginar los muebles que habían visto en varios lugares; por ejemplo, iniciaban recordando el color de los muebles de sus casa, así: sofás, estufas, etc.; después las sillas de sus planteles; o los colores de los muebles de algún restaurante cercano.

8.- Tapices y alfombras: se preguntaba qué colores asociaban con estos dos elementos que en una ciudad como ésta son importantes; esto no quiere decir que todas las casa estén alfombradas y tapizadas, pero se podía relacionar con lugares públicos como bancos, iglesias, restaurantes, cines, etc. Lo que permitía a los encuestados una asociación más amplia en este campo.

9.- Pintura de casa (exterior-interior): los entrevistados mencionaban los colores, y en un orden más o menos parecido, con que estaba pintada su casa; luego, su escuela, después los colores de las casa cercanas al plantel y de esa manera se llenaban los colores requeridos para el punto noveno.

10.- Vestido (gusto personal del informante): la variante que el punto 1 tiene con respecto al 10 es que, en el primero, como ya se dijo, era un sentido de colores en ropa pero en forma general, donde no intervenía el gusto del encuestado, sino los colores que tenía presente de otros compañeros, por ejemplo. Y aquí, en el último centro, la preferencia del encuestado era importante. Se pedía que mencionaran los colores que ellos preferían, los de su uso personal y de acuerdo a sus características.

Esta explicación en sí fue la base de las encuestas.

2.2. La muestra.

Como toda investigación lingüística la selección del corpus que se va a manejar tuvo que ser analizada en los aspectos que se iban a tomar en cuenta, así: la región, el tipo de plantel y el sexo de los informantes. Según López Morales (1983) "En toda investigación en que sea preciso la colecta de un corpus para su análisis posterior se plantean desde el principio los problemas relativos a la selección de los sujetos, es decir, al diseño de la muestra"⁹.

La muestra que se diseñó para esta investigación fue pre-estratificada y no se obtuvo postestratificación. Desde un principio se determinó que se trabajaría solamente con alumnos del último año de la enseñanza media superior y se consideraron tres variables:

A) Tipo de plantel: se juzgó importante que se trabajara únicamente con planteles oficiales, pero en tres de sus cuatro modalidades que fueron los planteles de Preparatorias, planteles del Colegio de Ciencias y Humanidades y planteles del Colegio de Bachilleres; no se consideraron las Vocacionales porque no presentan formaciones equivalentes a las de los planteles anteriores. El área de estudio de los estudiantes seleccionados tampoco se predeterminó.

B) La ubicación del plantel: la ciudad se dividió en tres áreas: norte, sur, oriente; y de cada área se eligió el plantel de cada tipo considerado por las autoridades como el más representativo. A continuación presento la dirección exacta de los planteles investigados:

ESCUELAS PREPARATORIAS.	
Plantel:	Preparatoria No. 6 "Antonio Caso"
Dirección	Corina No. 3
Colonia	Carmen Serdán
Delegación	Coyoacán
Plantel	Preparatoria No. 7 "Ezequiel A. Chávez"
Dirección	Calzada de la Viga No. 54
Colonia	Merced Balbuena
Delegación	Venustiano Carranza
Plantel	Preparatoria No. 9 "Pedro de Alba"
Dirección	Insurgentes Norte No. 1689
Colonia	Lindavista
Delegación	Gustavo A. Madero

COL. DE CIENCIAS Y HUMANIDADES.

Plantel	CCH No. 5 Plantel Sur
Dirección	Llanura y Cataratas
Colonia	Jardines del Pedregal
Delegación	Alvaro Obregón
Plantel	CCH No. 4 Plantel Oriente
Dirección	Canal de San Juan y Plutarco Elías Calles
Colonia	Unidad Hab. Ejército de Oriente
Delegación	Iztapalapa
Plantel	CCH No. 2 Plantel Naucalpan
Dirección	Calzada de los Remedios No. 10
Colonia	Naucalpan
Delegación	Naucalpan

COLEGIO DE BACHILLERES.	
Plantel	Col. de Bachilleres No. 15 Contreras
Dirección	Barranca del rosal, Dalia y Nube
Colonia	El Toro
Delegación	Contreras
Plantel	Col. de Bachilleres No. 6 Vicente Guerrero
Dirección	Chilpancingo y Norte y Sur
Colonia	Unidad Hab. Vicente Guerrero
Delegación	Iztapalapa
Plantel	Col. de Bachilleres No. 2 100 metros
Dirección	Av. de los 100 metros y Av. de las Torres
Colonia	Magdalena de las Salinas
Delegación	Gustavo A. Madero

C) Sexo del informante: en cada plantel se seleccionaron tres hombres y tres mujeres para que constataran el cuestionario. De este modo se obtuvo un total de 54 informantes, 27 hombres y 27 mujeres. Nuevamente, los límites impuestos por la motivación del estudio fueron quienes determinaron el tamaño de esta muestra; por esto, el número tres fue el número ideal. Si hubiéramos elegido un solo informante la incertidumbre del azar hubiera sido absoluta. Si se hubiera tomado dos informantes y si ambos hubieran dado respuestas contrarias, la incertidumbre hubiera permanecido.

Al elegir tres informantes esta incertidumbre se elimina eligiendo la variante mayoritaria. Así pues, tres informantes era el mínimo requerido para realizar la investigación. No se obtuvo ninguna postestratificación interesante ni por edad, ni por ocupación, ni por otras variables socio-económicas usuales.

ESQUEMA DE INFORMANTES

TIPO DE PLANTEL	ESCUELAS PREPARATORIAS		COL. DE CIENCIAS Y H.		COLEGIO DE BACHILLERES		
	M	H	M	H	M	H	
U B I C A C I O N							
NORTE	3	3	3	3	3	3	18
SUR	3	3	3	3	3	3	18
ORIENTE	3	3	3	3	3	3	18
	9	9	9	9	9	9	54
	18		18		18		54

2.3. La encuesta.

Las encuestas fueron hechas a fines del año 1984 y principios de 1985. Estas entrevistas fueron realizadas a alumnos del último año de Bachillerato, a los cuales se les preguntaba diez colores de cada campo lingüístico, las respuestas aceptadas fueron las espontáneas que el estudiante decía. Cabe aclarar que los jóvenes entrevistados cooperaron con todo lo que estuvo de su parte para la realización de esta investigación.

Las entrevistas se llevaron al cabo en los propios planteles educativos, en los momentos de descanso de los alumnos; en algunos casos la duración era mayor (escasamente una hora), pero la mayoría fue con menos tiempo dada la cooperación y el carácter del encuestado.

Las respuestas obtenidas fueron procesadas, como ya antes aclaramos, en la Dirección de Cómputo Académico de la U.N.A.M., dignamente dirigida por el Ing. Strassburguer. Se dispuso de tiempo para cargar las 5400 respuestas en disketts, después los datos fueron transmitidos a la procesadora teniendo en breve lapso los listados con el resultado general.

2.4. El corpus.

Se obtuvieron diez respuestas por cada centro de interés que, como ya se señaló, también fueron diez. Por lo tanto, cada informante produjo un total de 100 respuestas. Como el número de informantes quedó en 54, se obtuvieron un total de 5400 respuestas; es decir, un total de 5400 palabras que se reducen a 48 vocablos, palabras diferentes, que están compre-
ndidos en la lista de colores que a continuación viene:

1.- Aluminio	17.- Dorado	33.- Negro
2.- Amarillo	18.- Escarlata	34.- Nogal
3.- Anaranjado	19.- Fiusha	35.- Ocre
4.- Azul	20.- Gris	36.- Oro
5.- Beige	21.- Guinda	37.- Plateado
6.- Bermellón	22.- Hueso	38.- Párpura
7.- Blanco	23.- Jade	39.- Rojo
8.- Borgoña	24.- Lila	40.- Rosa
9.- Café	25.- Mamey	41.- Rubio
10.- Caoba	26.- Maple	42.- Sepia
11.- Caqui	27.- Marfil	43.- Shedrón
12.- Carmin	28.- Marrón	44.- Turquesa
13.- Castaño	29.- Miel	45.- Uva
14.- Cobre	30.- Morado	46.- Verde
15.- Coral	31.- Mostaza	47.- Vino
16.- Crema	32.- Nácar	48.- Violeta

2.5. Análisis.

Terminadas las encuestas se presentó la oportunidad de procesar los datos con el uso de sistemas computacionales.

Primero, se alimentó a la computadora con los datos obtenidos como eran; por ejemplo, colegio o plantel correspondiente; dirección, ubicación exacta; sexo del informante y se procedía a datificar los colores por número del centro de interés. Los colores se recortaban a sus primeras tres letras para no excederse de los dígitos permitidos por el programa que se estaba efectuando; por ejemplo, azul sólo era: azu; el blanco se asimilaba en: bla. Hubo uno que otro color que requirió un cambio; por ejemplo, marfil asimilado en: mar, y marrón quedaba en: mrr, con lo cual se evitaba la confusión.

Se reconstruyó la matriz de los datos para que la encuesta total de un plantel, con sus tres informantes y el sexo respectivo, apareciera completa en una hoja para un mejor manejo de los datos.

La fórmula aplicada a este trabajo no había sido usada en México y se especulaba mucho sobre su utilidad o no, en este caso su funcionamiento aplicado y su complementación con los procedimientos estadísticos, matemáticos y de computación lograron un resultado global importante. Dicha fórmula es:

$$D (F_j) = X_{1j} + C X_{2j} + C^2 X_{3j} + C^3 X_{4j} + \dots C^{p-1} X_{pj}$$

Era muy interesante participar, de alguna manera, en los juegos que se pueden hacer con el conocimiento del uso de la computadora; así, aparecían listados con los colores obtenidos; por ejemplo, la gama de 48 colores en total que resultaron. Y las diferentes formas de aparición, sea por orden alfabético de los colores o por orden descendente de disponibilidad o aceptación. Hasta los resultados finales agrupados por: color/variable, planteles, regiones, sexos, total en cada campo semántico (como se anexa enseguida).

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO ROPA

COLOR	PREPA.	CCH	BACHI.	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRS	TOTAL
AZUL	0.0296	0.8444	0.7426	0.7153	0.7259	0.7752	0.8267	0.7843	0.8055
BLANCO	0.6542	0.6060	0.6040	0.6660	0.6042	0.5940	0.6141	0.6280	0.6214
ROJO	0.5072	0.5108	0.6341	0.4626	0.6733	0.5162	0.5075	0.5939	0.5507
GRIS	0.5171	0.5670	0.4269	0.5062	0.5226	0.4824	0.5401	0.4674	0.5037
CAFE	0.4023	0.4419	0.6438	0.4832	0.5520	0.4527	0.4819	0.5101	0.4960
ROSA	0.4203	0.4354	0.5749	0.5381	0.5841	0.3583	0.6806	0.3065	0.4935
NEGRO	0.4480	0.5256	0.4874	0.4974	0.4605	0.5031	0.3774	0.5966	0.4870
VERDE	0.4422	0.4676	0.4821	0.4279	0.4021	0.5619	0.4509	0.4770	0.4640
AMARILLO	0.3988	0.3686	0.4962	0.3846	0.3933	0.4458	0.4108	0.4050	0.4079
BEIGE	0.2489	0.5252	0.3069	0.4430	0.2995	0.3385	0.3264	0.3942	0.3603
MORADO	0.2217	0.4410	0.3683	0.3465	0.3691	0.3154	0.3880	0.2993	0.3436
VINO	0.3371	0.1474	0.1449	0.2304	0.2374	0.1615	0.2038	0.2158	0.2098
GUINDA	0.2480	0.1573	0.2023	0.1705	0.1043	0.3328	0.2502	0.1548	0.2025
ANARANJADO	0.3220	0.1085	0.1260	0.1855	0.1287	0.2423	0.1701	0.2009	0.1855
LILA	0.1422	0.1791	0.1651	0.1174	0.3159	0.0331	0.1630	0.1613	0.1621
VIOLETA	0.0776		0.0908	0.0365	0.0215	0.1104		0.1123	0.0561
SHEDRON	0.0266	0.0328	0.0328	0.0328	0.0594		0.0396	0.0219	0.0307
PLATEADO	0.0644	0.0239				0.0883	0.0159	0.0429	0.0294
TURQUESA	0.0693			0.0365		0.0328		0.0462	0.0231
DORADO	0.0580					0.0580		0.0386	0.0193
CREMA		0.0266	0.0239		0.0266	0.0239		0.0337	0.0168
HUESO	0.0450					0.0450	0.0300		0.0150
FIUSHA	0.0328				0.0328		0.0219		0.0109
UVA		0.0328		0.0328				0.0219	0.0109
MOSTAZA		0.0215				0.0215	0.0143		0.0072
ROSA	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
ROSA	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
ROSA	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

