

BJÖRN VEDDER

RO

LA MAGIA DE UN COLOR

SA

taurus


Björn Vedder

Rosa

La magia de un color

Traducción de Irene Jové Blaya



Para mis hijas Clara, Marianne y Elisabeth

INTRODUCCIÓN

Se aprende a ver igual que se aprende un idioma. Los colores desempeñan un papel especial en ese aprendizaje, porque ver los colores es interpretar el mundo. Este ensayo trata de cómo he aprendido a ver un color en particular y a entender el mundo a través de él. Y ese color es el rosa.

Hoy en día, el rosa está en todas partes, no solo desde la película de Greta Gerwig (*Barbie*, 2023) y la tendencia de moda que trajo consigo, sino desde hace mucho más tiempo. Las cosas rosas dominan nuestra vida cotidiana: hay vestidos rosas y zapatos rosas, paredes rosas y cojines rosas, juguetes rosas y muebles rosas, accesorios rosas y cosméticos rosas, platos rosas, bebidas rosas y chocolate rosa, coches rosas, autobuses rosas, bicicletas rosas, aviones rosas... Y cada vez son más las cosas de este color. Porque la industria lanza nuevos productos de color rosa todos los días e inventa continuamente más tonos de rosa para vender aún más cosas de color rosa. En la actualidad, la paleta asciende ya a 129 tonos, desde el rosa hasta el fucsia, pasando por el salmón y el magenta, desde el melocotón al coral y el rosa chicle hasta el rojo fresa, desde el *cotton candy* al *pink glow* y el *love potion* hasta el *tender touch*. Aunque cada tono de rosa es un poco distinto, para mí fueron durante mucho tiempo uno solo, un cliché, el barniz chirriante de una sociedad frenética de usar y tirar que, con ligeras variaciones, tiñe de rosa todo lo que debe ser alegre o de una

belleza superficial y adorable, como los bustos de supermodelos de mis hijas, los cojines del sofá de mi hermana o el polo rosa de mi compañero de trabajo. Siempre la misma historia de lo dulce, lo ingenuo y cándido, lo alegre y femenino, lo naif y divertido.

Este prejuicio, sin embargo, se hizo añicos cuando conocí en Viena a una mujer llamada Rosa. Yo acababa de dar una breve charla para presentar la exposición de un pintor y quería ir enseguida al bar, porque tenía la boca bastante seca, cuando se interpuso en mi camino. Se parecía a Campino con un disfraz de Barbie de Vivienne Westwood y era muy encantadora, agradable y divertida..., e iba vestida de rosa de los pies a la cabeza. Así que empezamos a hablar. Además de amiga del pintor, ella misma también era artista. Planeaba una exposición en Berlín que se trataría exclusivamente del color rosa y de cómo una mirada rosa al mundo podría ayudarnos a superar el estado de ánimo de crisis omnipresente. «¡Ver de color rosa o hundirse en la fosa!». El título lo había traducido de una frase del inglés que combina las gafas de cristales rosas del lema con la moderna ideología del éxito: *Pink or sink!* Me preguntó si me apetecía hablar sobre ello en la inauguración, y me pareció una idea sensacional porque arrojaba una luz sorprendente sobre el color y porque yo también tenía la impresión de que un poco más de alegría y optimismo no nos vendría mal. Así que, tres semanas más tarde, me encontraba en una galería emergente en la Hohenzollerndamm de Berlín explicando que «no es la crisis lo que nos está derribando, sino nuestro propio comportamiento cuando estamos en apuros», y añadía que debíamos ver el futuro de una manera optimista y alegre si queríamos mantenernos a flote.[\[1\]](#)

El argumento lo saqué del médico y filósofo griego Galeno, que conocía tanto las crisis vitales como las situaciones críticas de sus pacientes, y que sabía por experiencia que quien se da por vencido cuando su vida está en la cuerda floja ya ha perdido.[2] El elogio de Galeno a la persistencia lo asocié con el amanecer, que también es optimista para muchas personas porque anuncia la salida del sol y un nuevo día. «Eos, la de rosáceos dedos», como cantaba ya el poeta griego Homero, abre el cielo para que su hermano Helios pueda pasar con su carro del sol.[3] Y así como la aurora promete un día soleado, la perseverancia rosa debería guiarnos a través de la crisis. Porque en ese momento, en el invierno de 2022, nosotros también teníamos la sensación de que nuestra vida estaba en peligro. Y nos enfrentábamos a esa sensación con una gran fiesta: con vestidos rosas, con cien cajas de vino rosado y una paleta de *macarons* rosas recién hechos de una panadería vienesa. Todos estaban allí. También Erik, el pintor de Viena, con un precioso traje rosa de Tom Ford o Gucci (como Ryan Gosling dos años más tarde en los Óscar), aunque por desgracia faltaba Peter Fox, a quien había invitado a cantar su canción *Zukunft Pink*, que era un éxito en ese momento.

*Alle malen schwarz, ich seh' die Zukunft pink
Wenn du mich fragst, wird alles gut, mein Kind.*[4]

[«Todo el mundo lo pinta de negro, pero yo veo el futuro rosa.
Si me preguntas a mí, todo irá bien, cariño»].

De todas formas, estábamos de muy buen humor y escuchamos otras canciones sobre el rosa, porque hay bastantes, desde la

mundialmente famosa canción de amor de Édith Piaf *La vie en rose* (1947) y el estándar del jazz *Looking at the World Through Rose Colored Glasses* (1962), de Frank Sinatra, pasando por la canción de Gilbert Bécaud *L'important c'est la rose* (1967) y la agresiva y desafiante autoafirmación de Hildegard Knef *Für mich soll's rote Rosen regnen* (1968), hasta la divertida canción de rock de Aerosmith *Pink* (1997): «Yeah, pink, it's like red but not quite».[5]

Sin embargo, cuando ya en casa pasé revista a la noche, me pregunté si no me lo había puesto demasiado fácil. *Pink or sink*, mantenerse alegre a pesar de la crisis; eso estaba muy bien. Pero el rosa no es solo el color de la aurora auspiciosa, sino también el del crepúsculo que cierra el día y hace que la luz desaparezca. Y a menudo esa puesta de sol es mucho más bonita que la aurora. Por lo tanto, nuestro lema podría haber sido muy diferente: *iver* de color rosa y hundirse en la fosa! Porque, hablando del cielo, el *Pink or sink* solo abarca la mitad de la revelación.

Esta unilateralidad acercó nuestra postura a las gafas de cristales rosas, que se han vuelto proverbiales y tienen fama de ser una forma de ensoñación ingenua e irreal, por lo que la gente suele reírse de quienes las llevan, a menos que estén enamorados. De hecho, el momento en que el ser amado resplandece ante nuestros ojos cegados por Cupido, como si estuviera cubierto de mil pequeños cristales, parece ser una de las pocas excepciones en las que estamos dispuestos a aceptar la ensoñación rosa.[6] Porque los amantes están enajenados. *Amantes amentes*, decían los romanos. [7] Y a veces está bien estar un poco loco o ser alguien por el que otro está loco. El himno de esta locura rosa es *La vie en rose* de Piaf. Esta *chanson* describe cómo el enamoramiento hace que una

persona vea toda la vida alegre y feliz y, por lo tanto, ha ejercido una gran influencia en nuestra manera de entender las gafas de color rosa:

*Quand il me prend dans ses bras
Qu'il me parle tout bas
Je vois la vie en rose.*[\[8\]](#)

En español: «Cuando él me toma en sus brazos y me habla suavemente, veo la vida de color rosa».

Nunca me ha convencido la visión unívoca y ligeramente despectiva de esas gafas de cristales rosas. Por eso me gustó que la exposición de Berlín se opusiera a ello en cierta manera, y con buenos argumentos. Porque no creo que Galeno estuviera loco, ni que estén equivocadas las innumerables investigaciones empíricas sobre los efectos positivos de una visión del mundo optimista y alegre para el éxito de nuestras acciones. Pero también creo que la situación no mejora limitándonos a cerrar los ojos y pensar en algo bonito. Y me preguntaba si no se podría formular una versión de las gafas rosas que incluyera también las puestas de sol y fuera más completa en su anuncio de nuestro sol errante. Una alegría rosa que también sea seria. Al intentarlo, me he topado con una tradición de pensamiento que se remonta a la Antigüedad, y a la que me gustaría llamar «el optimismo de la aurora».

El rosa celeste es, sin duda, solo uno de los fenómenos que me hizo ver *la vie en rose* de otra manera. Hay algunos más. Quizá el más llamativo es el estereotipo de género según el cual el rosa es un color de niñas. Estaba convencido de que este cliché ya no tenía ningún valor en la actualidad. Sin embargo, su preponderancia

quedó demostrada por la indignación de los aficionados cuando la Federación Alemana de Fútbol decidió que sus futbolistas compitieran en la Eurocopa 2024 con camisetas de visitante de color rosa. «¿Es una camiseta de mujer?»; «¿De qué color es el esmalte de uñas?». Los comentarios de este tipo (y también malintencionadamente homófobos) se multiplicaron hasta tal punto que la federación se vio obligada a lanzar una campaña en favor de la camiseta, con la intención de mostrar que los hombres no solo pueden llevar el color rosa, sino que también pueden ganar con él. [\[9\]](#)

No obstante, durante mucho tiempo esto había sido un hecho evidente, porque originalmente el rosa era un color de hombres. Ya los cazadores del Neolítico utilizaban ocre para teñir de rosa su taparrabos, cubriendo y a la vez acentuando «la estaca roja que nace entre las caderas» (como decía Goethe con gran elegancia). [\[10\]](#) Y hasta el final de la vieja Europa, bajo el cadalso, los hijos de las casas nobles europeas se vestían de rosa para remarcar su hombría y su virilidad juvenil. De ellos tomó el rosa madame de Pompadour, la amante de Luis XV, para incorporarlo a su vestuario, porque con el color de los cortesanos podía señalar su emancipación: de amante a política influyente. A consecuencia de ello, sin embargo, el color perdió su vínculo con la nobleza y la masculinidad, y pronto degeneró en el color de moda de la bohemia y el *nouveau riche*. Y con el tiempo, después de la Gran Guerra, la ideología reaccionaria devolvió el color rosa a un lugar en el centro de la sociedad, como señal de un retorno a los valores familiares y a los roles tradicionales en el Pink Think, y como seña de identidad del ama de casa sexualizada en las *pin-ups*.

La historia moral y cultural moderna se refleja en el papel cambiante que este color ha desempeñado en la relación de los sexos y en las ideas asociadas a cómo las personas deben comportarse —o, mejor dicho, no comportarse—, igual que el arcoíris se refleja en una gota de agua. El rosa reúne a personas y cosas muy dispares: no solo amas de casa y *pin-ups*, sino también licores y diamantes, musicales y trincheras, el gran Gatsby y Frida Kahlo, Mamie Eisenhower y Jayne Mansfield, el *shocking pink* y Coco Chanel, Yves Saint Laurent y la Pantera Rosa...

Si hay una moraleja que pueda extraerse de esta cambiante historia, tal vez sea que con el rosa no se puede hacer una política de identidad, porque lo que el color incluye por un lado lo excluye por otro. En este sentido, el rosa es el color diverso por excelencia.

Esto es lo que expresa Aerosmith en el videoclip de *Pink*, un modelo de inclusión veinticinco años antes de que el concepto se pusiera de moda. El cantante, Steven Tyler, aparece como un conejito rosa. Hay una dominatrix, gays, viejos, *crossdressers* y travestis, negros, hispanos y asiáticos, gente muy pequeña y muy grande, gente muy gorda y muy delgada, elfos y luchadores de sumo, góticos, punks y fetichistas, colegialas y bailarines de ballet... Las figuras se suceden (animadas por ordenador); las caras de la banda aparecen una y otra vez (con distintas apariencias), y al final un centauro toca la guitarra.

Por supuesto, Aerosmith también hace referencia a la estrecha relación entre el rosa y la comunidad LGTB+, aunque ahora la bandera del arcoíris ha cobrado más importancia. Aun así, en realidad el rosa es mucho más inclusivo que el arcoíris, porque este solo contiene una parte de la luz visible. Y la luz visible que no forma

parte del arcoíris es el rosa. Viene de los extremos opuestos del espectro y roza nuestros conos visuales tanto para la luz roja como para la azul. Por lo tanto, hace visible lo que el arcoíris excluye. Es una luz de comunión y de unión de los opuestos.

Esta relación del rosa y el arcoíris con la comunión tiene un notable paralelismo en la religión cristiana y la pintura. Muchos pintores usaban el rosa para referirse al Espíritu Santo, que, como es sabido, en el Nuevo Testamento tiene la función de crear comunión. En el Antiguo Testamento, en cambio, el símbolo unificador era el arcoíris.[\[11\]](#)

La prehistoria espiritual del rosa es el segundo foco de mis descubrimientos, ya que abre una visión de este color diferente de la que ofrece la cultura de consumo coloreada, y se extiende hasta el presente. En este contexto, las artes visuales han sido especialmente importantes para mí. Nos muestran el rosa no solo como el color del Espíritu Santo, de la elevación espiritual o de la materialización de ese espíritu, sino también del coqueteo con perfume de rosas, del éxtasis erótico, de la alegría de vivir y de la felicidad de sentirse como en casa en el mundo.

Estas ilustraciones del sentimiento rosa lo hicieron tangible para mí por primera vez como un estado de ánimo, porque muestran que el rosa no es solo un color, sino una actitud ante la vida. «Pink isn't just a color. It's an attitude», dice Miley Cyrus.[\[12\]](#)

Considerado como una actitud ante la vida, el rosa es el complementario del gris, que, como ha explicado recientemente una teoría filosófica del color, no es solo el tono de la idea que nos explica el mundo de la burocracia que maneja nuestras vidas y de los hombres grises que tiran de las cuerdas tras el telón, sino

también de un mundo amenazante en el que hemos sido arrojados al nacer y en el que nos dejan solos con nuestros miedos y preocupaciones.[\[13\]](#)

Ese es el sentimiento del gris. Es el resultado de una mirada hacia adentro y de una cierta ceguera al color, que también puede deberse a razones habituales. En la novela de Michael Ende *Momo* (1973) se dice: «Los hombres grises hacen la vida tan gris como ellos mismos: trajes grises, sombreros grises, caras grises y pensamientos grises. Y nadie sabe cómo hacerles frente». Excepto la propia Momo, por supuesto, pues los hombres grises solo existen «porque la gente les da la oportunidad de existir». [\[14\]](#)

A ello se opone el sentimiento rosa. Es el sentimiento de estar en contacto con el mundo y con los demás, de poder dar forma a la propia vida. Es la confianza de estar a salvo en la Tierra. El rosa nos abre la mirada al «feliz mundo de las cosas y a su Dios, el Sol». [\[15\]](#) Así se puede esperar con alegría lo que está por venir. Sin miedo ni preocupaciones, tranquilo y relajado en el aquí y ahora.

Sin embargo, el sentimiento rosa no sería rosa si en él no se detectara un leve tono grisáceo. Se muestra como un temblor existencial ante las crueldades y contradicciones de la vida, como una decepción en el amor y como un páramo deslumbrante en nuestro mundo de plástico donde el rosa se ha vuelto gris. Pese a todo, la historia del color ofrece lo suficiente para superar este gris. Todo lo que tenemos que hacer es volver a ver de color rosa.

AL PRINCIPIO FUE EL ROSA

No se puede escribir un libro sobre un color que debería abrirnos los ojos al «feliz mundo de las cosas y su Dios, el Sol» encerrado en un cuarto de estudio. Como decía Nietzsche, es preciso «estar sentado el menor tiempo posible; no dar crédito a ningún pensamiento que no haya nacido al aire libre y pudiendo nosotros movernos con libertad, a ningún pensamiento en el cual no celebren una fiesta también los músculos».[\[1\]](#) Así que me pongo en marcha para ver por mí mismo el mundo de color de rosa. Empiezo por Asís, porque el rosa no solo representa una estética profana, sino que mantiene una singular relación con lo sagrado, y esto se ve con especial claridad en la basílica de San Francisco de Asís. Esta iglesia se construyó a finales del siglo XIII para albergar los restos de san Francisco, y Giotto di Bondone la decoró con veintiocho frescos que representan las etapas más importantes de la vida del santo. Estas demuestran que, antes de que Barbie se mudara al castillo rosa, en él vivía el buen Dios.

Cada año acuden a este santuario cerca de Perugia —el más importante de toda Italia— muchos miles de peregrinos y amantes del arte, y yo soy uno de ellos. La ciudad medieval está perfectamente adaptada a sus visitantes. En la suave colina sobre la que se erigió, se han excavado aparcamientos desde los que se

transporta a los peregrinos a la pintoresca ciudad con ascensores y escaleras mecánicas, para que también «cojos, ciegos, mudos y mancos» (Mateo 15:30) puedan llegar a Dios sin que nadie tenga que hacer un milagro. Quien suba a una ciudad medieval en ascensor no debe sorprenderse por el aspecto de decorado escénico que presentan los edificios. Aun así, me sorprendo. Tal vez me falta práctica en la peregrinación a lugares sagrados. Sin embargo, esto no parece molestarle a nadie más que a mí. La gente se apresura hacia la enorme basílica de san Francisco, una construcción de dos pisos, grande y pesada como una fortaleza, que se encuentra en el extremo noroeste de la colina. Los sigo y doy varias vueltas por la amplia y opulenta iglesia inferior, hasta que uno de los vigilantes, un digno monje anciano de rostro romano, se da cuenta de que me he perdido y me señala una pequeña escalera que conduce a la iglesia superior. Al subir la escalera encuentro al fin los frescos de Giotto. La sala es oscura y sombría, pero los cuadros brillan como si estuvieran recién pintados, y en casi todos predomina el color rosa.

El primer fresco muestra cómo Francisco, hijo de un rico comerciante de telas, recibe su misión: se arrodilla ante el crucifijo en una iglesia en ruinas y reza a Jesucristo, quien le ordena que vuelva a erigir su Iglesia, que está abandonada y amenaza con disolverse. La hipocresía y la corrupción han alejado a los hombres «del verdadero espíritu del cristianismo». Giotto pinta a la institución como unas ruinas de iglesia de color rosado. Los restos del tejado, las paredes rotas, las columnas... todo es de color rosa.

Otro de los frescos muestra (y esta es una escena muy famosa, que también otros artistas han pintado una y otra vez) cómo Francisco renuncia a su padre rico, deja atrás todos los bienes

terrenales y entra en la Iglesia. Y la representación de esta Iglesia como institución también es rosa. El hecho de que reconozcamos la casa de Dios por su color rosa no es exclusivo de Giotto, sino que también puede observarse en muchos otros pintores. Por ejemplo, unos ciento cincuenta años más tarde, alrededor de 1440, Stefano di Giovanni di Consolo da Cortona, llamado Sassetta, pintó un retablo para la iglesia franciscana en el borgo Sansepolcro de la Toscana llamado *San Francisco renuncia a su padre terrenal*. En este retablo vemos también cómo Francisco renuncia a su padre y entra en la Iglesia, pero, a diferencia del fresco de Giotto, el edificio sagrado no es fácilmente reconocible como una iglesia. Con sus largos arcos de medio punto y sus galerías abiertas, se parece más bien a un palacio. Sin embargo, el color rosa revela (además del título y las figuras, claro está) que este edificio es la casa de Dios.

Los frescos de Giotto también muestran que Francisco se sumerge tanto en la oración que una nube rosa lo eleva al cielo. O que Francisco, después de fundar la orden de los Franciscanos, se retira a una cabaña rosa en el bosque para rezar. Allí se le aparece un Cristo crucificado con alas en los hombros y la espalda. Y, evidentemente, las alas del Jesús seráfico (así se llaman estas extrañas quimeras) también son rosas. La representación se remonta a una visión de Francisco en la que Jesús se le apareció y le advirtió que no se quedara demasiado tiempo, porque de lo contrario sus hermanos podrían olvidarlo.

Francisco también recibió los estigmas de la cruz, y estos estigmas pueden verse en mi fresco favorito, donde se muestra a un Francisco devoto junto a la Muerte. La Muerte lleva una corona y sonríe al santo con dientes torcidos. San Francisco levanta una mano de

advertencia (¡recordad que sois mortales!), y esa mano muestra las llagas de Jesucristo. Por supuesto, la túnica que lleva el santo en este fresco también es rosa. Porque el rosa es el color del Espíritu Santo, que le ha inspirado a vivir como seguidor de Cristo.