02

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO ZAPATOS

COLOR/VARIABLE	PREPA	CCH	BACHI	NORTE	SUR	ORIENT	HUJERS	HOMBRS	TOTAL
AZUL	0.6466	0.7828	0.8280	0.8176	0.6488	0.7910	0.7838	0.7212	0.7525
BLANCO	0.7523	0.7350	0.7099	0.7623	0.6375	0.7074	0.6847	0.7801	0.7324
NEGRO	0.7303	0.6895	0.7759	0.7472	0.7367	0.7117	0.7868	0.6769	0.7319
GRIS	0.6464	0.6437	0.6446	0.6202	0.7014	0.6131	0.6626	0.6272	0.6449
CAFE	0.5913	0.6387	0.5701	0.5567	0.6360	0.6074	0.5862	0.6139	0.6000
VINO	0.5791	0.5895	0.5517	0.5504	0.6467	0.5233	0.4775	0.6694	0.5734
ROSA	0.3851	0.3886	0.4331	0.4910	0.5281	0.3876	0.5149	0.4230	0.4689
ROJO	0.4637	0.4346	0.3841	0.4035	0.3359	0.4570	0.4493	0.4089	0.4291
VERDE	0.2661	0.3697	0.3014	0.3406	0.3094	0.2873	0.3791	0.2457	0.3124
BEIGE	0.2846	0.2323	0.2922	0.2511	0.4006	0.1573	0.2496	0.2897	0.2697
AMARILLO	0.2903	0.1829	0.1261	0.1728	0.1250	0.3015	0.2224	0.1771	0.1998
MORADO	0.2154	0.2211	0.1024	0.2153	0.1631	0.1806	0.1551	0.2042	0.1797
LILA	0.1674	0.2139	0.1370	0.2115	0.1933	0.1135	0.1993	0.1463	0.1728
GUINDA	0.0505	0.0839	0.2134	0.0936	0.0295	0.2246	0.1652	0.0666	0.1159
ANARANJADO	0.1465		0.0886	0.0266	0.0405	0.1681	0.0270	0.1298	0.0784
MIEL	0.0543	0.1286			0.1465	0.0365	0.0462	0.0758	0.0610
CREMA	0.0295	0.0405	0.0716	0.0405	0.0266	0.0745	0.0374	0.0570	0.0472
HUESO	0.0565	0.0660		0.0365	0.0295	0.0505		0.0776	0.0386
VIOLETA	0.0239	0.0266	0.0239	0.0266	0.0239	0.0239	0.0159	0.0337	0.0248
DORADO	0.0543				0.0543		0.0362		0.0181
PLATEADO	0.0295	0.0239			0.0534		0.0197	0.0159	0.0178
MARFIL	0.0266	0.0215			0.0215	0.0266	0.0143	0.0177	0.0160
BERMELLON			0.0328	0.0328				0.0219	0.0109
PURPURA			0.0266	0.0266				0.0177	0.0089
SHEBRON	0.0239				0.0239			0.0159	0.0080
VERDE	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
ROJO	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
AMARILLO	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

51

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO COSMETICOS

COLOR/VARIABLE	PREPA	CCH	BACHI.	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRS	TOTAL
AZUL	0.2217	0.7176	0.7446	0.7666	0.7111	0.8262	0.7670	0.7689	0.7680
ROJO	0.6440	0.6925	0.7484	0.7798	0.7087	0.5964	0.6898	0.7001	0.6950
ROSA	0.6115	0.6871	0.6096	0.6419	0.5519	0.7144	0.6645	0.6076	0.6361
CAFE	0.5451	0.6534	0.4988	0.5383	0.5912	0.5678	0.6879	0.4436	0.5658
VERDE	0.5309	0.5161	0.5665	0.4344	0.6520	0.5272	0.5561	0.5196	0.5378
BLANCO	0.5420	0.5417	0.4987	0.5183	0.4684	0.5957	0.5443	0.5107	0.5275
NEGRO	0.3139	0.6093	0.4435	0.5185	0.4523	0.3959	0.4419	0.4693	0.4556
MORADO	0.2702	0.5186	0.3721	0.4421	0.3686	0.3502	0.3736	0.4003	0.3870
AMARILLO	0.4245	0.1278	0.2742	0.3864	0.1319	0.3082	0.2037	0.3473	0.2755
LILA	0.3480	0.1665	0.2963	0.3495	0.3434	0.1179	0.3792	0.1614	0.2703
GRIS	0.2319	0.2926	0.2765	0.2654	0.1700	0.3596	0.2725	0.2575	0.2650
VINO	0.1754	0.2380	0.2919	0.2292	0.2674	0.2088	0.2505	0.2198	0.2351
ANARANJADO	0.2474	0.0871	0.1111	0.1406	0.1179	0.1871	0.0634	0.2336	0.1485
VIOLETA	0.1686	0.0735	0.1534	0.0266	0.0733	0.2975	0.0464	0.2185	0.1325
BEIGE	0.0620	0.1101	0.1548	0.1677	0.0567	0.1025	0.1451	0.0729	0.1090
GUINDA	0.1160	0.0454	0.1160	0.0660		0.2174	0.1153	0.0697	0.0925
PLATEADO	0.0954	0.1090	0.0720	0.0295	0.1776	0.0694	0.0303	0.1540	0.0921
CASTAÑO	0.1156	0.0771	0.0819	0.1432	0.0809	0.0505	0.0873	0.0958	0.0915
DORADO	0.0556	0.0328	0.0766		0.1384	0.0266	0.0396	0.0704	0.0550
NACAR		0.0500	0.0500		0.1000			0.0667	0.0333
RUBIO	0.0266	0.0293	0.0239		0.0800		0.0356	0.0177	0.0267
PURPURA		0.0594		0.0328	0.0266			0.0396	0.0198
CAOBA	0.0295	0.0239			0.0534		0.0159	0.0197	0.0178
HUESO	0.0405				0.0405		0.0270		0.0135
FIJUSA	0.0365				0.0365		0.0243		0.0121
CARMIN			0.0365		0.0365			0.0243	0.0121
TURQUESA	0.0365			0.0365				0.0243	0.0121
BORGOLA		0.0328			0.0328		0.0219		0.0109

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO AUTOMOVILES

COLOR/VARIABLE	PREPA	CCH	BACHI	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRES	TOTAL
BLANCO	0.7546	0.8399	0.6897	0.6653	0.8427	0.7761	0.7655	0.7573	0.7614
ROJO	0.6892	0.7497	0.6902	0.6126	0.7870	0.7295	0.7454	0.6740	0.7097
AZUL	0.6261	0.7023	0.6776	0.6811	0.6829	0.6421	0.6359	0.7015	0.6687
NEGRO	0.5189	0.7340	0.6363	0.7251	0.6794	0.4847	0.6551	0.4044	0.6297
VERDE	0.6064	0.5464	0.6983	0.5683	0.5923	0.6909	0.6154	0.6186	0.6170
AMARILLO	0.5357	0.5126	0.6231	0.6187	0.4481	0.6046	0.6288	0.4854	0.5571
GRIS	0.5450	0.6145	0.4603	0.5395	0.5945	0.4860	0.5929	0.4871	0.5400
CAFE	0.5274	0.4053	0.4699	0.4486	0.4284	0.5257	0.5277	0.4074	0.4676
ANARANJADO	0.4623	0.3882	0.3512	0.3747	0.3894	0.4376	0.4154	0.3857	0.4006
VINO	0.2679	0.3428	0.2805	0.2786	0.2904	0.3223	0.2509	0.3433	0.2971
BEIGE	0.1726	0.1419	0.2405	0.2655	0.2606	0.2295	0.1691	0.2009	0.1850
PLATEADO	0.2821	0.1462	0.0405	0.1483	0.1325	0.1881	0.1059	0.2067	0.1543
GUINDA	0.0771	0.1170	0.1179	0.0899	0.1071	0.1149	0.1443	0.0637	0.1040
ROSA	0.0481	0.1071	0.0700	0.0481	0.0700	0.1071	0.0695	0.0807	0.0751
MORADO	0.1224	0.0365	0.0478	0.0604		0.1463	0.0386	0.0991	0.0689
LILA	0.0986	0.0510	0.0481	0.0986	0.0430	0.0561	0.0820	0.0498	0.0659
DORADO	0.0828	0.0561	0.0215	0.0328	0.0776	0.0500	0.0321	0.0749	0.0535
CORAL			0.1056	0.1056				0.0704	0.0352
ALUMINIO			0.0795	0.0795				0.0530	0.0265
CREMA		0.0215	0.0561	0.0215		0.0561		0.0517	0.0259
JADE	0.0450				0.0450			0.0300	0.0150
HUESO	0.0215		0.0215		0.0430		0.0143	0.0143	0.0143
SHEDRON			0.0365			0.0365	0.0243		0.0121
VIOLETA	0.0295					0.0295		0.0197	0.0098
COBRE			0.0266	0.0266				0.0177	0.0089
ORO			0.0239	0.0239				0.0159	0.0080
COFRE	0.0000	0.0111	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
PUNJURA	0.0000	0.0111	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO ANUNCIOS

COLOR/VARIABLE	PREPA	CCH	BACHI	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRS	TOTAL
ROJO	0.7981	0.7603	0.6070	0.6765	0.6938	0.7952	0.7207	0.7230	0.7218
AZUL	0.6564	0.7383	0.7426	0.7298	0.6401	0.7674	0.7337	0.6911	0.7124
BLANCO	0.6127	0.7578	0.6905	0.5661	0.7379	0.6620	0.7149	0.6591	0.6870
NEGRO	0.5570	0.7310	0.6529	0.7530	0.5536	0.6349	0.6260	0.6680	0.6470
AMARILLO	0.6407	0.5219	0.6495	0.6016	0.5817	0.6289	0.5441	0.6639	0.6040
VERDE	0.6721	0.5198	0.6037	0.6351	0.6111	0.5494	0.5952	0.6019	0.5985
AMARANJADO	0.5850	0.5822	0.6254	0.4990	0.7378	0.5559	0.5851	0.6099	0.5975
CAFE	0.4112	0.4565	0.5887	0.4700	0.4632	0.5232	0.4803	0.4906	0.4855
ROSA	0.3262	0.3650	0.4654	0.4321	0.4057	0.3188	0.4770	0.2941	0.3855
GRIS	0.1974	0.4171	0.2686	0.4557	0.1950	0.2324	0.2757	0.3130	0.2944
MORADO	0.1823	0.1048	0.2155	0.1724	0.2029	0.1272	0.2286	0.1065	0.1675
VINO	0.0782	0.1048	0.1039	0.1015	0.0894	0.1161	0.0894	0.1019	0.0957
LILA	0.0959	0.0430	0.1464	0.0670	0.1464	0.0720	0.1582	0.0321	0.0951
GUINDA	0.1054	0.0365	0.0859		0.1054	0.1224	0.0683	0.0836	0.0759
BEIGE	0.0776	0.1177	0.0215	0.0911	0.1042	0.0215	0.0608	0.0838	0.0723
PLATEADO	0.1336	0.0534	0.0239	0.0295		0.1814	0.0496	0.0910	0.0703
DORADO	0.1034	0.1058		0.0750	0.0604	0.0739	0.0402	0.0993	0.0697
VIDOLETA	0.1641	0.0430		0.0215	0.1196	0.0660	0.0510	0.0870	0.0690
SHEDRON	0.0365			0.0365				0.0243	0.0121
HUESO	0.0365				0.0365			0.0243	0.0121
MOSTAZA		0.0328			0.0328			0.0219	0.0109
ORO	0.0215					0.0215	0.0143		0.0072
MARFIL	0.0215					0.0215		0.0143	0.0072
CREMA			0.0215		0.0215			0.0143	0.0072
TURQUESA		0.0215				0.0215		0.0143	0.0072
JYJ	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
PEPIA	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
PERIA	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