VISITACIÓN EN ROSA

El dominio del rosa en Asís no es un caso aislado. También en la capilla de los Scrovegni, en Padua, que Giotto decoró entre 1304 y 1306 con frescos sobre la vida de san Joaquín y su esposa Ana (los padres de María), vemos a Joaquín vestido de rosa. Esto resulta sorprendente, ya que el rosa no es el color más importante en la pintura cristiana. Los santos solían representarse con vestiduras blancas para señalar su santidad y su pureza. También en el caso de san Francisco era de esperar que se usara el blanco, pero Giotto es conocido por romper con la iconografía del color medieval y elegir colores más naturalistas. Al parecer, él y una serie de pintores posteriores vieron el rosa como un color que guardaba una conexión especial con lo sagrado, pero no lo asociaban a Jesús o a María, porque para estos dos los colores eran el rojo y el azul.

El rojo y el azul son los colores centrales en la iconografía cristiana. Desde el Concilio de Éfeso (431), el rojo representa la púrpura del emperador y simboliza la pretensión de dominio de Jesucristo. El rojo es, además, el color de la *caritas*, es decir, de la caridad cristiana, y también el de la sangre que simboliza el martirio de Jesús en la cruz. Así pues, Jesucristo está estrechamente vinculado al rojo.[\[1\]](#)

Este color está asociado a las rosas, pero también a María, a la que se ha comparado muchas veces con una rosa. El poeta latino Celio Sedulio la describió como una rosa entre espinas, porque nació sin pecado (como una rosa sin espinas) en un mundo pecaminoso (entre espinas). El azul de su vestido remite al Cielo, del que es reina, y a su pureza.

Además, el rojo y el azul eran los colores más preciosos, porque sus pigmentos se obtenían de materias primas muy poco frecuentes: el rojo de la hoy llamada madera de Pernambuco, que debía importarse de la India, Sumatra y Ceilán, y el azul del lapislázuli, una piedra semipreciosa que solo se hallaba en el Hindú Kush. Por lo general, a san Pedro se lo representaba de azul y blanco: azul para el Cielo, pues se encuentra a sus puertas, y blanco como signo de su santidad.

Tal vez ahí esté la clave de que Giotto pinte a san Francisco de rosa, puesto que el rosa de la paleta del pintor nace de la mezcla del rojo, el color de Jesucristo y la caridad, y el blanco, el color de los santos. Con su vestidura rosa, san Francisco podría reconocerse como un santo y como un Jesús menor, y eso es lo que siempre quiso ser.

En el camino de regreso de Asís, en la Toscana, contemplo una obra que atestigua con especial refinamiento el vínculo entre el rosa y lo sagrado. Es la *Visitación de Carmignano*, de Jacopo da Pontormo (1528-1530). El retablo se encuentra en la iglesia de San Michele e San Francesco, y es (según la interpretación más habitual) un doble retrato de Isabel y María. Por un lado, en primer plano, muestra a las mujeres de perfil, y, por otro, las muestra mirándonos de frente. Esta última María, que está al lado de Isabel, lleva una túnica rosa y

sonríe levemente. Sin embargo, la otra María que vemos de perfil y abrazando a Isabel lleva una túnica azul. El cambio de color revela una transformación importante, porque ahora ya no solo contemplamos a una mujer joven, alentada por el amor a Dios, sino a la Madre de Dios, que bajo su vestido azul y su corazón lleva en su seno al Niño Jesús. A esto también alude el título. La visitación de María es una escena del Evangelio de Lucas: una María embarazada visita a su prima Isabel, también embarazada, en su casa (de ahí el nombre de «visitación»). María no le había dicho a Isabel que estaba embarazada, y tampoco llevaba un vestido azul para que Isabel pudiera saberlo, como nosotros hoy. Pero Isabel lo notó de inmediato, porque el niño de su vientre le dio una señal. Lucas dice: «Y sucedió que, al oír Isabel el saludo de María, la criatura saltó en su vientre e Isabel recibió la plenitud del Espíritu Santo. Entonces ella exclamó a voz en grito: “¡Bendita eres tú entre las mujeres, y bendito es el fruto de tu vientre! ¿Cómo pudo sucederme que la madre de mi Señor venga a visitarme? ¡Tan pronto como oí tu saludo, la criatura saltó de alegría en mi vientre!”» (Lucas 1:41-45).

Según esto, el primer retrato resulta aún más comprensible, porque, sin duda alguna, el hecho de que María vista de rosa no es una coincidencia. El color también denota un momento concreto, el que Lucas menciona unas líneas antes: «Seis meses después —es decir, en el sexto mes del embarazo de Isabel—, Dios envió al arcángel Gabriel a la ciudad galilea de Nazaret para ver a María [...]. El arcángel entró en donde ella estaba y le dijo: “¡Salve, muy favorecida! El Señor está contigo”. El arcángel le dijo: “María, no temas. Dios te ha concedido su gracia. Vas a quedar encinta, y darás a luz un hijo, y le pondrás por nombre Jesús. Este será un gran

hombre, y lo llamarán Hijo del Altísimo. Dios, el Señor, le dará el trono de David, su padre, y reinará sobre la casa de Jacob para siempre y su reino no tendrá fin". Entonces María preguntó al arcángel: "¿Cómo será esto?, pues no conozco varón"». Quería decir que no había tenido relaciones sexuales; así como en el Génesis (4:1): «Adán conoció a Eva, su mujer, y ella concibió y dio a luz a Caín». Pero, por supuesto, Gabriel también tenía una solución para esto y «respondiendo el arcángel, le dijo: el Espíritu Santo vendrá sobre ti y el poder del Altísimo te cubrirá con su sombra, por lo cual también el Santo Ser que va a nacer será llamado Hijo de Dios. Y he aquí que también tu parienta Isabel, la que llamaban estéril, ha concebido un hijo en su vejez, y este es el sexto mes para ella, pues nada hay imposible para Dios. Entonces María dijo: "He aquí la sierva del Señor; hágase en mí según tu palabra". Y el arcángel se fue de su presencia».

Así pues, lo que debemos apreciar en el retrato frontal con la túnica rosa es el momento en que el arcángel Gabriel anuncia la concepción de María. El Espíritu Santo se cierce sobre ella y pone el fruto del Señor en su vientre. Pero Lucas no lo describe, y Jacopo da Pontormo es tan discreto que tiende un manto de silencio sobre él. Sin embargo, al pintar de rosa ese manto, revela lo que esconde. Y esa es tal vez la razón por la que María sonríe tan beatamente en este retrato.

AL OTRO LADO DEL CIELO: EL ROSA DEL AZUL

El significado espiritual del rosa pervive hasta la modernidad. Esto se puede ver, por ejemplo, en la obra de Yves Klein. En los años cincuenta, Klein se hizo mundialmente famoso por sus cuadros monocromáticos azules, pero al final trabajó sobre todo con el rosa. Para él, el rosa y el azul son en realidad el mismo color, porque simbolizan movimientos complementarios entre el espíritu y la materia: el azul simboliza la espiritualización de la materia, el rosa la materialización del espíritu.

El primer monocromo de Klein surgió durante una tarde de verano en una playa de Niza. Es 1946, la guerra ha terminado y ya se puede volver a hacer planes. Yves Klein tiene dieciocho años. Él y sus amigos Claude Pascal y Armand Fernández están tumbados sobre los cálidos guijarros y miran al cielo. No hace demasiado calor. Hay algunas nubes allá arriba, pero nada que un viento ligero no pueda dispersar. La Costa Azul está despejada. Los chicos contemplan el cielo azul con aire soñador y se reparten el mundo entre ellos. «Me quedo la tierra y todos sus tesoros», dice uno. «Yo me quedo el aire», dice el otro. «Bien», responde el tercero, «entonces yo me quedo el cielo y su inmensidad infinita».[\[1\]](#)

Algo parecido a esto debió de ocurrir cuando Yves Klein se imaginó su primer monocromo azul, diciendo que le gustaría firmar

el cielo, o el otro lado del cielo, como lo expresó él («j'allai signer mon nom de l'autre côté du ciel»). Esta fue su primera obra como pintor, y también la mejor, según le pareció al mirar atrás, porque las posteriores no alcanzaban a conseguir la presencia sensual de lo absoluto que había visto en el cielo azul aquel día, y que desde entonces trató de imitar en sus pinturas monocromáticas. Para ello, desarrolló su propio color, el *International Klein Blue*, un azul ultramar muy intenso que también patentó.[2] Su aplicación en plano con el rodillo abre un espacio sensorial puro que muestra algo indefinible y trasciende la materialidad del arte. En el *International Klein Blue* vemos lo «invisible que se hace visible», como dijo Klein, o «lo visible que hay en lo absoluto»; miramos al otro lado del cielo. Así, ver se convierte en volar. Nos elevamos en la inmensidad infinita y volamos a través del azul hacia la nada. En un libro del filósofo Gaston Bachelard titulado *L'Air et les songes. Essai sur l'imagination du mouvement* [*El aire y los sueños*] (1943), un «ensayo sobre la imaginación del movimiento» que su madre le había regalado a Klein cuando cumplió veintinueve años, el pintor subrayó un pasaje que más tarde citaría a menudo para describir este vuelo: «Al principio no hay nada, luego hay una nada profunda, luego una profundidad azul».[3]

Este efecto de profundidad del azul es bien conocido. En su *Teoría de los colores* (1810), Goethe escribe: «Al igual que vemos el cielo alto y las montañas lejanas de color azul, una superficie azul parece retroceder ante nosotros. Así como nos gusta perseguir un objeto agradable que se aleja, también nos gusta mirar el azul, no porque venga hacia nosotros, sino porque nos atrae hacia él».[4]

El efecto de distancia del color tiene una causa fisiológica. Solo podemos ver algo con nitidez si nuestros cristalinos enfocan los rayos de luz adecuadamente. Para ello, tensamos o relajamos un pequeño músculo en forma de anillo alrededor del cristalino. Si lo que queremos ver con nitidez es azul, relajamos el músculo, lo que hace que el cristalino adopte una posición más plana. Este movimiento muscular «es el mismo movimiento necesario para enfocar objetos lejanos. Nuestro cerebro lo controla de forma automática. Pero tal vez tiene también el efecto inconsciente de que asociamos el color azul con la inmensidad».[5] Klein transforma el cielo azul despejado en un espacio vacío de lo absoluto.

A finales de los años cincuenta, el rosa se convirtió en el segundo color principal de Klein. Una de las pinturas más famosas de esa época, y una de las pocas que Klein tituló, es *Le Rose du Bleu* (1960) o, en español, «El rosa del azul». Es un relieve monocromático de color rosa intenso con numerosos granitos y nueve esponjas. Klein las describe como «formas salvajes, vivas, que respiran», y ve aquí el rosa como el color del cuerpo en el que se materializa el espíritu o lo absoluto. El rosa y el azul, dijo al final, son en realidad el mismo color.[6]

Klein se entusiasmó con el budismo, pero también simpatizaba con el cristianismo, y las esponjas impregnadas de pintura rosa son como símbolos del cuerpo animado, lo que también encaja con la historia del arte y la teología cristianas. Porque en el arte occidental el rosa era el color predominante para los cuerpos y la piel de las personas de color claro, y el cristianismo ve al hombre como la creación de Dios y la encarnación del Espíritu Santo: «Entonces Dios

formó al hombre del polvo de la tierra, sopló en su nariz aliento de vida», dice, por ejemplo, el Génesis 2:7.

Si el rosa es la encarnación del espíritu o, como dice Klein, la materialización de lo absoluto, las obras rosas y las azules están unidas entre sí como la inhalación y la exhalación. Muestran movimientos complementarios. El azul es el color del vuelo de la materia hacia lo inmaterial, del cuerpo al espíritu, de lo concreto a lo absoluto. El vuelo hacia el otro lado del cielo. El rosa es el color del vuelo de regreso, de lo absoluto a lo concreto, de lo inmaterial a lo material, del espíritu al cuerpo; en resumen, del regreso a este lado del cielo. Podemos describir el paso entre el rosa y el azul, en palabras de Goethe, como la «sístole y diástole del espíritu humano», porque ambos colores y sus experiencias van de la mano, como la inhalación y la exhalación, o como la contracción y la relajación de nuestro músculo cardíaco.[\[Z\]](#)

MÁS ALLÁ DEL ARCOÍRIS

No hace falta recurrir a la Biblia ni invocar al Espíritu Santo para comprobar por qué el sentimiento de comunión se asocia con el color rosa. Hay una explicación física: la «luz rosa». Lo pongo entre comillas porque la luz no tiene color, sino una longitud de onda determinada. Nosotros solo podemos ver una pequeña parte de ella, entre 400 y 780 nanómetros. La percibimos mediante unos receptores del ojo llamados «conos». Tenemos tres: el cono del azul, el cono del verde y el cono del rojo. Se llaman así porque reciben la luz de diferentes longitudes de onda y luego envían una señal al cerebro, que la interpreta como color. La luz con una longitud de onda de 450 nanómetros, por ejemplo, estimula el cono del azul.

Ver los colores, por tanto, significa interpretar las longitudes de onda de la luz como color. Cada cono es más o menos sensible a esa información y, al verse estimulado con distinta intensidad por la luz que recibe, nuestro cerebro la procesa en consecuencia. Así surge el arcoíris en nuestra cabeza: violeta, azul, verde, amarillo, naranja y rojo. El amarillo es un caso especial. No tenemos un cono para el amarillo y, sin embargo, aparece en el arcoíris entre el rojo y el verde. La luz con la longitud de onda correspondiente estimula levemente ambos receptores, rojo y verde, y los dos envían señales

débiles al cerebro, de modo que este interpreta la información mixta como amarillo.

El rosa, en cambio, no aparece en el arcoíris. Así pues, ¿cómo es posible que podamos verlo? Con la luz rosa pasa algo similar a lo que ocurre con la amarilla. Es una mezcla. Pero no una mezcla de los colores centrales, sino de los dos extremos, el rojo y el azul. La luz que interpretamos como rosa, por tanto, proviene de las dos puntas del arcoíris. Esta provoca una respuesta débil en los conos del rojo y del azul, que envían la información al mismo tiempo, y eso es lo que nuestro cerebro interpreta como rosa. Es la parte de la luz visible que no pertenece al arcoíris, un excedente óptico, una extravagancia electromagnética.

Todos los colores son construcciones inventadas por nuestro cerebro para orientarnos en el mundo. Pero el rosa es un poco más inventado que el resto de colores. Es un color ingenioso que no solo aúna los extremos del espectro, sino que también hace visible lo que el arcoíris excluye.[\[1\]](#) El rosa es la luz de la comunión y de la unión de los opuestos. Por lo tanto, tiene una función similar a la del Espíritu Santo en la Biblia. El rosa es el Espíritu Santo de los colores.

AVISO: CINCUENTA SOMBRAS DE ROSA

Esta pequeña digresión sobre la percepción del rosa me brinda la oportunidad de evitar una posible confusión. A continuación, me refiero a ciertas percepciones del color como rosa, a pesar de que otra persona podría designarlas de una manera totalmente distinta, tal vez violeta o salmón, fucsia o magenta, melocotón o coral, fresa o lila. Esto es inevitable, porque cada persona procesa su percepción del color de forma diferente. Sin embargo, solo podemos hablar de ello si utilizamos términos generales para referirnos a esas impresiones individuales. El uso de los nombres de los colores, escribe el filósofo Ludwig Wittgenstein, se construye a partir de un «uso ideal, como se construye una geometría», mientras que su percepción se basa en experiencias sensoriales que son diferentes para cada persona.[\[1\]](#)

Aun así, el uso de estos términos generales presupone que conocemos lo que significan. Es decir, no sabemos qué significan las palabras rojo, verde o azul si aún no hemos visto el rojo, el verde o el azul. No nos basta con una definición como la de un triángulo u otras figuras geométricas. Tenemos que haber visto el color en la realidad para saber a qué hace referencia su nombre cuando lo oímos. No obstante, cada uno tiene una percepción del color diferente. Así pues, el hecho de que podamos hablar de colores es,

desde el punto de vista filosófico, un milagro. Este milagro se exacerba aún más cuando recordamos que no solo percibimos el color de maneras diferentes, sino que nuestra percepción además es impura, porque siempre interfieren otros colores. «Las personas — escribió el físico Georg Christoph Lichtenberg a Goethe en el otoño de 1793— saben con seguridad qué tipo de color es ese que llaman blanco, pero ¿cuántas habrán visto alguna vez el color blanco puro?». [\[2\]](#) Si la diferencia entre concepto y percepción ya es tan grande con los colores puros, ¿cuánto más lo será con los colores mixtos como el rosa?

Por todo ello, cuando en este libro utilizo la palabra «rosa» para referirme a un color, apelo a la generosidad de mis lectores para que imaginen todas las percepciones de ese color que crean posibles.

THE WORLD'S PINKEST PINK

El artista inglés Stuart Semple sintetizó los rasgos comunes de todos los rosas en un pigmento: *The world's pinkest pink* («El rosa más rosa del mundo»). Con ello pretendía responder al comportamiento de su colega Anish Kapoor, que en los círculos artísticos se había percibido como antisocial.

Antes de eso, Kapoor se había asegurado los derechos exclusivos de un pigmento hecho de partículas de nanocarbono que causó sensación por ser el negro más negro; sin duda alguna, a otros artistas también les habría gustado trabajar con él: se trataba del Vantablack. Pero no podían hacerlo, porque Kapoor había firmado un contrato de suministro único con los productores del Vantablack. En respuesta, Semple desarrolló su *Pinkest pink*, y lo sigue distribuyendo a través de su página web. Allí lo puede comprar cualquiera que declare que no es Anish Kapoor, que no está asociado con Kapoor y que no compra el pigmento ni para él ni para ninguno de sus mediadores, y de ese modo se asegura de que el pigmento no llegue a sus manos. Pese a todo, Anish Kapoor logró salvar estos obstáculos casi insuperables y conseguir el pigmento. El 23 de diciembre de 2016, publicó en su canal de Instagram una foto del *pink* de Stuart Semple y su dedo corazón medio extendido, que previamente había sumergido en el pigmento; en la descripción

escribe: «Up yours #pink» (algo así como «métetelo por donde te quepa»).

EL OPTIMISMO DE LA AURORA

Quizá el significado más conocido que se le da al rosa es el del optimismo y la esperanza, incluso hasta la exageración. ¿Quién no conoce la expresión «verlo todo de color de rosa»? Con ella nos referimos a alguien que ve el mundo de forma demasiado positiva y que evalúa sus perspectivas con excesivo optimismo, o precisamente «de color de rosa» porque contempla su vida con la enajenación de un enamorado e idealiza su situación del mismo modo que lo hace con el objeto de su deseo. «Lookin' at the world through rose-colored glasses —canta Sinatra—. Everything is rosy now». Veo el mundo a través de unas gafas de cristales rosas y todo se ve de color rosa. «Lookin' at the world and everything that passes / Seems a rosy hue somehow». Miro el mundo y todo lo que encuentro está bañado en un tono rosado. Y ¿por qué? «Certain someone just said yes». Cierta persona dijo que sí y ahora el mundo me sonrío. Me voy a instalar —y esta es una imagen muy dulce para un hombre como Sinatra— en un bungalow cubierto de rosas («In a bungalow all covered with roses / I will settle down»).

Creo que esta descripción de las gafas de cristales rosas es problemática en dos sentidos. Por un lado, porque revela una comprensión relativamente superficial del tema: un vulgar optimismo de *chanson* que debemos a una mala interpretación del éxito de Piaf.

Sin embargo, por otro, con su tono ligeramente burlón, Sinatra también deja claro que ve la vida y sus perspectivas con cierto pesimismo y que quizá el peso de la existencia ya lo ha encerrado en su prisión.

Pero ¿cómo podríamos ver de color de rosa evitando los errores de un optimismo demasiado ingenuo sin caer en la crítica pesimista? Para averiguarlo, me he preguntado por qué este color infunde optimismo a las personas.

Las ideas positivas que asociamos a él tienen su origen en el amanecer. Ya los antiguos griegos adoraban la aurora como a una deidad. La diosa Eos «de rosáceos dedos», como la describe Homero, prepara el camino para su hermano Helios, que conducirá el carro del sol por el cielo durante el día y, por lo tanto, es la señal de un nuevo comienzo y una anticipación del éxito. En el cristianismo, a María se la llama la Aurora porque anuncia (como madre de Jesús) la llegada del Salvador, igual que la aurora anuncia el sol.