.....
 TABLA DEL CAMPO SEBANTZCO MOCHILAS

COLOR/VARIABLE	PREPA	CCH	BACHI	NORTE	SUR	ORIENT	HUJERS	HOMBRES	TOTAL
AZUL	0.6780	0.7965	0.8518	0.8573	0.7091	0.7599	0.2668	0.7840	0.7754
CAFE	0.6478	0.6982	0.7612	0.7112	0.6832	0.7128	0.6957	0.7091	0.7024
NEGRO	0.7227	0.6231	0.6483	0.6019	0.6634	0.7287	0.6515	0.6779	0.6647
GRIS	0.4780	0.5217	0.6311	0.5336	0.5421	0.5551	0.4561	0.6311	0.5436
ROJO	0.5890	0.4725	0.4768	0.5584	0.4557	0.5243	0.5036	0.5220	0.5128
BLANCO	0.6011	0.5607	0.3627	0.5177	0.4354	0.5714	0.5283	0.4880	0.5082
ROSA	0.4575	0.4159	0.3690	0.4660	0.3500	0.4265	0.4762	0.3521	0.4141
VERDE	0.3723	0.4696	0.3874	0.3559	0.4202	0.4532	0.4059	0.4137	0.4098
VINO	0.2485	0.4603	0.4786	0.3459	0.5342	0.3074	0.3988	0.3928	0.3958
AMARILLO	0.4769	0.2581	0.5343	0.3389	0.3209	0.4096	0.4211	0.2918	0.3565
BEIGE	0.2786	0.3357	0.2573	0.2913	0.4238	0.1564	0.3567	0.2243	0.2905
ANARANJADO	0.2133	0.1668	0.2594	0.2234	0.2059	0.2102	0.1920	0.2344	0.2132
MORADO	0.0998	0.2025	0.2018	0.1563	0.1893	0.1565	0.1620	0.1740	0.1680
LILA	0.1290	0.0567	0.1672	0.2135	0.0889	0.0505	0.1073	0.1280	0.1176
GUINDA	0.1565	0.1030	0.0905	0.0365	0.1561	0.1575	0.0906	0.1427	0.1167
PLATEADO	0.1024	0.0961	0.0925	0.0733	0.0776	0.1401	0.0961	0.0979	0.0970
DORADO	0.0923	0.0665	0.0239	0.0450	0.0904	0.0478	0.0459	0.0762	0.0611
VIOLETA	0.0510		0.0500	0.0295		0.0715	0.0197	0.0477	0.0337
MIEL		0.0900			0.0900		0.0300	0.0300	0.0300
TURQUESA	0.0295	0.0500		0.0295		0.0500	0.0197	0.0333	0.0265
CREMA	0.0239	0.0328		0.0328		0.0239	0.0159	0.0219	0.0189
HUESO	0.0405				0.0405		0.0270		0.0135
CAQUI		0.0365			0.0365			0.0243	0.0121
CAOBA	0.0239			0.0239				0.0159	0.0080
HARRON			0.0239	0.0239			0.0159		0.0080
ORO			0.0239	0.0239			0.0159		0.0080
SHEDRON			0.0215	0.0215			0.0143		0.0072
UVI	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
GRU	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO MUELES

COLOR/VARIABLE	PREPA	CCH	BACHT.	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRS	TOTAL
CAFE	0.6650	0.8229	0.8232	0.7006	0.8293	0.7813	0.8303	0.7104	0.7704
BLANCO	0.5288	0.7456	0.5775	0.5702	0.6462	0.6354	0.5888	0.6458	0.6173
NEGRO	0.5118	0.6232	0.6333	0.6464	0.5437	0.5790	0.6417	0.5377	0.5897
VERDE	0.5993	0.6372	0.4986	0.5251	0.6024	0.6076	0.5897	0.5670	0.5784
AZUL	0.5302	0.5787	0.5028	0.5160	0.4943	0.6113	0.5227	0.5517	0.5372
ROJO	0.4300	0.4553	0.4880	0.5802	0.4212	0.3718	0.5910	0.3245	0.4578
AMARILLO	0.3103	0.5019	0.4766	0.3812	0.4309	0.4768	0.4038	0.4555	0.4296
BEIGE	0.4049	0.4916	0.3625	0.4137	0.4650	0.3803	0.4018	0.4376	0.4197
VINO	0.3895	0.4256	0.3131	0.3852	0.3864	0.3265	0.2834	0.4487	0.3661
GRIS	0.2734	0.3253	0.4478	0.3357	0.3169	0.3938	0.3441	0.3535	0.3488
ANARANJADO	0.2224	0.3140	0.4876	0.3372	0.3930	0.2937	0.3936	0.2890	0.3413
CAOBA	0.2665	0.1326	0.1450	0.3037	0.1404	0.1000	0.1390	0.2237	0.1814
ROSA	0.1413	0.1976	0.1294	0.1719	0.1184	0.1779	0.2431	0.0691	0.1561
PLATEADO	0.1584		0.1751	0.0716	0.0770	0.1649	0.0519	0.1571	0.1045
HUESO	0.2350		0.0405		0.1760	0.0995	0.0447	0.1389	0.0918
GUINDA	0.0939	0.0510	0.0553	0.0405		0.1600	0.0997	0.0340	0.0668
DORADO	0.1042	0.0450	0.0215	0.0561	0.0450	0.0696		0.1138	0.0569
ORO	0.0955		0.0733	0.1688			0.0696	0.0429	0.0563
NEGRO	0.0239	0.0481	0.0869	0.0365	0.0481	0.0744	0.0739	0.0321	0.0530
SHEDRON	0.1458			0.0630	0.0828			0.0972	0.0486
LILA	0.0295	0.0454	0.0670	0.0215	0.1204		0.0749	0.0197	0.0473
CREMA	0.0833		0.0365		0.0693	0.0505	0.0621	0.0177	0.0399
MOGAL	0.0450	0.0500		0.0500	0.0450		0.0300	0.0333	0.0317
MARFIL	0.0810					0.0810		0.0540	0.0270
VIOLETA	0.0543			0.0215		0.0328		0.0362	0.0181
SEPIA	0.0500				0.0500		0.0333		0.0167
OCRE			0.0500	0.0500				0.0333	0.0167
MARRON	0.0450			0.0450				0.0300	0.0150
TURQUESA	0.0450					0.0450		0.0300	0.0150

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO TAPICES

COLOR/VARIABLE	PREPA	CCH	DACHI	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRES	TOTAL
ROJO	0.6008	0.6550	0.8049	0.7677	0.5588	0.7343	0.6770	0.6968	0.6869
VERDE	0.6790	0.5802	0.6638	0.5432	0.7097	0.6702	0.6685	0.6135	0.6410
CAFE	0.5810	0.6226	0.6859	0.6524	0.6946	0.5424	0.6551	0.6046	0.6298
BLANCO	0.6679	0.6042	0.5722	0.6371	0.7448	0.4623	0.5674	0.6620	0.6147
AZUL	0.5787	0.5848	0.6195	0.4669	0.5978	0.7183	0.5638	0.6248	0.5943
VINO	0.3830	0.5040	0.4562	0.4531	0.3927	0.4974	0.4799	0.4155	0.4477
AMARILLO	0.3517	0.3711	0.5911	0.3791	0.3862	0.5486	0.4611	0.4140	0.4380
BEIGE	0.3662	0.4755	0.3236	0.3533	0.5390	0.2730	0.4148	0.3621	0.3885
NEGRO	0.3884	0.3759	0.3810	0.3923	0.3268	0.4261	0.3361	0.4275	0.3818
GRIS	0.4327	0.3309	0.3573	0.4435	0.3467	0.3308	0.3646	0.3827	0.3736
ANARANJADO	0.3764	0.5030	0.2212	0.3974	0.3892	0.3139	0.3928	0.3409	0.3668
ROSA	0.2427	0.1393	0.3419	0.2741	0.1725	0.2773	0.3183	0.1643	0.2413
MORADO	0.1885	0.3636	0.1248	0.1650	0.2395	0.2724	0.1962	0.2550	0.2256
LILA	0.1387	0.0556	0.0896	0.0505	0.1855	0.0478	0.1109	0.0783	0.0946
GUINDA	0.0920	0.0809	0.0809	0.1149	0.0958	0.0430	0.0868	0.0824	0.0846
CRENA	0.0961	0.0500	0.0478	0.0500		0.1439	0.0429	0.0863	0.0646
VIOLETA	0.0215	0.0594	0.0505	0.1048		0.0266		0.0876	0.0438
SHEDRON	0.0405	0.0450	0.0295	0.0405	0.0450	0.0295	0.0197	0.0570	0.0383
DORADO	0.0759			0.0430		0.0328	0.0143	0.0362	0.0253
ORO	0.0266		0.0450	0.0266		0.0450	0.0300	0.0177	0.0239
HUESO	0.0671				0.0405	0.0266	0.0447		0.0224
MARRÓN	0.0405	0.0215		0.0405		0.0215	0.0143	0.0270	0.0207
PLATEADO	0.0295		0.0266		0.0266	0.0295		0.0374	0.0187
TURQUESA	0.0478			0.0478			0.0319		0.0159
UVA		0.0365		0.0365				0.0243	0.0121
MOSTAZA		0.0328		0.0328			0.0219		0.0109
MAPLE		0.0215			0.0215			0.0143	0.0072
BLANCO	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

TABLA DEL CAMPO SEMANTICO PINTURA CASA

COLOR/VARIABLE	PREPA	GCH	BACHI	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRES	TOTAL
BLANCO	0.7527	0.7447	0.8427	0.7426	0.8419	0.7556	0.7282	0.7818	0.7800
AZUL	0.6898	0.8076	0.6118	0.6775	0.6536	0.7780	0.7293	0.6768	0.7031
VERDE	0.6822	0.6656	0.6238	0.6650	0.6319	0.6747	0.7048	0.6096	0.6572
AMARILLO	0.6848	0.4703	0.6226	0.6182	0.6160	0.5436	0.5877	0.5974	0.5926
ROJO	0.4932	0.5118	0.5737	0.4473	0.5581	0.5734	0.4794	0.5731	0.5263
ROSA	0.4539	0.5692	0.5347	0.6104	0.5102	0.4373	0.6059	0.4326	0.5193
CAFE	0.3942	0.4809	0.3869	0.5170	0.3340	0.4108	0.4108	0.4305	0.4296
BEIGE	0.3900	0.3656	0.4250	0.3380	0.5165	0.3260	0.3097	0.4773	0.3935
GRIS	0.3031	0.3642	0.3952	0.3487	0.3817	0.3321	0.3008	0.4075	0.3542
ANARANJADO	0.2904	0.3512	0.4008	0.3885	0.3258	0.3280	0.3225	0.3724	0.3475
NEGRO	0.4084	0.2647	0.2285	0.3645	0.2393	0.2979	0.2251	0.3760	0.3006
MORADO	0.1633	0.3019	0.1964	0.2340	0.1659	0.2617	0.3418	0.0993	0.2206
VINO	0.0531	0.1627	0.2854	0.2313	0.0859	0.1840	0.1772	0.1570	0.1671
LILA	0.1161	0.0481	0.1239	0.1005	0.0505	0.1371	0.1095	0.0826	0.0960
MARFIL	0.1220	0.0771	0.0534	0.0450	0.1471	0.0604	0.0413	0.1270	0.0842
CREMA	0.1000	0.0405	0.1009	0.0405	0.0770	0.1239	0.1069	0.0540	0.0805
HUESO	0.1662	0.0239	0.0328		0.1573	0.0656	0.1049	0.0437	0.0743
VIOLETA	0.0991	0.0795		0.0481	0.0771	0.0534	0.0820	0.0370	0.0595
HARRON	0.0430	0.1000		0.0215		0.1215	0.0143	0.0810	0.0477
GUINDA	0.0405	0.0215	0.0747	0.0747	0.0405	0.0215	0.0143	0.0768	0.0456
MAHEY	0.0405				0.0405		0.0270		0.0135
SHEDRON		0.0328			0.0328		0.0219		0.0109
DORADO		0.0295			0.0295			0.0197	0.0098
MOSTAZA	0.0266					0.0266	0.0177		0.0089
NACAR	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
ROSA	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
PURPURA	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
PLATEADO	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