Esta asociación del optimismo y el entusiasmo con el cielo matutino de tonos rosados se puede observar en muchos idiomas. «L'optimisme, c'est voir la vie à travers un rayon de soleil», dicen los franceses. El optimismo es ver la vida a través de un rayo de sol. Los estadounidenses creen que la esperanza se cocina al sol. Esta afinidad entre la imagen y el objeto no es del todo casual. Los estudios demuestran que, en general, somos más optimistas en los días soleados, sobre todo en lo que respecta a nuestras perspectivas a largo plazo.^[1] Si llevas gafas con cristales de color rosa y ves el mundo con esa luz, asumes que te van a pasar cosas buenas.

La moderna ideología del éxito lo convierte en un pensamiento de afirmación. Si somos lo bastante optimistas sobre el futuro, seremos exitosos. Solo tenemos que quererlo de verdad. Y quien realmente quiere, lo consigue todo en la vida. En este sentido, DJ Antoine ha reinterpretado el éxito mundial de Piaf. El estribillo dice:

La vie en rose
La vie, la vie en rose
Your life is what you make it
So go ahead and take it.[\[2\]](#)

[«La vida en rosa
La vida, la vida en rosa
La vida es como tú decides
así que lánzate a por ella»].

Esta es la autohipnosis moderna para la que el evangelista Mateo encontró una frase estupenda: «Conforme a vuestra fe os sea hecho» (Mateo 9:29).

Sin embargo, si nos atenemos a la imagen de la salida del sol y a la idea del optimismo que esta realmente puede generar, llama la atención hasta qué punto este optimismo autógeno se sobrevalora a sí mismo. Porque no dejamos que el sol salga por sí solo. La aurora es el resultado de la rotación de la Tierra o, filosóficamente hablando, del curso del mundo. Por lo tanto, sería mucho más apropiado adoptar una actitud mucho más modesta, que admita que no solo obtenemos nuestros éxitos por voluntad o iniciativa, sino que también necesitamos el apoyo de otras fuerzas, aunque solo sea la de la suerte. El verdadero optimismo de la aurora confía en las fuerzas primordiales, como hace el agricultor, porque acepta «lo

dado y lo recibido con un reconocimiento inmediato, da las gracias a Dios por ello y vive con la fe de que esta bondad continuará», pero no por eso deja de trabajar en el campo con todas sus fuerzas. Friedrich Hegel lo llamó la «disposición de la vieja nobleza».[3] Una disposición que combina la esperanza serena y la confianza en Dios o en la naturaleza, que son básicamente lo mismo, como señaló Spinoza en el siglo XVII con una humildad poco frecuente hoy en día.

Esta humildad distingue el optimismo de la aurora del «atletismo» de la felicidad y la esperanza propia del capitalismo tardío. Porque los jinetes de la fortuna modernos quieren subir cada vez más alto. «La felicidad —dice el publicista Don Draper en la serie de televisión *Mad Men* (2007)— es el breve momento antes de que necesites más felicidad».[4] Pero al optimista de la aurora le basta «lo que recibe, [...] lo utiliza, porque vuelve a él».[5] No quiere cada vez más, sino solo ser como el sol en su tránsito circular.[6]

Su humildad se acrecienta por el hecho de que sabe que el sol volverá a ponerse, y su suerte con él. Si gana algo, lo perderá de nuevo y su felicidad se convertirá en infelicidad, como el día se convierte en noche. Sin embargo, esta pérdida no lo asusta, porque, así como el sol se pone, también volverá a salir, y un nuevo día traerá nueva felicidad. Esta fuerza consoladora de que ningún sufrimiento dura para siempre es quizá la mayor virtud del optimista rosa, y muestra por qué está a la misma distancia de las actitudes que ven el mundo demasiado rosa o demasiado negro. Cuando Peter Fox canta:

*Alle malen schwarz, ich seh' die Zukunft pink
Wenn du mich fragst, wird alles gut, mein Kind.*[7]

[«Todo el mundo lo pinta de negro, pero yo veo el futuro rosa.
Si me preguntas a mí, todo irá bien, cariño»].

El optimista rosa añade: al menos por hoy o al menos de momento, no para siempre. Porque carece de toda certeza de victoria. Y porque, mucho más que la expectativa de éxito, lo sostiene la lacónica confianza de que ninguna desgracia es permanente. El cambio es lo único que perdura.

EL SALTO DE TODOS LOS SALTOS

Quien lleva unas gafas de cristales rosas contempla el mundo y lo que está por venir con entereza y confianza. Esto puede ayudarle a salir de situaciones difíciles o casi irresolubles y, a veces, incluso hacer que pueda enfrentarse a la muerte con serenidad. Esto último es lo que reflejan los frescos de tonalidades rosas en una cámara funeraria del siglo v a. C. de la costa de Salerno. Su motivo central, el fresco de la parte interna de la losa que cubre la cámara, se llama *El nadador de Paestum*, que también da nombre al conjunto.

El antiguo fresco muestra a un joven que salta al mar dibujando un elegante arco, «como si saltara interminablemente en el espacio entre la vida y la muerte», como escribe el escritor francés Claude Lanzmann: «Una impresionante hazaña de inmersión, porque en realidad se encuentra [suspendido] en el vacío, y tal vez su caída nunca termine. No se entiende: ¿de dónde ha saltado, hacia dónde se lanza? ¿Tal vez en realidad no está cayendo? Parece que esté flotando».[\[1\]](#)

El salto de este joven se ha comparado a menudo con los saltos salvadores con los que logramos liberarnos de una situación difícil. Uno salta a la nada alejándose de los acontecimientos que amenazan con arrollarlo como un tren de mercancías y se aferra a sí mismo, salvándose gracias a un acto temerario. El filósofo danés

Søren Kierkegaard estaba particularmente interesado en los saltos de este tipo, porque son un «acto audaz del corazón, [...] en el que una persona se aventura y pierde de vista toda prudencia y probabilidad» con un salto a lo desconocido. Kierkegaard opinaba que una persona solo puede hacer algo así si es capaz de creer en algo. Por lo tanto, también lo describió como un «salto de fe», y se refería concretamente a la fe en Dios.^[2] Pero también podemos entender esa fe de manera más profana, como la fe en nosotros mismos y en que las cosas están saliendo bien porque el sol siempre vuelve a salir. Esta es la hazaña del optimismo de la aurora.

Yves Klein recreó el salto del nadador dándole el sentido de un autorrescate. Su fotomontaje *Le saut dans le vide* (1960) («El salto al vacío»)^[3] muestra al artista en caída libre desde una ventana. Tiene los brazos extendidos como si fueran alas y flota con el torso doblado en un ángulo ligeramente hacia arriba con respecto a la calle. Permanece suspendido en el aire como el nadador de Paestum.

Para Klein, esto implica una forma de aferrarse a sí mismo, la salvación contra toda probabilidad y el desprecio por el peligro en los momentos de mayor necesidad. Ello hace que su salto al vacío sea comparable a la acción de autorrescate más espectacular que nos ha transmitido la literatura alemana, a saber, la escena en la que el propio barón de Münchhausen logró sacarse a sí mismo y a su caballo del barro. Él la describe así: «En otra ocasión quise pasar por encima de una charca de lodo que al principio no me pareció tan ancha cuando la encontré, ya que estaba en medio de un salto. Flotando en el aire, por lo tanto, me volví de nuevo por donde había venido para tomar un impulso más grande. Sin embargo, por

segunda vez di un salto demasiado corto y caí no muy lejos del otro lado, en el cieno que me llegaba hasta el cuello. Aquí debería haber perecido sin duda si la fuerza de mi propio brazo no me hubiera sacado tirando de mi propio pelo, junto con el caballo, al que agarraba firmemente entre las rodillas».[4]

Lo que para el barón es la fuerza de su brazo, para otro son las gafas de cristales rosas. Estas nos proporcionan la fuerza y la audacia para salvarnos de una situación desesperada dando un enérgico salto hacia lo desconocido, y para sacarnos del embrollo por nuestra cuenta. *Pink or sink*. Ver de color rosa o hundirse en la fosa. Por lo tanto, las gafas de cristales rosas no son un simple accesorio de quita y pon, y representan mucho más que una visión soñadora del mundo. Son, más bien, una técnica de vida o, mejor dicho, de supervivencia, con la que podemos llegar hasta la orilla y salvarnos, y permanecer serenos incluso en situaciones que parecen desesperadas. Son un rasgo fundamental de nuestra individualidad y personalidad que determina quiénes somos y cómo vemos el mundo. Por eso Miley Cyrus dice: «El rosa no es un color, es una actitud». Arthur Schopenhauer llama a esta actitud rosa simplemente «alegría».[5]

Pero el salto del nadador de Paestum va más allá, porque la cámara funeraria en cuyo interior se encuentra este fresco estuvo cerrada hasta su descubrimiento en 1968. Por lo tanto, esta obra no estaba concebida para inspirar a un público a realizar actos nobles, solo estaba destinada a la persona que yacía en esa cámara. Este joven ya no salta hacia la salvación, sino hacia la muerte. Más allá del coraje y la fuerza para hacer frente al peligro con un salto audaz hacia lo desconocido, el fresco de la losa celebra la aceptación de lo

inevitable frente a la muerte misma. Eso hace que este sea el salto de todos los saltos.

LUZ ROSA EN ARGENTEUIL

Los cristales rosas nos muestran el mundo no solo con una luz alegre, sino también con la luz del amor y la comunión. Quien ve a través de ellos siente un afecto especial por el mundo y las personas con las que lo comparte. Esto puede observarse muy bien en las pinturas de los impresionistas, cuya innovación artística consistía precisamente en mostrarnos cómo aparecen las cosas bajo una determinada luz.

En este sentido, resulta especialmente esclarecedor un paisaje invernal de Claude Monet con el título de *Le Givre* («La escarcha»), en el que consigue que la nieve brille en las tonalidades rosas más preciosas. Es parte de una serie de dos obras: hay una segunda pintura que muestra el mismo pedazo de terreno en la misma época del año y desde una perspectiva casi idéntica, pero sin luz rosa. Esta segunda obra, el *Paysage de Neige* («Paisaje de invierno»), es del amigo de Monet, Auguste Renoir. Está expuesta en el Musée de l'Orangerie de París. La pintura de Monet se puede ver en el Museo Barberini, de Potsdam. Los dos cuadros se pintaron en el invierno de 1874-1875, en el lugar de residencia de Monet, Argenteuil, cerca de los meandros del Sena al norte de París. Renoir había viajado en tren a casa de su amigo un soleado día de invierno para pintar con él. Tal vez salieron a caminar juntos para encontrar el lugar

adecuado. Tal vez Monet ya conocía un lugar y llevó a su amigo allí. Como muestran las imágenes, ambos optaron por recrear la misma vista del lugar.

Vemos un prado en invierno, a la izquierda árboles y arbustos, al fondo un pequeño estanque y casas iluminadas por el sol. Hay pequeñas diferencias en la ejecución. Renoir trabajó en los arbustos con mayor delicadeza; Monet, en cambio, utiliza pinceladas más gruesas. A primera vista, sin embargo, las pinturas son muy similares, ya que no solo muestran la misma escena en el mismo momento, sino que también eligen los mismos colores para representarla. En ambas predominan finas tonalidades blancas, azules y marrones. Aun así, hay una diferencia esencial que le da a la obra de Monet un carácter completamente distinto, porque, mientras Renoir se quedó con las tonalidades mencionadas para reflejar la impresión visual que se le ofrecía, Monet completó la imagen con algunos detalles rojos y, sobre todo, rosas. Las copas de los árboles, los techos y las paredes de las casas, todo brilla con una cálida luz rosa.

Monet introdujo esos detalles porque vio aquel lugar de una forma distinta. Su visión está llena de calidez y amor. Argenteuil se le apareció en luz rosa porque allí estaba en casa. El hogar es solo en parte algo construido. Básicamente, representa «una realidad moral por excelencia, un artefacto psíquico y material que nos ayuda a desenvolvernó mejor en el mundo de lo que nuestra naturaleza nos permite», como señala el filósofo Emanuele Coccia: «Precisamente esto es un hogar: el primer y nunca terminado esbozo de una superposición de nuestra felicidad con el mundo».[1] Y esta superposición de felicidad y mundo bañó de rosa el lugar para

Monet. En su pintura muestra el resplandor de la felicidad en el mundo.[2] Renoir también utilizó el color rosa, pero no para Argenteuil, la patria de su amigo, sino para los cuerpos de las mujeres que pintó y amó.

Monet nos muestra el rosa como el color de un mundo que nos es íntimamente familiar, en el que vivimos libres del miedo y la preocupación y con el que estamos conectados a través del amor. Para mí, esto hace que el valor emocional del rosa sea particularmente vívido, y también explica por qué este color sigue siendo tan fascinante hoy en día. Porque el rosa no es solo un color, sino una actitud ante la vida. Y esta actitud rosa está en marcado contraste con el gris en el que nuestra existencia amenaza con hundirse: el gris de la vida cotidiana o de la sobrecarga. El gris de la vida cotidiana hace que todo sea igual y deja que las cosas se hundan en la indiferencia, hasta tal punto que ya no nos interesan y quedamos llenos de «pensamientos mortales sin alma», como dice Hölderlin.[3] El gris de la sobrecarga surge de la sensación de estar expuestos (o arrojados) a un mundo que nos rodea con su caos confuso como una densa niebla. Esto nos abruma e inquieta, por lo que siempre vivimos con miedo y preocupación, si es que no languidecemos en el aburrimiento.[4]

La actitud rosa se opone claramente a esto. Donde la vida gris se hunde en una falta de relación con el mundo, que no nos interpela o nos amenaza, la *pink attitude* está vinculada a un mundo feliz de afecto y amor. Donde aquella se hunde en el gris sin sol, esta recibe la iluminación del sol como una deidad. Donde la actitud gris se siente expuesta y preocupada, el sentimiento rosa vibra en feliz seguridad. Y donde la vida gris se desvanece en el miedo, *la vie en*

rose se deleita en la serena confianza de su optimismo por el amanecer.

Esto también implica otro sentido del tiempo, ya que el miedo y el aburrimiento se dirigen de forma especial hacia el futuro y hacia lo que está por venir. El aburrimiento es la expectativa constante de un futuro indeterminado que nunca llega. El miedo es la expectativa constante de un porvenir incierto que nos amenaza. En ambos no vivimos en el momento presente, sino en el futuro, y en ambos no estamos con nosotros, sino por delante de nosotros. Esta anticipación nos somete a una tensa expectativa de algo que es ajeno a nosotros y que nos afecta de manera diferente. Somos pacientes infelices en la sala de espera de la vida, y esperamos con desánimo lo que está por venir. En el sentimiento rosa estamos completamente relajados en el aquí y el ahora.

PARAÍSOS ROSAS O LA CAPILLA

JUNTO AL MAR

El rosa como color de lugares alegres y cuerpos deseados: lo que distingue a Monet de Renoir es lo que su colega Henri Matisse aúna y condensa. El rosa se convierte en el reflejo del paraíso. Esto se puede observar en una obra temprana de la que Matisse dijo que era el comienzo de su arte. La pintura *La alegría de vivir* (1905) muestra a personas desnudas en un jardín paradisíaco, yaciendo solas o en parejas, inmersas en juegos eróticos y lascivos y dedicándose a actividades como las de los pastores en la poesía antigua: tocar la flauta, bailar y besarse. En el centro, seis mujeres desnudas bailan en corro, anticipando una de las obras más famosas de Matisse, *La danza* (1909-1910).

Los colores que utiliza llaman la atención. La mayoría de los cuerpos son rosas, igual que todo el cielo. Sin embargo, también hay hierba azul, ramas rojas, nubes verdes y cuerpos verdes o amarillos. Matisse se toma esta libertad porque sus cuadros «no debían ser una copia de la naturaleza», eso ya podía hacerlo la fotografía de su tiempo mucho mejor, sino la expresión de una «visión interior» y «algo similar a un cómodo sillón en el que él —Matisse se refiere al “trabajador espiritual”— puede descansar del agotamiento físico» que provoca el pensamiento.^[1]

Lo que dice Matisse de la pintura y los colores se puede aplicar a su obra, que pretendía ser un advenimiento del paraíso en medio de un mundo dominado por el terror. (Matisse vivió dos guerras mundiales, una hiperinflación global, el Holocausto e innumerables desastres naturales, y sufrió a lo largo de su vida una condición enfermiza que lo mantuvo en cama durante mucho tiempo). Así que, si pintaba de rosa el cielo y la gente, no era para referirse a la aurora y la piel desnuda, sino porque el valor sentimental del rosa le parecía el adecuado para expresar su visión interior del paraíso. El rosa es un reflejo del Elíseo, de la completa liberación del sufrimiento y las preocupaciones, de la protección que brinda la dicha del universo.

Así lo expresan las obras que le sirvieron de modelo, como por ejemplo *La edad de oro* (1862), de Jean-Auguste-Dominique Ingres. En ella se muestra una multitud de personas medio desnudas entregadas a placeres similares, y con el título se hace referencia a un estado mitológico primordial, convertido en proverbial, en el que los humanos vivían tan despreocupados como los dioses.^[2] Lo pagano de esta escena estaba en consonancia con las ideas de Matisse, que era espiritual pero no cristiano. Sin embargo, el rosa no ocupa un lugar destacado en la obra de Ingres ni en muchas otras versiones de este motivo centenario.

Esto es diferente en el caso de El Bosco, quien en su tríptico *El jardín de las delicias* (1490-1500) muestra en las caras interiores dos visiones del paraíso y una del terrible presente; a la izquierda pinta el paraíso tal como lo conocemos por la Biblia; en el centro, el mundo tal como habría sido si Adán y Eva no hubieran pecado y se hubieran quedado con sus descendientes en el jardín del edén —un

paraíso 2.0—, y a la derecha el mundo tal como se ha convertido después del pecado original. En las dos primeras tablas, el rosa es el color dominante. En la visión del Bosco del antiguo paraíso, Jesús se alza con una túnica rosa entre Adán y Eva y, detrás de él, una fantástica torre rosa vigila un mundo pacífico sin tribulaciones ni fatigas. En la gran tabla central, las torres rosas se han multiplicado y la población también ha crecido mucho. Sin embargo, los descendientes de Adán y Eva no están divididos en la disputa, como Caín y Abel, sino que se regocijan en las escenas más alegres. Cantan, bailan y ríen, nadan en esferas rosas, cabalgan sobre criaturas míticas rosas y comen bayas rosas. Un joven incluso pone un ramo de rosas en el trasero de otro, porque el hombre no solo es un instrumento de Dios, como dice la Biblia (2. Timoteo 2:21), sino también de *La alegría de vivir*, y eso es, en el lenguaje pictórico del paraíso, un jarrón para las rosas.

La tercera tabla muestra el mundo pecaminoso tal como lo conocemos: lleno de horror y sufrimiento, brutalidad y vileza. Los colores dominantes aquí son el negro, el gris y el marrón. Porque el rosa no es de este mundo, sino el reflejo de uno mejor, el color de la utopía y el paraíso.

Para Matisse, sin embargo, el verdadero Elíseo son los cuerpos perfumados de mujeres grandes, un «paraíso de señoras gordas». [3] Entre sus fuertes muslos y sus exuberantes caderas encontró la «puerta angosta» (Mateo 7:13) hacia la bienaventuranza. Prueba de ello son los numerosos desnudos rosas que pintó, como *El sueño* (1935), *Desnudo rosa* (1935), *Desnudo con el talón en la rodilla* (1936) y *Desnudo rosa sentado* (1935), entre otros. Todos ellos muestran la carne rosa de mujeres exuberantes. [4] Y también aquí

Matisse eligió el color no como tono de piel realista, sino como expresión de su visión interior de las mujeres, que en realidad pintaba con los ojos cerrados, como él decía.^[5] En su imaginación, las mujeres son rosas porque su interés por ellas no era sexual, sino «sentimental», como él lo describía. Y este interés sentimental transforma la lujuria carnal en una voluptuosidad delicadamente refinada y espiritualizada. Matisse la describe como una «voluptuosidad sublimada» que tiñe de rosa los cuerpos.^[6] En una carta a un amigo lo definió así: «Mi modelo y yo no flirteamos; es más bien un “flor-teo”; lo que ocurre entre nosotros es una ducha de flores: nos lanzamos pétalos de rosa».^[7]

Matisse no busca el éxtasis físico, sino el espiritual. Y lo logra identificándose con sus modelos, como relata su musa y directora de estudio durante muchos años, Lydia Delectórskaya. Una vez, por ejemplo, cuando ella estaba desnuda frente a él, Matisse le dijo: «Esto es una especie de revelación. Ya no soy yo. En estos momentos se produce una verdadera duplicación. Ya no sé lo que hago, me identifico con mi modelo». Cuando ella le preguntó si este rapto se debía a ella en concreto o si le pasaba lo mismo cuando pintaba una hoja de higuera, él le contestó: «Sí, exactamente lo mismo».^[8]

Matisse se pierde en un sentimiento oceánico que lo disuelve todo y hace que lo uno se funda con lo otro, una experiencia extática como en el misticismo. La pintura es un proceso espiritual, y en el color rosa se articula un deseo que abre al hombre al infinito y lo conecta con el cosmos. Baila como un corcho sobre las olas.^[9]

Matisse muestra este fundirse de lo uno y el todo en la piel de sus modelos, porque la piel es el órgano que marca la separación entre

el interior y el exterior, que aquí desaparece. A través de la piel el cuerpo se comunica con el mundo, pero también lo separa de él.[\[10\]](#) El color rosa demuestra que esta separación se desvanece.