TABLA DEL C. I. D. SEMANTICO VESTIDO

COLOR/VARIABLE	PREPA	GCH	BACHT.	NORTE	SUR	ORIENT	MUJERS	HOMBRES	TOTAL
AZUL	0.8338	0.8264	0.8599	0.8744	0.7668	0.8789	0.7965	0.8835	0.8400
BLANCO	0.6809	0.7725	0.6350	0.6273	0.6997	0.7595	0.6426	0.7483	0.6955
NEGRO	0.6046	0.5508	0.6264	0.4456	0.6244	0.7118	0.6235	0.5643	0.5939
GRIS	0.6448	0.5882	0.5087	0.6274	0.5326	0.5817	0.5769	0.5843	0.5806
VERDE	0.4685	0.5028	0.6012	0.4815	0.5767	0.5143	0.4875	0.5608	0.5242
ROJO	0.4500	0.5148	0.5941	0.5526	0.4851	0.5213	0.4679	0.5713	0.5196
CAFE	0.4882	0.5157	0.5093	0.5689	0.4136	0.5308	0.4458	0.5630	0.5044
BEIGE	0.4253	0.4723	0.4195	0.5172	0.4428	0.3570	0.3824	0.4956	0.4390
ROSA	0.3981	0.5065	0.3650	0.3990	0.4276	0.4410	0.6254	0.2196	0.4225
AMARILLO	0.4265	0.3756	0.4505	0.3102	0.5048	0.4376	0.3953	0.4397	0.4175
VINO	0.3499	0.2719	0.2240	0.2486	0.3134	0.2838	0.2544	0.3095	0.2819
HORADO	0.2015	0.2127	0.1694	0.2787	0.1850	0.1198	0.3079	0.0812	0.1945
LILA	0.1024	0.1311	0.1360	0.1719	0.0720	0.1236	0.1827	0.0624	0.1225
ANARANJADO	0.0295	0.1339	0.1935	0.1207	0.1669	0.0694	0.0723	0.1657	0.1190
GUINDA	0.0644	0.0481	0.1675	0.1165	0.0671	0.0965	0.0723	0.1144	0.0933
VIOLETA	0.0981		0.0266	0.0481	0.0766		0.0510	0.0321	0.0416
CREMA	0.0295	0.0604		0.0604		0.0295	0.0197	0.0402	0.0300
TURQUESA	0.0644			0.0644			0.0429		0.0215
DORADO	0.0534				0.0295	0.0239		0.0356	0.0178
SEPIA	0.0450				0.0450		0.0300		0.0150
HUESO			0.0328			0.0328		0.0219	0.0109
MIEL	0.0328				0.0328		0.0219		0.0109
MARFIL		0.0295			0.0295			0.0197	0.0098
SHEDRON	0.0215				0.0215		0.0143		0.0072
027	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
028	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
029	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
030	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

ORDEN ALFABETICO.

Aluminio.-	0.0265	Mamey.-	0.0135
Amarillo.-	4.2733	Maple.-	0.0072
Anaranjado.-	3.5039	Marfil.-	0.1442
Azul.-	7.1571	Marrón.-	0.0994
Beige.-	2.9275	Miel.-	0.1091
Bermellón.-	0.0181	Morado.-	2.0084
Blanco.-	6.5454	Mostaza.-	0.0379
Borgoña.-	0.0109	Nácar.-	0.0333
Café.-	5.6425	Negro.-	5.4819
Caoba.-	0.2072	Nogal.-	0.0317
Caqui.-	0.0121	Ocre.-	0.0167
Carmin.-	0.0121	Oro.-	0.1034
Castaño.-	0.0915	Plateado.-	0.5861
Cobre.-	0.0089	Púrpura.-	0.0287
Coral.-	0.0352	Rojo.-	5.8097
Crema.-	1.5847	Rosa.-	3.8124
Dorado.-	0.3865	Rubio.-	0.0267
Escarlata.-	0.0072	Sepia.-	0.0317
Fiusha.-	0.0230	Shedrón.-	0.1751
Gris.-	4.4488	Turquesa.-	0.1213
Guinda.-	0.9978	Uva.-	0.0230
Hueso.-	0.3066	Verde.-	5.3403
Jade.-	0.0150	Vino.-	3.0697
Lila.-	1.2442	Violeta.-	0.4889

ORDEN DESCENDENTE.

Azul.-	7.1571	Miel.-	0.1091
Blanco.-	6.5454	Oro.-	0.1034
Rojo.-	5.8097	Marrón.-	0.0994
Café.-	5.6425	Castaño.-	0.0915
Negro.-	5.4819	Mostaza.-	0.0379
Verde.-	5.3403	Coral.-	0.0352
Gris.-	4.4488	Nácar.-	0.0333
Amarillo.-	4.2733	Nogal.-	0.0317
Rosa.-	3.8124	Sepia.-	0.0317
Anaranjado.-	3.5039	Púrpura.-	0.0287
Vino.-	3.0697	Rubio.-	0.0267
Beige.-	2.9275	Aluminio.-	0.0265
Morado.-	2.0084	Fiusha.-	0.0230
Crema.-	1.5847	Uva.-	0.0230
Lila.-	1.2442	Bermellón.-	0.0181
Guinda.-	0.9978	Ocre.-	0.0167
Plateado.-	0.5861	Jade.-	0.0150
Violeta.-	0.4889	Mamey.-	0.0135
Dorado.-	0.3865	Caqui.-	0.0121
Hueso,-	0.3066	Carmin.-	0.0121
Caoba.-	0.2072	Borgoña.-	0.0109
Shedrón.-	0.1751	Cobre.-	0.0089
Marfil.-	0.1442	Escarlata.-	0.0072
Turquesa.-	0.1213	Maple.-	0.0072

3. DISPONIBILIDAD LEXICA POR CENTRO DE INTERES.

Los centros de interés elegidos para esta investigación ofrecieron los siguientes resultados:

1.- Ropa.- De 25 colores en total que fueron disponibles en este primer campo, el azul obtuvo la posición número uno con 0.81; después, el blanco con 0.62; el tercer lugar fue para el color rojo con 0.55; hasta el mostaza con 0.007 como el menos disponible.

2.- Zapatos.- El color azul nuevamente ocupó el primer sitio con 0.75, de un total de 25 colores; el segundo lugar fue para el blanco con 0.732 y después el negro con 0.731, el color de menor frecuencia fue el shedrón con 0.008.

3.- Cosméticos.- De un total de 30 colores, el más disponible fue el azul con 0.77; seguido por el color rojo con 0.70 y el rosa con 0.64; el color más bajo fue el escarlata con 0.007. El fuchsia, el carmín y el turquesa obtuvieron un resultado similar con 0.012.

4.- Automóviles.- 26 colores de automóviles fueron los que tuvieron aceptación; así, el blanco fue el más disponible con 0.76; el rojo con 0.71 fue el segundo lugar; en este campo el azul quedó en tercer sitio con 0.67. El más bajo promedio fue para el color oro con 0.008.

5.- Anuncios comerciales.- Los colores aceptables para este centro fueron un total de 25; dejando en primer lugar al rojo con 0.72; el azul (0.71) y el blanco (0.69) ocuparon el segundo y tercer lugar respectivamente. El oro, crema, marfil, turquesa fueron los últimos con 0.007.

6.- Mochilas, bolsas.- De 27 colores en total para este campo, los más aceptables fueron el azul con 0.78; seguido por el café (0.70) y el negro (0.66). El shedrón con 0.007 fue el más bajo.

7.- Muebles.- 31 colores fueron disponibles, en menor o mayor grado, para este punto. Siendo los de más alto promedio el café con 0.77, el blanco en 0.62 y el negro con 0.59. Los colores menos disponibles con 0.007 fueron el miel y el bermellón.

8.- Tapices y alfombras.- De un total de 27 colores disponibles para este campo, el más aceptable fue el rojo con 0.69, posteriormente el verde y el café con 0.64 y 0.63 respectivamente. El maple con 0.007 ocupó el último lugar.

9.- Pintura de casa.- El blanco (0.78) fue el color más disponible de un total de 24 colores; el segundo y tercer lugar fueron para los colores azul y verde con 0.70 y 0.66 respectivamente. El promedio más bajo fue para el mostaza con 0.008.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- De 24 colores en total para esta preferencia del entrevistado el color con mayor aceptación fue el azul con 0.84; seguido del blanco con 0.70 y el negro con 0.59. El shedrón en 0.007 fue el más bajo.

Con este análisis vemos que el centro de interés que obtuvo el mayor número de colores; es decir, una gama total más amplia, fue para el campo número 7 --Muebles-- con un resultado de 31 colores. El segundo campo con más colores aceptables fue el de Cosméticos con 30 colores. Y curiosamente, los campos 9 y 10, últimos en esta investigación, --Pintura de casa y Vestido-- fueron los de resultantes más bajos con 24 colores en total. Los campos restantes oscilaron en 25, 26 y 27 colores en total.

CUADRO POR CENTRO DE INTERES.

No.	CENTRO DE INTERES	TOTAL DE COLORES	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	Ropa	25	azul	0.81	mostaza	0.007
2	Zapatos	25	azul	0.75	shedrón	0.008
3	Cosméticos	30	azul	0.77	escarlata	0.007
4	Automóvil	26	blanco	0.76	oro	0.008
5	Anuncios	25	rojo	0.72	oro, marfil, crema, turq.	0.007
6	Mochilas	27	azul	0.78	shedrón	0.007
7	Muebles	31	café	0.77	tiel, bermellón	0.007
8	Tapices	27	rojo	0.69	maple	0.007
9	Pintura de casa	24	blanco	0.78	mostaza	0.008
10	Vestido	24	azul	0.84	shedrón	0.007

4. DISPONIBILIDAD LEXICA POR PLANTEL.

4.1. Escuelas Preparatorias.

Primero analizaremos los datos obtenidos por las Escuelas Preparatorias investigadas para este trabajo. La disponibilidad será tomada en el orden de los centros de interés, los totales en cuanto a los colores más disponibles de cada campo, sus primeros lugares así como, el último posible.

1.- Ropa.- De un total de 22 colores, el azul con 0.83 fue el más disponible; el blanco con 0.65 fue el segundo y el color menos aceptado fue el fiusha con 0.03.

2.- Zapatos.- 23 colores en total para este campo dieron al blanco con 0.75 como el más disponible; seguido del negro con 0.73; el color azul quedó en tercer sitio con 0.65, lo que no sucedió en los planteles posteriores. Para este centro los menos probables fueron el shedrón y el violeta con 0.02.

3.- Cosméticos.- De 25 colores en total fue el azul con 0.82 el más aceptable, posteriormente el color rojo (0.64), dejando al marrón el último lugar con 0.02.

4.- Automóviles.- Para este campo el total de colores fue de 20. El primer lugar fue para el blanco con 0.76; después el rojo (0.69). En todos los planteles estos dos colores fueron los más importantes. El color con más bajo rendimiento fue el hueso con 0.02.

5.- Anuncios comerciales.- El rojo (0.79) ocupó el primer sitio de un total de 22 colores en este centro. El color azul en 0.65 fue el segundo lugar. Los colores de menor posibilidad en los tres planteles visitados de Preparatorias fueron el oro y el marfil con 0.02.

6.- Mochilas, bolsas.- 22 colores es el resultado de disponibilidad donde el color negro fue el mayor con 0.73; segui-

do del azul con 0.68. El crema y el caoba fueron los colores de más bajo rendimiento con 0.02.

7.- Muebles.- De un resultado total de 28 colores, el color café ocupó el primer lugar con 0.67; posteriormente, el verde en 0.60. El color morado fue el último con 0.02.

8.- Tapices y alfombras.- El color verde con 0.68 fue el más disponible en un total de 24 colores. El segundo lugar fue para el blanco con 0.66. El color menos disponible fue el violeta en 0.02.

9.- Pintura de casa.- De 22 colores en total, el más disponible fue el blanco con 0.75; el segundo fue el color azul con 0.69. Con 0.02 el color mostaza fue el más bajo.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- De un total de 22 colores; el color preferido de los informantes, en general, fue el azul con 0.83; el blanco con 0.68 fue el segundo lugar. Y en último quedó el shedrón con 0.02.

Del análisis de todos los campos por plantel, y en este caso de las Escuelas Preparatorias, tenemos que el centro con el número más alto de colores en total fue el de Muebles con 28 colores en total; es decir, los colores disponibles en este campo. Los otros centros oscilaron entre 22 y 25 colores en total.

CUADRO DE LAS ESC. PREPARATORIAS.

No.	CENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	22/25	azul	0.83	fiusha	0.03
2	ZAPATOS	23/25	blanco	0.75	shedrón violeta	0.02
3	COSMETICOS	25/30	azul	0.82	marrón	0.02
4	AUTOMOVIL	20/26	blanco	0.76	hueso	0.02
5	ANUNCIOS	22/25	rojo	0.79	oro, mar- fil	0.02
6	MOCHILAS	22/27	negro	0.73	crema caoba	0.02
7	MUEBLES	28/31	café	0.67	morado	0.02
8	TAPICES	24/27	verde	0.78	violeta	0.02
9	PINTURA DE CASA	22/24	blanco	0.75	mostaza	0.02
10	VESTIDO	22/24	azul	0.83	shedrón	0.02

4.2. Colegios de Ciencias y Humanidades.

El análisis de los resultados presentados por los planteles del Col. de Ciencias y Humanidades fue el siguiente:

1.- Ropa.- El color azul con 0.85 ocupó el primer lugar en disponibilidad en este centro. De un total de 20 colores. El blanco con 0.61 fue el segundo y el mostaza con 0.02 fue el menos posible.

2.- Zapatos.- 20 colores en total resultaron en este campo. El primero fue el azul con 0.78; seguido del blanco con 0.73; aquí se da una variante con respecto a las Preparatorias; el color menos disponible fue el marfil (0.02).

3.- Cosméticos.- De 25 colores en total, el azul con 0.72 fue el mayor, el color siguiente fue el rojo con 0.69. El escaflata fue el color más bajo con 0.02.

4.- Automóviles.- Con un total de 18 colores, el blanco tuvo la mayor puntuación en estos planteles que en las Preparatorias y los Bachilleres, con 0.74; el rojo con 0.75 fue el segundo lugar y el último fue el crema en 0.02.

5.- Anuncios comerciales.- El promedio obtenido en este centro fue de 20 colores. El primero y segundo lugar fueron para el rojo y el blanco con 0.76 y 0.75 respectivamente. El color menos disponible fue el turquesa con 0.02.

6.- Mochilas, bolsas.- 21 colores fue el resultado de este campo, donde el color azul con 0.79 obtuvo el mejor promedio. El café, con 0.69, fue el siguiente color disponible y el último sitio lo ocupó el crema con 0.03.

7.- Muebles.- El total fue de 19 colores, ocupando los primeros lugares el café (0.82) y el blanco (0.75); el color menos disponible fue el miel con 0.02.

8.- Tapices y alfombras.- De 22 colores en total para este centro, el color rojo (0.66) fue el más disponible, dejando

en la siguiente posición al café con 0.62. Los colores más bajos fueron el marrón y el maple con 0.02.

9.- Pintura de casa.- 22 colores resultaron disponibles para este campo. Los primeros lugares fueron para el azul y el blanco con 0.80 y 0.75 respectivamente. En estos planteles el azul ocupó el primer lugar; en tanto, el blanco tuvo mayor promedio en los planteles restantes. El color más bajo fue el guinda en 0.03.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- El color azul fue el más alto promedio con 0.83, de un total de 17 colores; el blanco fue el segundo con 0.77 y el menos disponible fue el marfil en 0.02.

El campo que presenta el más alto promedio de colores como resultado de las encuestas fue para Cosméticos con 25 colores en total. Los demás centros van desde 17 hasta 22 colores en total. El campo 10 +gusto personal del informante en cuanto a la vestimenta- fue el más bajo en la gama total de colores disponibles con 17 matices.

CUADRO DE LOS COL. DE G. Y H.

Nc.	CENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	20/25	azul	0.85	mostaza	0.02
2	ZAPATOS	20/25	azul	0.78	marfil	0.02
3	COSMETICOS	25/30	azul	0.72	escarlata	0.02
4	AUTOMOVIL	18/26	blanco	0.84	crema	0.02
5	ANUNCIOS	20/25	rojo	0.76	turquesa	0.02
6	MOCHILAS	21/27	azul	0.79	crema	0.02
7	MUEBLES	19/31	café	0.82	miel	0.02
8	TAPICES	22/27	rojo	0.66	marrón maple	0.02
9	PINTURA DE CASA	22/24	azul	0.80	guinda	0.02
10	VESTIDO	17/24	azul	0.83	marfil	0.02

4.3. Colegios de Bachilleres.

El resultado de los datos ofrecidos por los planteles del Col. de Bachilleres fue el siguiente:

1.- Ropa.- Para este centro el color azul con 0.74 fue el primero de 18 colores; con el promedio de 0.60 el segundo lugar fue para el blanco; el último lugar disponible fue para el color crema en 0.02.

2.- Zapatos.- De un total de 19 colores el preferido fue el azul (0.83); continua el negro con 0.78 y después el blanco en 0.71, posición que no se dio en los otros planteles ya vistos. El color con menos posibilidad fue el violeta con 0.02.

3.- Cosméticos.- De un promedio de 22 colores, el azul y el rojo con 0.76 y 0.75 respectivamente fueron los primeros lugares disponibles para este tercer campo. El color de menor promedio fue el rubio con 0.02.

4.- Automóviles.- De los 24 colores en total presentados en este centro; el más disponible fue el verde con 0.70, que además se presenta como una variante de estos planteles con respecto a los ya comentados. El segundo lugar fue para el rojo con 0.69 y el blanco con 0.689, muy cercanos el segundo lugar del tercero. El dorado y el hueso con 0.02 fueron los más bajos.

5.- Anuncios comerciales.- 17 fue el total de colores para los anuncios; la primera y segunda posición fueron para los colores azul y blanco con 0.74 y 0.69 respectivamente. Los colores beige y crema fueron los menos disponibles con 0.02.

6.- Mochilas, bolsas.- Para este centro el total fue de 21 colores, donde el primer puesto lo ocupó el azul con 0.85 y el color café con 0.76 fue el segundo. El último lugar fue para el shedrón (0.02).

7.- Muebles.- El color café con 0.82 obtuvo la mayor dis-

ponibilidad de 23 colores en total; seguido del negro con 0.58. El bermellón y el dorado fueron los colores menos disponibles con un promedio de 0.02.

8.- Tapices y alfombras.- 20 fueron los colores disponibles para este campo semántico; el color rojo con 0.80 fue el más alto promedio, el café (0.69) fue el siguiente color y el más bajo fue el plateado con 0.02.

9.- Pintura de casa.- El total de colores disponibles en este noveno centro de interés fue de 18 colores. Los primeros lugares fueron ocupados por el blanco y el verde con 0.84 y 0.62 respectivamente. El color hueso con 0.03 fue el menos disponible.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- El azul obtuvo el más alto promedio de los planteles anteriores con un porcentaje de 0.86 y encabezó la lista de 17 colores en total para este campo; el segundo lugar fue para el blanco con 0.63 y el último para el violeta (0.02).

El centro investigado y que proporcionó el más alto porcentaje (en los planteles del Colegio de Bachilleres) en cuanto a colores fue para Automóviles con 24 matices en total. Los campos restantes fueron de 17 a 22 colores como promedio.

CUADRO DE LOS COL. DE BACHILLERES.

No.	GENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	18/25	azul	0.74	crema	0.02
2	ZAPATOS	19/25	azul	0.83	violeta	0.02
3	COSMETICOS	22/30	azul	0.76	rubio	0.02
4	AUTOMOVIL	24/ 26	verde	0.70	dorado hueso	0.02
5	ANUNCIOS	17/25	azul	0.74	beige crema	0.02
6	MOCHILAS	21/27	azul	0.85	shedrón	0.02
7	MUEBLES	23/31	café	0.82	bermellón dorado	0.02
8	TAPICES	20/27	rojo	0.80	plateado	0.02
9	PINTURA DE CASA	18/24	blanco	0.84	hueso	0.03
10	VESTIDO	17/24	azul	0.86	violeta	0.02

Y aquí podemos comparar los totales en cuanto a colores dados en los tres tipos de planteles analizados.

Las Escuelas Preparatorias tuvieron una variación más amplia de colores, ya que sus promedios fueron de 22 a 28 colores en total en los diferentes campos; en tanto, los Colegios de Ciencias y Humanidades y los Colegios de Bachilleres sus resultados estuvieron proporcionales, ya que sus promedios oscilaron entre 17 y 25 colores en total. La razón de estos resultados, tal vez, no es muy fácil de definir, ya que los tipos de planteles manejados estaban ubicados en la misma zona correspondiente, pero posiblemente se deba a la situación socio-económica de los alumnos, en este caso de las Escuelas Preparatorias, que obtuvieron el mayor porcentaje de disponibilidad en colores, podría uno pensar que son jóvenes que provienen de núcleos familiares más favorecidos tanto económica como culturalmente.

PLANTEL	CENTRO DE MAYOR DISPONIBILIDAD	No. DE COLORES	CENTRO DE MENOR DISPONIBILIDAD	No. DE COLORES
ESCUELAS PREPARATORIAS	MUEBLES	28	AUTOMOVILES	20
COLEGIOS DE C. Y H.	AUTOMOVILES	24	ANUNCIOS COMERCIALES Y VESTIDO	17
COLEGIOS DE BACHILLERES	COSMETICOS	25	VESTIDO	17

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	azul, blanco, rojo, gris, café, rosa, negro, amarillo, beige, morado, vino, guinda, anaranjado, lila, shedrón.
EXCLUSIVOS	turquesa, dorado, hueso, fiusha.
COMPARTIDOS CON COL. DE C. Y H.	plateado.
COMPARTIDO CON BACHILLERES.	violeta.

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	uva, mostaza.
COMPARTIDO CON BACHILLERES.	crema.

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	X

Centro No. 2 .ZAPATOS.

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	azul, blanco, negro, gris, café, vino, rosa, rojo, verde, beige, amarillo, morado, lila, guinda, crema, violeta.
EXCLUSIVOS	dorado, shedrón.
COMPARTIDO CON COL. DE C. Y H.	miel, hueso, plateado, marfil.
COMPARTIDO CON BACHILLERES.	anaranjado.

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	X
COMPARTIDOS CON BACHILLERES.	X

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	bermellón, púrpura.

Colores	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	azul, rojo, rosa, café, verde, blanco, morado, amarillo, lila, gris, vino, anaranjado, violeta, beige, guinda, plateado, castaño, dorado, rubio.
EXCLUSIVOS	hueso, fiusha, turquesa, marrón.
... C.C.H.	caoba.
... BACHILLERES	X

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	púrpura, borgoña, escarlata.
... BACHILLERES	nácar.

COLORES	BACHILLERES
EXCLUSIVOS	carmin.

Centro No. 4 .AUTOMOVILES.

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	blanco, rojo, azul, negro, verde, amarillo, gris, café, anaranjado, vino, beige, plateado, rosa, morado, lila, dorado.
EXCLUSIVOS	jade, violeta.
... C.C.H.	X
... BACHILLERES	hueso.

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	X
... BACHILLERES	crema

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	coral, aluminio, shedrón, cobre, oro.

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	rojo, azul, blanco, negro, amarillo, verde, anaranjado, café, rosa, gris, morado, vino, lila, guinda, beige, plateado.
EXCLUSIVOS	shedrón, hueso, oro, marfil.
... C.C.H.	dorado, violeta.
... BACHILLERES	X

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	mostaza, turquesa.
... BACHILLERES	X

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	crema.

Centro No. 6 .MOCHILAS.

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	azul, café, negro, gris, rojo, blanco, rosa, verde, vino, amarillo, beige, anaranjado, morado, lila, guinda, plateado, dorado.
EXCLUSIVOS	hueso, caoba.
... C.C.H.	turquesa, crema.
... BACHILLERES	violeta.

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	miel, caqui.
... BACHILLERES	X

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	marrón, oro, shedrón.

COLORES	PREPARATORIA.
COMPARTIDOS	café, blanco, negro, verde, azul, rojo, amarillo, beige, vino, gris, anaranjado, caoba, guinda, morado, dorado, lila.
EXCLUSIVOS	shedrón, marfil, violeta, sepia, marrón, ^{tur-} quesa.
... C.C.H.	negal.
... BACHILLERES	plateado, hueso, oro, crema.

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	miel.
... BACHILLERES	X

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	bermellón, ocre.

Centro No. 8 .TAPICES.

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	rojo, verde, café, blanco, azul, crema, vino, amarillo, beige, negro, gris, violeta, anaranjado, rosa, morado, lila, guinda, shedrón.
EXCLUSIVOS	dorado, hueso, turquesa.
... C.C.H.	marrón.
... BACHILLERES	oro, plateado.

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	uva, mostaza, maple.
... BACHILLERES	X

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	X

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	blanco, azul, verde, amarillo, rojo, rosa, café, beige, gris, anaranjado, negro, morado, vino, lila, crema, hueso, guinda.
EXCLUSIVOS	mamey, mostaza.
... C.C.H.	violeta, marrón.
... BACHILLERES	X

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	shedrón, dorado.
... BACHILLERES.	X

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	X

Centro No. 10. VESTIDO (GUSTO PERSONAL DEL INFORMANTE)

COLORES	PREPARATORIAS.
COMPARTIDOS	azul, blanco, negro, gris, verde, rojo, café, beige, rosa, amarillo, vino, morado, lila, anaranjado, guinda.
EXCLUSIVOS	turquesa, dorado, sepia, miel, shedrón.
... C.C.H.	crema.
... BACHILLERES	violeta.