La apertura al cosmos se intensificó una vez más en su obra tardía, que surgió de la relación con una modelo muy especial y de una gran crisis. En 1941, Matisse tuvo que someterse a una grave operación de cáncer de colon, a consecuencia de la cual quedó atado a la cama y a una silla de ruedas. Esto parecía el final de su carrera como pintor, porque ya no podía ponerse de pie frente al lienzo y mover el pincel con facilidad.

Sin embargo, Matisse no se dejó intimidar por esto. Al fin y al cabo, su carrera también había comenzado en la cama. A los veintiún años, cuando todavía estaba estudiando Derecho, tuvo que guardar cama por una apendicitis. Su madre le regaló un juego de lápices de colores para que pudiera pasar el tiempo. La pintura lo entusiasmó tanto que abandonó el Derecho y se inscribió en la Academia. Eso fue en 1890, y en los años siguientes surgió de él una obra que, como decía su maestro Gustave Moreau, «simplificaría la pintura» y, lo que es más, la haría evolucionar tanto que la cambiaría por completo.[\[11\]](#)

Después, con poco más de setenta años, Matisse tuvo que cambiar la pintura una vez más. Buscó a través de un anuncio en un periódico a una «joven y bonita enfermera de noche», y encontró en Monique Bourgeois a una joven guapa y tierna como a él le gustaban. Bourgeois lo cuidaba y lo animaba. Ella misma también pintaba y pedía consejo a Matisse. Pero tampoco se guardaba las críticas para sí. «Señor —dijo mirando sus cuadros—, me gustan mucho los colores, pero no tanto los dibujos». A Matisse el

comentario le pareció tan divertido que a menudo se lo repetía para sus adentros. Delectórskaya recuerda que nada motivó tanto a Matisse a seguir trabajando después de su pesada operación como los alegres ratos que pasaba con su enfermera, que pronto se convirtió en su musa.

Para poder pintar también desde la cama, Matisse fijó un lápiz a un palo largo y dibujaba con él en la pared, de un modo similar a su amigo Renoir, que en su vejez se hizo atar el pincel al brazo porque sus manos artríticas ya no podían sostenerlo. Sin embargo, estos intentos no fueron satisfactorios. Finalmente, recordó los recortes con tijera que había hecho como preparación para otros trabajos, por ejemplo, para *La danza*, y así nació la idea de dibujar con tijeras. Matisse hacía teñir los papeles según sus instrucciones, y luego cortaba las formas con tijeras, que más tarde Delectórskaya o Bourgeois aplicaban sobre un papel pintado siguiendo sus indicaciones.

¡Este fue su gran salto al vacío! No solo resolvió así un problema artístico que lo había atormentado durante toda su vida, a saber, equilibrar el color y la línea, ¡ahora podía dibujar en el color cortando el papel coloreado con tijeras! Pintar con tijeras, además, era también un arte que podía practicar desde la cama y que seguiría usando más adelante. Así nacieron el libro de arte *Jazz* (1943-1947) y la serie *Nu Bleu* (*Desnudo azul*, 1952). Bourgeois le sirvió a menudo de modelo para este proyecto.

Sin embargo, cuando Matisse empezó a encontrarse mejor, ella lo abandonó e ingresó en la orden de las Dominicas. Matisse intentó impedirselo. ¿De qué sirve en la Iglesia si la luz de Dios brilla mucho más en sus cuadros? En una de las muchas cartas que le dirige, le

dice: «No necesito conferencias sobre vocaciones religiosas. No he necesitado ni un sacramento en toda mi vida para glorificar el Nombre de Dios. He viajado hasta Tahití para admirar la belleza de la luz que Él creó y compartirla con los demás a través de mi obra». [12] Sin embargo, sus invectivas no consiguieron el efecto deseado. Bourgeois era tiernamente afectuosa con el pintor («como una nieta con su abuelito», dice), pero también tenía la autoconfianza suficiente para no dejarse disuadir.

Pese a todo, su separación duró poco y el destino volvió a unirlos muy pronto. Bourgeois, que ahora se llamaba sor Jacques-Marie, no se fue a un lejano convento, como era habitual, sino a Vence, a tan solo trece kilómetros de Niza. Y Matisse, que huía de la guerra hacia el interior de la Costa Azul mientras su esposa e hijos luchaban para la Resistencia en París, se mudó allí.

Justamente allí. Porque la Villa La Rêve que alquiló Matisse se encontraba (lo constato con asombro durante mi visita) en la misma calle que la magnífica finca en la que residía la orden de Bourgeois, y a unos pocos centenares de metros de ella. Cuando Bourgeois iba al pueblo a hacer recados, o cuando volvía de allí, inevitablemente pasaba por la casa del pintor.

Matisse y ella se volvieron a encontrar enseguida —se dice que él se conmovió mucho al verla con el hábito religioso— y fueron de nuevo un solo corazón y una sola alma. En los años siguientes, surgieron numerosos dibujos con la hermana Jacques-Marie como modelo, y cuando Matisse se encontraba peor o su nueva enfermera de noche estaba ocupada también pasaba la noche con él.

Más tarde, cuando sor Jacques-Marie recibió el encargo de planificar una nueva capilla para el monasterio, lo hizo en

colaboración con Matisse. Para muchos, la *Chapelle du Rosaire* (1951) es el punto culminante de la obra de Matisse. Pero, sobre todo, es un último flirteo perfumado de rosas con su musa, que en realidad había eludido sus obligaciones como religiosa.

Las monjas dominicas de Vence constituían una pequeña orden, por lo que la capilla no es una gran construcción (ocho metros de alto, diez de ancho y quince de largo). Insignificante por fuera, sobre todo en relación con la espectacular villa amarilla de la orden, se encuentra agazapada en la ladera, y si no hubiera visto a un grupo de visitantes es posible que la hubiera pasado por alto. La entrada me lleva a cruzar un museo prefabricado, cuyos textos murales me recuerdan una vez más la magnífica construcción que estoy a punto de visitar: «Site exceptionnel, chef d'oeuvre d'Henri Matisse». Se citan sus propias palabras, diciendo que trabajó exclusivamente en esta obra durante cuatro años de su vida con el mayor esmero; es el resultado de toda su vida activa y la considera, a pesar de todas sus imperfecciones, su obra maestra.

Al entrar, sin embargo, me sorprende su sencillez. La capilla es modesta y poco espectacular. Es blanca en su mayor parte. El suelo, la pared larga de la derecha y la pared corta del lado de la entrada están cubiertas de baldosas blancas. Los techos y el resto de las paredes también son blancos. Los asientos son muy sencillos. Son simplemente sillas.

Entonces se abre el cielo en el exterior, entra la luz del sol y la sala se despliega como una flor. Las paredes de azulejos blancos brillan. Muestran dibujos de Matisse: un santo Domingo, el fundador de la orden, una Virgen con el Niño y el Vía Crucis de Jesucristo, con todas las estaciones en una sola imagen. Matisse hizo los dibujos

con el bastón, tal y como había aprendido estando en cama cuando Monique lo cuidaba. La luz del sol hace que los azulejos resplandezcan como un espejo y, como las figuras son solo siluetas y no tienen cara, puedo ver el reflejo de la mía en sus contornos. Santo Domingo, la Virgen, el Niño Jesús, todos ellos son también yo. La luz del sol anula la distinción y nos fusionamos. Matisse también debió de sentir esta identificación mientras trabajaba. Así como mi rostro brilla a través de los santos, Dios obró a través de Matisse. En el libro de arte *Jazz* escribe: «¿Si creo en Dios? Sí, cuando trabajo. Cuando soy sumiso y humilde, siento con mucha fuerza que me ayuda alguien que me permite hacer cosas que van más allá de mí. Sin embargo, no siento ninguna gratitud hacia él, porque para mí es como ver a un mago cuyos trucos no puedo reconocer. Por lo tanto, me siento engañado por el beneficio de esta experiencia, que debería ser la recompensa por mi esfuerzo. Soy desagradecido, pero sin remordimientos».[13]

Matisse despliega todo su talento jugando con la luz de Dios en las magníficas cristalerías que llegan hasta el suelo y atraviesan la pared frontal y la otra pared longitudinal de la estancia. Son las estrellas de la capilla y muestran formas abstractas del cactus, emblema de la Provenza, estilizadas como los recortes de tijera y en colores vivos: amarillo como el sol, verde como las plantas y azul como el cielo sobre el mar, la Costa Azul. La ventana de dos hojas frente al Vía Crucis se llama *El árbol de la vida*. Coloca la luz de Dios frente al padecer de Cristo. Brilla a través de los colores y construye un paraíso de arte contra los horrores del mundo. Las ventanas comparten la belleza de la luz creada por Dios con las personas a través de la obra del artista.

Con ello cumplen la promesa que hizo Matisse a Bourgeois cuando quiso impedirle que entrara en la orden, es decir, que sus obras celebrarían la luz de Dios con mayor belleza que cualquier misa. Pero hacen incluso más que eso, porque, cuando el sol brilla a través de los vidrios de colores, se forman pequeñas manchas de luz rosa aquí y allá. Se deslizan por el suelo, se proyectan por encima de las filas de sillas o brotan de las esquinas y las paredes, dependiendo de la posición del sol.

¿Cómo se explica esto si no hay nada rosa en la iglesia y no hay ninguna referencia a pétalos de rosa en los planos y esbozos que Matisse presentó a la iglesia y a su director de construcción, el padre Marie-Alain Couturier? ¿Cómo cuele Matisse su color de la voluptuosidad y el erotismo sublimado en la capilla? ¿Cuáles son los trucos del artista mago?