COLORES	COL. DE C. Y H.
EXCLUSIVOS	marfil.
... BACHILLERES	X

COLORES	BACHILLERES.
EXCLUSIVOS	hueso.

5. DISPONIBILIDAD LEXICA POR SEXO.

5.1. Mujeres.

Ahora veremos los promedios tomando en cuenta la variable: sexo. Iniciaremos por comentar los resultados evaluados de los planteles y regiones por parte de las mujeres.

1.- Ropa.- Para este centro las mujeres obtuvieron un total de 20 colores; el primer lugar fue el azul con 0.83, aquí el promedio fue más alto que en los hombres; el segundo fue el rosa en 0.68, el cual fue menor en los hombres -0.31-. El mostaza fue el color menos rendidor con 0.01.

2.- Zapatos.- 21 colores fueron los disponibles para los zapatos, en el primer lugar está el negro con 0.79; el azul en 0.78 tiene la segunda posición y el color con menos posibilidad fue el marfil con 0.01.

3.- Cosméticos.- De 26 colores disponibles en este tercer centro, los primeros lugares fueron el azul y el rojo con 0.77 y 0.69 respectivamente. El escarlata fue el color más bajo con 0.01.

4.- Automóviles.- Las mujeres manejaron una gama total de 19 colores; donde el primero y segundo lugar fueron para el blanco y el rojo con 0.77 y 0.75 respectivamente. El color menos rendidor fue el hueso con 0.01.

5.- Anuncios comerciales.- El color azul con 0.73 fue el más disponible de un total de 19 colores; el color siguiente fue el rojo con 0.72 y el último lugar le correspondió al oro con 0.01.

6.- Mochilas, bolsas.- De un total de 25 colores el azul con 0.77 obtuvo el mayor rendimiento; seguido por el café con 0.70 y el menos frecuente fue el shedrón (0.01).

7.- Muebles.- El color café con 0.83 fue el más disponible de los 22 colores en total; el segundo sitio fue para el

negro con 0.64 y curiosamente el nogal fue el menos disponible con 0.03. Si tomamos en cuenta que el nogal es una madera propia para la fabricación de muebles y en algunos anuncios comerciales o propagandas se menciona esta palabra como color nogal, sería posible que se tomara como una influencia en la selección de muebles, por tanto, aquí surgiría un factor importante de nuestra investigación, que es la edad de los entrevistados en la compra de muebles.

8.- Tapices y alfombras.- 23 fueron los colores disponibles en este centro y el rojo (0.68) fue el color que ocupó el primer lugar; el verde con 0.67 fue el segundo puesto y el más bajo promedio fue el marrón con 0.01.

9.- Pintura de casa.- En total fueron 23 colores, el color principal fue el blanco con 0.78, secundado por el azul en 0.73 y después el verde con 0.67. Los colores menos frecuentes fueron el marrón y el guinda con 0.01.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- El promedio de las mujeres para este campo fue de 21 colores en total, los tres primeros lugares fueron el azul (0.80), el blanco (0.64) y el rosa (0.63). El color menos disponible fue el shedrón con 0.01.

Las mujeres obtuvieron la gama de colores más alta en Cosméticos con 26 colores en total. Los centros restantes van de 19 a 23 colores en total para las mujeres.

CUADRO DE LAS MUJERES.

No.	CENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	20/25	azul	0.83	mostaza	0.01
2	ZAPATOS	21/25	negro	0.79	marfil	0.01
3	GOSMETICOS	26/30	azul	0.77	escarlata	0.01
4	AUTOMOVIL	19/26	blanco	0.77	hueso	0.01
5	ANUNCIOS	19/25	azul	0.73	oro	0.01
6	MUCHILAS	25/27	azul	0.73	shedrón	0.01
7	MUEBLES	22/31	café	0.83	nogal	0.03
8	TAPICES	23/27	rojo	0.68	marrón	0.01
9	PINTURA DE CASA	23/24	blanco	0.78	marrón guinda	0.01
10	VESTIDO	21/24	azul	0.80	shedrón	0.01

5.2. Hombres.

Continuamos con nuestro orden de análisis en cuanto a los campos semánticos. Ahora nos detendremos a comentar los resultados obtenidos por los hombres.

1.- Ropa.- 22 fueron los colores en total para la ropa, donde el color azul con 0.79 tuvo una mayor disponibilidad, lo siguió el blanco con 0.63 y el negro con 0.60. Los colores menos disponibles fueron el uva y el shedrón con 0.02.

2.- Zapatos.- Para este segundo campo se dio un total de 24 colores, donde el blanco fue el mayor con 0.78 y el siguiente fue el azul con 0.72. Los colores shedrón y plateado fueron los últimos con 0.01.

3.- Cosméticos.- El azul con 0.77 fue el color principal en un total de 25 colores; el color rojo con 0.70 fue el segundo lugar. Los colores: anaranjado y violeta con 0.23 y 0.22 respectivamente, para los hombres; en tanto que, para las mujeres estos colores fueron de más bajo rendimiento, 0.06 y 0.05 para cada uno y en el mismo orden. El rubio fue el más bajo con 0.01.

4.- Automóviles.- De 25 colores en total, el primer lugar fue para el blanco con 0.76; seguido con 0.70. El color hueso fue el menos posible con 0.01, al igual que en las mujeres.

5.- Anuncios comerciales.- De los 24 colores en total, el lugar principal fue para el rojo con 0.72, a continuación el azul con 0.69. Los últimos colores disponibles fueron: el marfil, crema y turquesa con 0.01.

6.- Mochilas, bolsas.- El azul con 0.78 fue el primer color de una lista total de 23 colores; el segundo lugar fue para el café con 0.70. El caoba con 0.01 fue el más bajo.

7.- Muebles.- Del total de 30 colores, el color más disponible fue el café con 0.71; después, el color blanco con

0.65 obtuvo el segundo lugar. En los hombres el color dorado tuvo una disponibilidad de 0.11 y en las mujeres no se dio. El color menos posible fue el crema con 0.01.

8.- Tapices y alfombras.- El rojo (0.70) fue el color más disponible en un total de 24 colores. El lugar siguiente fue para el blanco con 0.66. En los hombres, el color violeta obtuvo 0.09 ante la nulidad en las mujeres. El color menos ren didor fue el maple con 0.01.

9.- Pintura de casa.- El primer lugar fue para el blanco en 0.78 dentro de una totalidad de 21 colores. El siguiente color fue el azul con 0.68; el color más bajo, en los hombres, fue el dorado con 0.01 y en las mujeres no apareció dicho color.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- La preferencia fue para el color azul con 0.88 dentro de 20 colores disponibles para este campo. El color blanco con 0.75 fue el segundo lugar y el último fue el marfil con 0.01.

En los hombres el centro de interés que produjo mayor número de colores fue Muebles con 30 colores en total. Los otros campos fueron de 20 a 25 matices.

CUADRO DE LOS HOMEBRES.

No.	CENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	22/25	azul	0.79	uva shedrón	0.02
2	ZAPATOS	24/25	blanco	0.78	shedrón plateado	0.01
3	COSMETICOS	25/30	rojo	0.70	rubio	0.01
4	AUTOMOVIL	25/26	blanco	0.76	hueso	0.01
5	ANUNCIOS	24/25	rojo	0.72	marfil, crema, turq.	0.01
6	MOCHILAS	23/27	azul	0.78	caoba	0.01
7	MUEBLES	30/31	café	0.71	crema	0.01
8	TAPICES	24/27	rojo	0.70	maple	0.01
9	PINTURA DE CASA	21/24	blanco	0.78	dorado	0.01
10	VESTIDO	20/24	azul	0.88	marfil	0.01

Los hombres tuvieron mayor disponibilidad de colores que las mujeres. Ya que, el total más alto para las mujeres fue de 26 colores ante 30 de los hombres. El resto de los totales en los centros oscilaron entre 19 a 23 colores para las mujeres; y entre 20 a 25 en los hombres. Esto reduce la visión de las mujeres al identificar colores, al contrario que los hombres más pendientes de la elección y variedad de matices. Tal vez, las mujeres se preocupan más por usar ciertos colores, de acuerdo a sus características y por influencia de la moda, que usar otros matices que no van de acuerdo a su persona. En tanto, los hombres amplían su gama de colores sin preocuparse mucho de su personalidad o de su gusto en general.

SEXO	CENTRO DE MAYOR DISPONIBILIDAD.	No. DE COLORES.	CENTRO DE MENOR DISPONIBILIDAD.	No. DE COLORES.
MUJERES	COSMETICOS	26	AUTOMOVILES ANUNCIOS C.	19
HOMBRES	MUEBLES	30	VESTIDO	20

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	azul, blanco, rojo, gris, café, rosa, vino, negro, verde, amarillo, beige, morado, guinda, anaranjado, lila, shedrón, plateado.
EXCLUSIVOS	mostaza, fiusha, hueso.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	violeta, turquesa, dorado, crema, uva.

Centro No. 2 .ZAPATOS.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	azul, blanco, negro, café, vino, rosa, rojo, verde, beige, amarillo, lila, guinda, anaranjado, miel, crema, violeta, plateado, marfil.
EXCLUSIVOS	dorado.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	hueso, barnellón, púrpura, shedrón.

Centro No. 3. COSMETICOS.

Variable: SEXO.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	azul, rojo, rosa, café, verde, blanco, negro, morado, amarillo, lila, gris, vino, anaranjado, violeta, beige, guinda, plateado, castaño, dorado, rubio, caoba.
EXCLUSIVOS	hueso, fiusha, borgoña, marrón, escarlata.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	nácar, púrpura, carmin, turquesa.

Centro No. 4. AUTOMOVILES.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	blanco, rojo, azul, negro, verde, amarillo, gris, café anaranjado, vino, beige, plateado, guinda, rosa, morado, lila, dorado, hueso.
EXCLUSIVOS	shedrón.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	coral, aluminio, crema, jade, violeta, cobre, oro.

Centro No. 5 . ANUNCIOS.

Variable: SEXO.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	rojo, azul, blanco, negro, amarillo, verde, anaranjado, café, rosa, morado, vino, lila, beige, plateado, dorado, violeta.
EXCLUSIVOS	oro.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	turquesa, shedrón, hueso, mostaza, crema, marfil,

Centro No. 6 . MOCHILAS.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	azul, café, negro, gris, rojo, blanco, rosa, verde, vino, amarillo, beige, anaranjado, morado, lila, guinda, plateado, dorado, violeta, miel, turquesa, crema.
EXCLUSIVOS	hueso, marfil, oro, shedrón.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	caqui, caoba.

Centro No. 7 .MUEBLES.

Variable: SEXO.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	café, blanco, negro, verde, azul, rojo, amarillo, beige, vino, gris, anaranjado, caoba, rosa, plateado, hueso, guinda, oro, morado, lila, crema, nogal.
EXCLUSIVO	sepia.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	dorado, shedrón, marfil, violeta, ocre, marrón, turquesa, miel, bermellón.

Centro No. 8 .TAPICES.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	rojo, verde, café, blanco, azul, vino, amarillo, beige, negro, gris, anaranjado, rosa, morado, lila, guinda, crema, shedrón, dorado, oro, marrón.
EXCLUSIVOS	hueso, turquesa, mostaza.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	violeta, plateado, uva, maple.

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	blanco, azul, verde, amarillo, rojo, café, rosa, beige, gris, anaranjado, negro, moñado, vino, lila, marfil, crema, hueso, violeta, marrón, guinda.
EXCLUSIVOS	mamey, shedrón, mostaza.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	dorado.

Centro No. 10 .VESTIDO (GUSTO PERSONAL DEL INFORMANTE)

COLORES	MUJERES
COMPARTIDOS	azul, blanco, negro, gris, verde, rojo, café, beige, rosa, amarillo, vino, morado, lila, anaranjado, guinda, violeta, crema.
EXCLUSIVOS	turquesa, sepia, miel, shedrón.

COLORES	HOMBRES
EXCLUSIVOS	dorado, hueso, marfil.

6. DISPONIBILIDAD LEXICA POR REGION.

6.1. El norte.

Las escuelas investigadas en el área norte tuvieron el siguiente resultado:

1.- Ropa.- De un total de 19 colores, el azul obtuvo la más alta disponibilidad en la región norte que en las dos restantes, con 0.92. El segundo lugar fue para el blanco con 0.67 y los menos frecuentes fueron el uva y el shedrón con 0.03.

2.- Zapatos.- El color azul (0.82) fue en esta zona el más alto promedio que las posteriores. De un total de 20 colores. El segundo fue para el blanco con 0.76. Los menos frecuentes fueron el anaranjado, el violeta y el púrpura con 0.02.

3.- Cosméticos.- En 20 colores dados para este campo; el primer sitio fue para el color rojo con 0.78, a diferencia del sur y el oriente donde dicho color fue menos disponible en este centro. El segundo fue el azul con 0.77; el violeta (0.02) fue el menos rendidor.

4.- Automóviles.- 22 fueron los colores disponibles para este campo, con una variante en comparación de las regiones que comentaremos posteriormente, esto fue que el color negro con 0.73 fue el más disponible -lo que no se dio en el sur y el oriente-. Con 0.68 el azul fue color del segundo lugar; y el crema (0.02) fue el menos disponible.

5.- Anuncios comerciales.- En un total de 18 colores, el primero fue el negro con 0.75, lo cual tampoco se dio en las otras regiones; continuó el azul con 0.73, y el menor fue el violeta en 0.02.

6.- Mochilas, bolsas.- El azul (0.86) ocupó el lugar principal en un total de 24 colores y tampoco se presentó dicho color en el primer sitio en las siguientes zonas; el segundo color fue el café con 0.71 y el de menor rendimiento fue el

shedrón con 0.02.

7.- Muebles.- 25 colores fue el resultado obtenido en este campo, donde la mayoría fue para el café con 0.70; seguido del negro con 0.65. Los colores lila y violeta (0.02) fueron los más bajos.

8.- Tapices y alfombras.- El rojo con 0.77 fue el mayor promedio de 24 colores; el segundo lugar fue para el café con 0.65 y el oro con 0.02 fue el menos disponible.

9.- Pintura de casa.- El color blanco (0.74) encabezó la lista de 19 colores en total, donde el segundo lugar fue para el azul con 0.68 y al final se presentó el color marrón en 0.02.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- El azul fue el mayor con 0.87, en un total de 18 colores; el siguiente fue el gris con 0.63, resultado único, ya que, no se dio en las otras regiones posteriores. El menos fue el violeta con 0.04.

Un punto importante es resaltar que en casi todos los centros las variables del violeta y lila fueron los colores de menor rendimiento en esta zona norte.

De los campos semánticos, el que obtuvo la mayor disponibilidad en cuanto a colores fue Muebles con 25 colores en total. Los centros restantes variaron de 18 a 24 matices.

CUADRO DE LA ZONA NORTE.

No.	CENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	19/25	azul	0.92	uva shedrón	0.03
2	ZAPATOS	20/25	azul	0.82	anaranjado, violeta, purpura	0.02
3	COSMETICOS	20/30	rojo	0.78	violeta	0.02
4	AUTOMOVILES	22/26	negro	0.73	crema	0.02
5	ANUNCIOS	18/25	negro	0.75	violeta	0.02
6	MOCHILAS	24 /27	azul	0.86	shedrón	0.02
7	MUEBLES	25/31	café	0.70	lila violeta	0.02
8	TAPICES	24/27	rojo	0.77	oro	0.02
9	PINTURA DE CASA	19/24	blanco	0.74	marrón	0.02
10	VESTIDO	18 /24	azul	0.87	violeta	0.04

6.2. El sur.

Para los planteles de la zona sur algunos resultados fueron:

1.- Ropa.- En un total de 19 colores, el de la preferencia fue el azul con 0.73, siendo el promedio más bajo de las otras dos regiones. Seguido del rojo con 0.67 y al final el color violeta con 0.02.

2.- Zapatos.- De 23 colores, el negro con 0.74 fue el más alto, lo que no se dio en el norte y el oriente donde el negro ocupó el tercer lugar con 0.75 y 0.71 respectivamente; el segundo disponible fue el gris con 0.70 y el último fue para el marfil (0.02).

3.- Cosméticos.- El color azul (0.71) fue el más disponible en un total de 28 colores; el segundo color fue el rojo en 0.708 y el escarlata (0.02) fue el más bajo. El color guinda no fue disponible en esta zona sur, y el norte obtuvo 0.06 por 0.21 del oriente. El nácar tuvo 0.10 para el sur y en las regiones restantes fue nula su disponibilidad.

4.- Automóviles.- Con 28 colores en general para este campo, el blanco con 0.84 obtuvo el más alto promedio que en el norte y el oriente; el segundo lugar fue el rojo con 0.79 y los últimos fueron el lila y el hueso con 0.04. El morado no se registró en el sur, y en el norte dio 0.06 por 0.14 del oriente.

5.- Anuncios comerciales.- 20 fueron los colores que se obtuvieron y donde el anaranjado con 0.74 fue el más disponible; en el norte este color obtuvo 0.50 y en el oriente 0.56. En el segundo lugar quedó el blanco con 0.73, el color más bajo fue el crema en 0.02.

6.- Mochilas, bolsas.- Se obtuvieron en total 20 colores, el más disponible fue el azul con 0.71; seguido del café con

0.68 y en el vigésimo sitio quedó el caqui con 0.03, dicho color no se presentó en las otras regiones.

7.- Muebles.- De 23 colores disponibles para los muebles, el café con 0.83 fue el mayor promedio de las demás zonas analizadas; el blanco con 0.65 fue el segundo lugar; el color nogal y el dorado registraron un 0.04, y el más bajo fue el miel con 0.02.

8.- Tapices y alfombras.- Para dicho campo fue preferido el color blanco con 0.74, lo que no sucedió en el norte y el oriente. El total fue de 19 colores. El segundo lugar fue el verde con 0.71 y el más bajo fue el maple con 0.02.

9.- Pintura de casa.- De 22 matices en total, el color que tuvo mayor disponibilidad fue el blanco con 0.84; seguido del azul con 0.65. El color menos probable fue el dorado con 0.02. El marrón fue nulo en esta zona, pero en el oriente obtuvo 0.12 y en el norte 0.02.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- 21 colores fueron los aportados en la preferencia personal, donde el azul (0.77) ocupó el primer lugar, en segundo apareció el blanco con 0.70 y el menos probable fue el shedrón con 0.02.

El campo semántico que aportó más colores disponibles fue Cosméticos con 28 matices en total. Los otros fueron de 18 a 23 colores.

CUADRO DE LA ZONA SUR.

No.	CENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	19/25	azul	0.73	violeta	0.02
2	ZAPATOS	23/25	negro	0.74	marfil	0.02
3	COSMETICOS	28/30	azul	0.71	escarlata	0.02
4	AUTOMOVIL	18/26	blanco	0.84	lila, hue- so	0.04
5	ANUNCIOS	20/25	blanco	0.73	crema	0.02
6	MOCHILAS	20/27	azul	0.71	caquí	0.03
7	MUEBLES	23/31	café	0.83	miel	0.02
8	TAPICES	19/27	blanco	0.74	maple	0.02
9	PINTURA DE CASA	22/24	blanco	0.84	dorado	0.02
10	VESTIDO	21/24	azul	0.77	shedrón	0.02

6.3. El oriente.

La zona oriente obtuvo el siguiente resultado:

1.- Ropa.- De 22 colores presentados en este primer centro, el color mayor fue el azul con 0.78, posteriormente el blanco con 0.59. El color menos disponible fue el mostaza con 0.02, lo que no se dio en las otras dos regiones. Otros resultados fueron, por ejemplo, el turquesa en el norte y el oriente obtuvo 0.03 y en el sur no se dio. El lila tuvo 0.50 en el oriente, mientras que, en el norte y en el sur dicho color fue de 0.12 y 0.32 respectivamente. Los promedios de los demás colores fueron más o menos proporcionales.

2.- Zapatos.- El color blanco con 0.80 fue el más disponible de un promedio de 20 colores; en segundo lugar con 0.79 quedó el azul, y fue el violeta con 0.02 el más bajo. El amarillo con 0.30 para el oriente, en tanto, las zonas norte y sur presentaron para este color 0.71 y 0.12 respectivamente.

3.- Cosméticos.- 19 fueron en total los colores y el azul con 0.83 fue el matiz principal y el máximo promedio de las dos regiones anteriores; el segundo fue el color rosa con 0.71 y el rojo el tercer lugar con 0.60. El último color fue el dorado con 0.02. En el norte y el sur, el lila obtuvo 0.35 y 0.34 respectivamente, y en el oriente el promedio para dicho color bajó a 0.12.

4.- Automóviles.- De un total de 20 colores, el más disponible fue el blanco con 0.78; seguido por el rojo con 0.73. Los menos disponibles fueron el violeta y el beige con 0.02. Ni en la región oriente ni en la zona sur se registraron los colores: aluminio y coral, en tanto, en el norte estos matices fueron de 0.10 a 0.07 respectivamente.

5.- Anuncios comerciales.- El rojo con 0.80 fue el más disponible de un total de 21 colores. El segundo puesto fue

para el azul con 0.77; los colores más bajos fueron el oro, marfil, turquesa y el beige con 0.02. El anaranjado con 0.56 ocupó el sexto lugar.

6.- Mochilas, bolsas.- En un total de 20 colores, con 0.76 el azul fue el primero en la lista; el segundo fue el negro con 0.73, después el café con 0.71. El menos frecuente fue el crema con 0.02.

7.- Muebles.- 22 colores fue el resultado en este centro, el primer lugar fue para el café con 0.78; el segundo y el tercero fueron ocupados por el blanco (0.64) y el azul (0.61) respectivamente. El color menos disponible fue el violeta con 0.03. El turquesa apareció con 0.04 y en las anteriores regiones no se dio.

8.- Tapices y alfombras.- El color rojo con 0.73 fue el más alto promedio, de un total de 23 colores; seguido del azul con 0.72, después el verde en 0.67. El marrón (0.02) fue el menos disponible.

9.- Pintura de casa.- De 21 colores resultantes en este campo, el azul con 0.78 fue el más disponible; posteriormente, con 0.76 el blanco ocupó el segundo lugar. El guinda (0.02) fue el último color. El mostaza obtuvo 0.026 y en las otras localidades no apareció.

10.- Vestido (gusto personal del informante).- 18 fueron los colores en total de esta preferencia personal por parte de los entrevistados. El lugar preferente fue el azul con 0.88; el segundo y tercer lugar fueron para el blanco (0.76) y el negro (0.71) respectivamente. El dorado fue el menor disponible con 0.02.

En esta zona oriente el campo semántico con el mayor promedio de colores fue Tapices y alfombras con 23 matices en total. Los demás fueron de 18 a 22 colores.

CUADRO DE LA ZONA ORIENTE.

No.	CENTRO DE INTERES	No. DE COLORES /TOTAL	PRIMER COLOR	DISP.	ULTIMO COLOR	DISP.
1	ROPA	22/25	azul	0.78	mostaza	0.02
2	ZAPATOS	20/25	blanco	0.80	violeta	0.02
3	COSMETICOS	19/30	azul	0.83	dorado	0.02
4	AUTOMOVIL	20/26	blanco	0.78	violeta	0.02
5	ANUNCIOS	21/ 25	rojo	0.80	oro,marfil, beige,turq.	0.02
6	MOCHILAS	20/27	azul	0.76	crema	0.02
7	MUEBLES	22/ 31	café	0.78	violeta	0.03
8	TAPICES	23/27	rojo	0.73	marrón	0.02
9	PINTURA DE CASA	21/ 24	azul	0.78	guinda	0.02
10	VESTIDO	18/24	azul	0.88	dorado	0.02

Por lo tanto, la región con mayor número de disponibilidad fue el sur en su tercer campo, Cosméticos, con 28 colores en total. En las tres localidades el promedio fue de 18 a 25 colores.

El sur obtuvo el más alto promedio de disponibilidad en colores y en comparación de las dos zonas restantes, en esta investigación.

Mi clasificación de las zonas analizadas y el por qué el sur fue la zona con mayor gama de colores se debe a que en dicha región está concentrada buena parte de elementos culturales, de comunicación, de comercio y otros que conforman la vida social-económica de nuestra ciudad. Por tanto, los ocupantes de la zona sur se preocupan más por la apariencia y la moda, ésto se refleja en los colores y su variedad o disponibilidad.

La región norte está formada más por centros industriales y de menores posibilidades sociales y económicas, relativamente. Así que, la comodidad es preferible a seguir cierta tendencia moderna, casi siempre, fuera del alcance de sus habitantes.

El oriente, para mí, la más popular de las tres zonas trabajadas, y que presenta una situación más deprimida socialmente y en su plano social-económico más pendiente de lo práctico que de lo actual. Por consiguiente, los colores, tal vez, son secundarios al elegir muebles, por ejemplo, y resulta más importante el costo de los mismos. He generalizado mucho refiriéndome a los ocupantes de las tres regiones ya comentadas, pero en esta pequeña muestra los estudiantes de los diferentes tipos de planteles son muy representativos de su zona y sus circunstancias.

No hay que olvidar por ningún motivo que el mismo gusto, en general y, por lo tanto, la preferencia por determinados colores están condicionados por la formación cultural del individuo y que, acorde con los planteamientos hechos en estas áreas, será, una manifestación más de la ideología.

REGION	CENTRO DE MAYOR DISPONIBILIDAD.	No. DE COLORES	CENTRO DE MENOR DISPONIBILIDAD.	No. DE COLORES
NORTE	MUEBLES	25	ANUNCIOS G. VESTIDO	18
SUR	COSMETICOS	28	AUTOMOVILES	18
ORIENTE	TAPICES Y ALFOMBRAS	23	VESTIDO	18

Centro No. 1 .ROFA.

variable: REGION.

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	azul, blanco, rojo, gris, café, rosa, negro, verde, amarillo, beige, morado, vino, guinda, anaranjado, lila, violeta.
EXCLUSIVOS	uva.
COMPARTIDO CON EL SUR.	shedrón.
COMPARTIDO CON EL ORIENTE.	turquesa.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	fiusha.
COMPARTIDO CON EL ORIENTE.	crema.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	plateado, dorado, hueso, mostaza.

Centro No. 2 .ZAPATOS.

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	azul, blanco, negro, café, vino, rose, rojo, verde, beige, amarillo, morado, lila, guinda, anaranjado, crema, hueso, violeta.
EXCLUSIVOS	bermellón, púrpura.
COMPARTIDO CON EL SUR.	X
COMPARTIDO CON EL ORIENTE.	X

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	dorado, plateado, shedrón.
COMPARTIDO CON EL ORIENTE.	miel, marfil.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	X

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	azul, rojo, rosa, café, verde, blanco, negro, morado, amarillo, lila, gris, vino, anaranjado, violeta, beige, plateado, castaño.
EXCLUSIVOS	turquesa.
... EL SUR	púrpura.
... EL ORIENTE	guinda.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	nácar, rubio, caoba, hueso, fúsha, carmín, borgoña, marrón, escarlata.
... EL ORIENTE	dorado.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	X

Centro No. 4. AUTOMOVILES.

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	blanco, rojo, azul, negro, verde, amarillo, gris, café, anaranjado, vino, beige, plateado, guinda, rosa, lila, dorado.
EXCLUSIVOS	coral, aluminio, cobre, oro.
... EL SUR	X
... EL ORIENTE	morado, crema.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	jade, hueso.
... EL ORIENTE	X

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	shedrón, violeta.

Centro No. 5 .ANUNCIOS.

variable:REGION.

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	rojo, azul, blanco, negro, amarillo, verde, anaranjado, café, rosa, gris, morado, vino, lila, beige, dorado, violeta.
EXCLUSIVOS	shedrón.
... EL SUR	X
... EL ORIENTE	plateado.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	hueso, mostaza, crema.
... EL ORIENTE	guinda.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	oro, marfil, turquesa.

Centro No. 6.MOCHILAS.

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	azul, café, negro, gris, rojo, blanco, rosa, verde, vino, amarillo, beige, anaranjado, morado, lila, guinda, plateado, dorado.
EXCLUSIVOS	caoba, marrón, oro, shedrón.
... EL SUR	X
... EL ORIENTE	violeta, turquesa, crema.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	miel, hueso, caqui.
... EL ORIENTE	X

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	X

Centro No. 7 .MUEBLES.

variable:REGION.

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	café, blanco, negro, verde, azul, rojo, amarillo, beige, vino, gris, anaranjado, caoba, rosa, plateado, dorado, morado.
EXCLUSIVOS	oro, ocre, marrón, bermellón.
... EL SUR	shedrón, lila, nogal.
... EL ORIENTE	guinda, violeta.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	sepia, miel.
... EL ORIENTE	hueso, crema.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	marfil, turquesa.

Centro No. 8 .TAPICES.

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	rojo, verde, café, blanco, azul, vino, amarillo, beige, negro, gris, anaranjado, rosa, morado, lila, guinda, shedrón.
EXCLUSIVOS	turquesa, uva, mostaza.
... EL SUR	X
... EL ORIENTE	crema, violeta, dorado, oro, marrón.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	maple.
... EL ORIENTE	hueso, plateado.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	X

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	blanco, azul, verde, amarillo, rojo, rosa, café, beige, gris, anarajando, negro, morado, lila, marfil, crema, violeta, guinda.
EXCLUSIVOS	X
... EL SUR	X
... EL ORIENTE	marrón.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	mamey, shedrón, dorado.
... EL ORIENTE	hueso.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	mostaza.

Centro No. 10. VESTIDO (GUSTO PERSONAL DEL INFORMANTE)

COLORES	NORTE.
COMPARTIDOS	azul, blanco, negro, gris, verde, rojo, café, beige, rosa, amarillo, vino, morado, lila, anaranjado, guinda.
EXCLUSIVOS	turquesa.
... EL SUR	violeta.
... EL ORIENTE	crema.

COLORES	SUR.
EXCLUSIVOS	sepia, miel, marfil, shedrón.
... EL ORIENTE	dorado.

COLORES	ORIENTE.
EXCLUSIVOS	hueso.

7. CONCLUSION.

La evaluación final de los resultados presentados en las tres variables analizadas, nos proporciona cierta visión en cuanto a la disponibilidad léxica (en este caso en los colores) con el nivel donde se aplicó el tratamiento, en esta investigación fueron los planteles de Escuelas Preparatorias, Colegios de Bachilleres y Colegios de Ciencias y Humanidades; el sexo de los informantes, hombres y mujeres; y la ubicación en la ciudad (México), aquí sólo se tomaron el norte, el sur, y el oriente.

Los planteles que tuvieron mejor comportamiento, en relación a su mayor aportación, fueron las Esc. Preparatorias; los siguientes planteles con mejor comportamiento fueron los correspondientes a los Col. de Ciencias y Humanidades y los planteles con menor rendimiento fueron los Col. de Bachilleres. La ubicación exacta de los planteles fue muy importante para el mejor o peor comportamiento, así los Bachilleres tienen una dirección alejada de centros comerciales, por ejemplo.

La región que presenta variantes más favorables para la investigación, es decir, mejor comportamiento, fue la zona sur en comparación a las dos restantes; después el norte tiene mejor comportamiento con relación al oriente, zona con más bajo rendimiento. El sur como ya comentamos presenta y refleja valores diferentes a las otras zonas comentadas.

Los hombres tuvieron una mayor respuesta favorable que las mujeres, tal vez, debido a la edad de los entrevistados y a la situación lingüística correspondiente.

Los colores llamados inconspicuos, es decir, colores que son sobresalientes fueron los que ocuparon los primeros lugares de disponibilidad (como se ve en la página 31), por ejem-

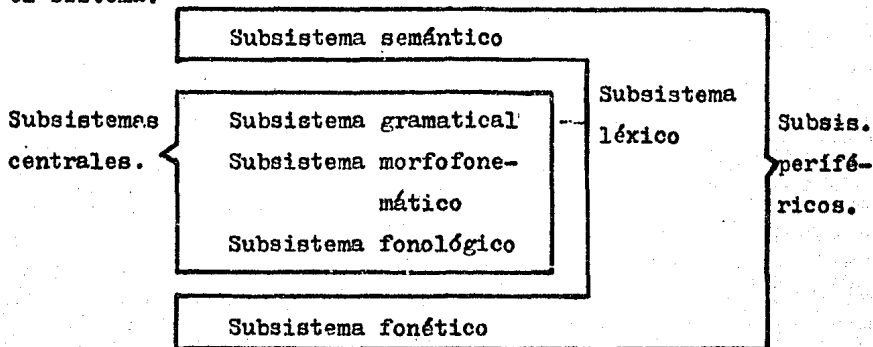
plo, azul, blanco, rojo, café, etc., lo que confirma los planteamientos señalados por Hockett: "A menudo una innovación muy aberrante logra popularidad transitoria porque se destaca tanto del transfondo del habla común... las innovaciones menos conspicuas son las que mayores probabilidades tienen de sobrevivir como parte del aparato corriente de la lengua"¹⁰, en cuanto a la pervivencia de las innovaciones, cuando señala que las formas muy conspicuas, es decir, las formas que resaltan y destacan del sistema en general y de la norma estandarizada tienen una rápida difusión, pero una vida efímera.

Al concluir esta investigación nos dimos cuenta de que en la disponibilidad léxica en colores fue muy importante para los resultados la ubicación del plantel, los elementos que lo rodeaban, la situación socio-económica de la zona, el contacto que pudieran tener con medios de comunicación; el nivel de los alumnos no, porque fueron de último grado de bachillerato; pero, sí la ubicación del plantel y la zona correspondiente.

No cabe duda que las formaciones culturales y por lo tanto, los valores ideológicos han sido determinantes para cada uno de los grupos estratificados en la elección preferencial del uso de los adjetivos que señalan el color. Los grupos con formaciones culturales más desarrolladas han marcado la pauta de la normalidad en el hablar mexicano, tal como se confirma en la presente investigación.

8. NOTAS.

1.- Hockett señala que todo sistema lingüístico está constituido por diversos subsistemas centrales y otros periféricos. En forma esquemática analiza del siguiente modo el sistema:



Ver Hockett: Curso de lingüística moderna, Buenos Aires, EUDEBA, 1971, p. 138-139.

2.- "Un precursor, en lo que a determinaciones de frecuencia toca, fue Adolf Noreen".

Ver Malmberg: Los nuevos caminos de la lingüística, México, Siglo veintiuno editores, 1981, p. 206.

3.- "Uno de los precursores del tratamiento estadístico de los datos lingüísticos fue G. H. Zipf".

Ver Malmberg: ob. cit., p. 208.

4.- Ibid., p. 212.

5.- López Morales: Dialectología y sociolingüística, Madrid, Ed. Playor, 1979, p. 179.

7.- "se refiere al proceso de transformar las emisiones escuchadas al informante en anotaciones sobre el papel, en forma tal que permita fácilmente su comparación y manipuleo". Ver Hockett: ob. cit., p. 107.

8.- López Morales: Introducción a la lingüística actual, Madrid, Ed. Playor, 1983, p. 214.

9.- López Morales: Estratificación social del español de San Juan de Puerto Rico, Madrid, Ed. Playor, 1983, p.21.

10.- Hockett: ob. cit., p. 382.

9. BIBLIOGRAFIA.

Aportes de la lingüística a la enseñanza del español como lengua materna, BAPLE, San Juan, Vol. VI-I, 1978.

Gougenheim, G., "La statistique de vocabulaire et son application dans l'enseignement des langues", Les langues modernes 61, 1967.

-----, et al, Français Fondamental, Paris, Didier, 1958.

Guiraud, P., Problèmes et méthodes de la statistique linguistique, Dordrecht, Reidel, 1959.

Hockett, Charles F., Curso de lingüística moderna, Buenos Aires, EUDEBA, 1971.

Juilland, A. y E. Chang-Rodríguez, Frequency Dictionary of Spanish Words, The Hague, Mouton, 1964.

López Morales, Humberto, Dialectología y sociolingüística. Temas puertorriqueños, Madrid, Ed. Playor, 1979.

-----, Estratificación social del español de San Juan de Puerto Rico, Madrid, Ed. Playor, 1983.

-----, Introducción a la lingüística actual, Madrid, Ed. Playor, 1983.

Labov, W., Modelos sociolingüísticos, Madrid, Ed. Cátedra, 1983.

Lara, L.F., et al, Investigaciones lingüísticas en lexicografía, México, El Colegio de México, 1979.

Malmberg, Bertil, Los nuevos caminos de la lingüística, México, Siglo veintiuno editores, 1981.

Micheá, R., "Most fréquents et most disponibles; un aspect
nouveau de la statistique du langage", Les langues
modernes 47, 1953.

Müller, Charles, Estadística lingüística, versión en español
de A. Quilis, Madrid, Gredos, 1973. (Biblioteca Romá-
nica 201).

Roca-Pons, El lenguaje, Barcelona, Teide, 1982.

Miché, R., "Most fréquents et most disponibles; un aspect
nouveau de la statistique du langage", Les langues
modernes 47, 1953.

Müller, Charles, Estadística lingüística, versión en español
de A. Quilis, Madrid, Gredos, 1973. (Biblioteca Romá-
nica 201).

Roca-Pons, El lenguaje, Barcelona, Teide, 1982.