La explicación reside en tres principios físicos: dispersión, interferencias y filtrado de la luz.

Recordémoslo una vez más: vemos los colores al interpretar la luz con una longitud de onda determinada de una manera determinada (véase el capítulo 5). Dependiendo de la longitud de onda, la luz estimula nuestros tres conos visuales de manera diferente, e interpretamos el estímulo como una percepción de color.

La dispersión de la luz la conocemos por el cielo. Parece de color azul visto desde abajo porque el aire de las capas superiores contiene partículas más ligeras. Estas partículas transmiten la luz de manera óptima con longitudes de onda más cortas, y nosotros interpretamos esta luz como azul. Por el contrario, cuando el sol se pone al atardecer, brilla a través de capas de aire más profundas con partículas pesadas. Estas transmiten la luz mejor y lo hacen con

longitudes de onda más largas, de modo que vemos esta luz como roja. Si Matisse hubiera utilizado un color con partículas más grandes, estas llevarían la luz roja a la capilla a través de la dispersión, independientemente del color de los cristales. Junto con la luz azul que dejan pasar los cristales de este color (el filtrado de la luz), podría generar una impresión de rosa, porque lo que interpretamos como luz rosa es una luz que produce una impresión débil de rojo y azul. Por último, las interferencias de la luz azul y la amarilla (cuya longitud de onda se encuentra entre el rojo y el verde y estimula ligeramente ambos conos visuales) también podrían crear un efecto de luz rosa. Cuál de los principios utilizó el maestro de la pintura con luz, o si fueron los tres, solo se podría asegurar después de un examen detallado de los colores que empleó.

Matisse utiliza la luz de Dios para encender faros silenciosos de voluptuosidad en el espacio sagrado y arrojar pétalos de rosa a su amada incluso allí donde se consagra totalmente a Dios. Este es el gran triunfo de Matisse. Muestra su obra como una apuesta con Dios por el amor de una mujer, y se ve a sí mismo como un Prometeo moderno que entrega la luz a los hombres. En una entrevista dos años antes de su muerte, dijo: «Al diseñar la capilla de Vence, finalmente abrí los ojos y me di cuenta de que toda la amarga lucha de mi vida estaba destinada a la gran comunidad humana, a la que se le revelaría un poco de la refrescante belleza del mundo a través de mí como mediador».[14]

Matisse es un sacerdote de la luz rosa. La espolvorea en el suelo de su capilla como pequeños pétalos y abre nuestra mirada al «feliz mundo de las cosas y su Dios, el Sol». Su capilla es una rosa. En el año de su finalización, visitó la catedral de Notre-Dame en París y

quedó hechizado por sus ornamentadas ventanas y la música de órgano que flotaba sobre su cabeza. Se preguntó: «Teniendo en cuenta todo esto, ¿qué es mi capilla [en comparación con la catedral]? [...] Y entonces pensé: es una flor. Es solo una flor, pero es una flor». [\[15\]](#)

LA VIE EN ROSE

París, mayo de 1945. El coronel Jodl acaba de firmar la rendición incondicional del Tercer Reich y Édith Piaf está con su amiga, la cantante Marianne Michel, en un café de los Campos Elíseos. Michel le pregunta a Piaf si tiene una canción para ella que pueda cantar en los Music Halls, y a Piaf se le ocurre *Les trucs en rose* («Las cosas rosas»). Había escrito esta conmovedora *chanson* sobre el amor y el mundo de color de rosa ya en 1944 (junto con el compositor Louis Guglielmi, quien ideó una melodía para su letra), y se la había ofrecido inicialmente a su amante, Yves Montand, que no quiso cantarla. Tampoco Piaf mostró mucho interés. Tal vez tenía la cabeza en otro lugar, porque había debido defenderse de las numerosas acusaciones de colaborar con los nazis y no gozaba de la mejor reputación en ese momento,^[1] así que la dejó en manos de su amiga. Michel le cambió algunos detalles —sustituyó «les trucs» por «la vie»— y grabó la canción. Piaf constaba como autora del texto. Después de que Michel popularizara la canción, la cantó también ella misma, y en 1947 apareció su propia interpretación como sencillo. Durante su posterior gira por Estados Unidos la canción se convirtió en un éxito mundial. Irradiaba el encanto de París, el ambiente animado de los bistrós y de las copitas de vino tinto, el primer hechizo del amor y el idilio. Por lo tanto, la canción satisfacía el

deseo de las personas de volver a ser felices y a soñar después de largos años de sufrimiento y privación. Una mezcla de escapismo y de la esperanza de una felicidad ansiada por mucho tiempo. «Cantar —dijo— es para mí una huida, me lleva a otro mundo, ya no estoy con los pies en la tierra».[2] Piaf resume el anhelo de otra vida en un sentimiento de amor que sumerge al mundo en una luz rosa. Todo el sufrimiento y las preocupaciones desaparecen detrás del abrazo de los amantes. El texto dice:

*Noches interminables de amor
Una gran felicidad que ocupa su lugar
Los problemas y las preocupaciones se desvanecen
Feliz, feliz hasta morir
Cuando me toma en sus brazos
Y me habla suavemente
Veo la vida en rosa.*[3]

Durante mucho tiempo, la canción me pareció un poco cursi, una ensoñación ingenua o una fantasía de niña pequeña sobre el amor. Ahora la veo de otra forma. A los contemporáneos de Piaf les encantaba la *chanson* porque parecía que ella misma sintiera la gran devoción de la que habla en sus versos: «Cada vez que la canta —escribió su amigo, el poeta Jean Cocteau— parece que se arranque definitivamente el alma del cuerpo».[4] La formulación de Cocteau habla de un dolor que no encaja en absoluto en ese ensueño supuestamente ingenuo que a mí me pareció ver al principio. ¿De dónde viene?

Piaf procedía de un entorno humilde. Su madre era menor de edad, su padre un artista itinerante, así que ella creció con su abuela

en un burdel, y de adolescente se paseaba por los bistrós parisinos para mantenerse a flote como música callejera. Poco después se quedó embarazada y, cuando su hija murió con apenas dos años, tuvo que prostituirse para poder pagar el entierro. Ese mismo año, en el otoño de 1935, el rey del vodevil parisino Louis Leplée la descubrió y la convirtió en la estrella de su escenario. Con el éxito llegaron también los excesos. Piaf bebía mucho, consumía drogas y conquistó a innumerables hombres, muchos de los cuales trabajaban bajo su auspicio: además de Yves Montand, también Charles Aznavour, Gilbert Bécaud o Georges Moustaki, casi veinte años más joven que ella. Piaf compartía con ellos la cama y el escenario. Sin embargo, ninguno le duró mucho tiempo. Tan pronto como conquistaba a uno, se sentía atraída por el siguiente. «Nunca —relataba— pude tener en mis brazos al hombre que amaba». Parece que buscaba en los hombres una felicidad que no podía encontrar en ninguna parte. En 1942, le reveló a un joven reportero en Montecarlo: «No es que tuviera el diablo en el cuerpo, era solo la necesidad penetrante, casi patológica, de ser amada. Cuanto más fea y despreciable me sentía, menos creía merecer el amor».[5]

En este contexto, *La vie en rose* aparece bajo una luz diferente. Especialmente si recordamos que, en un principio, escribió la canción para Montand. Habla del anhelo de una persona que desea ser amada de tal modo que quiere que el mundo se hunda alrededor de su amante. Pero ese anhelo no se cumple. El amor de color rosa no es el anhelo ingenuo de una felicidad que (todavía) podría existir, sino un anhelo sentimental de una felicidad que (ya) no existe. El sueño rosa del amor se asemeja aquí a la «sensación de salud del enfermo». Es el sentimiento roto de una persona que está en

desacuerdo consigo misma y es infeliz en sus vivencias con la humanidad.[6] La felicidad rosa ha adquirido en este punto un tono grisáceo. La preocupación, la soledad y el miedo la han invadido y la hacen temblar.

Piaf no es un caso aislado. Otros han sentido lo mismo, como Boris Vian, por ejemplo. Su novela *La espuma de los días* (1946), que aparece el mismo año que la canción de Piaf, rompe aún más la felicidad amorosa de color rosa y muestra su íntima conexión con la muerte.

La novela de Vian comienza de forma muy similar a la canción. Para la pareja de enamorados Colin y Chloé el mundo a su alrededor también se está fundiendo en rosa. Mientras los dos caminan en su primera cita por París, una pequeña nube rosa se cierne sobre ellos y «los envuelve. Su interior era cálido y olía a canela y azúcar».[7] El mundo exterior está lleno de brutalidad y terror, pero en su nube los amantes están protegidos de él. *La vie en rose*, también en Vian.

Aun así, la crueldad del mundo desde la nube rosa no es invisible. Se manifiesta en todo su absurdo. El paseo de los enamorados es como irse de compras por los corredores de una galería de terror. En un escaparate, por ejemplo, «una chica bonita descansaba sobre un colchón de muelles. Su torso estaba desnudo y un aparato con largas y sedosas cerdas blancas le acariciaba los pechos. El cartel decía: "Economice zapatos con la Antípoda del reverendo Charles". [...] En otro, un hombre gordo con delantal de carnicero degollaba niños pequeños. Se trataba de un escaparate de propaganda de la Beneficencia».[8] También aquí se ven el matiz grisáceo, el absurdo y la crueldad a los que pueden estar expuestas las personas, y el abandono que sufren en el proceso. Pero, así como Piaf huyó de su

soledad y de su sentido de indignidad amorosa a un sueño de romance rosa, Vian contrapone un paraíso artificial de fantasía a la absurdidad y el sufrimiento. Para ello, utiliza un aspecto de las gafas de cristales rosas que ya había aparecido en los audaces saltos al vacío de los optimistas de la aurora: la alienación de la realidad (véase el capítulo 8). Cuando el barón de Münchhausen sale del lodo por su propia cuenta o Yves Klein flota en el aire después de saltar por la ventana como Keanu Reeves en *Matrix* (1999), el mundo parece un lugar encantado. En este contexto, las gafas de cristales rosas denotan una mirada al mundo dispuesta a ver lo maravilloso en lo cotidiano; una mirada que supone que, a cada paso, podría brotar una flor del asfalto. Para quien contempla el mundo de esta manera, las cosas se bañan de repente en una luz distinta y las puertas parecen abrirse al infinito. El ritmo de la percepción cambia y todo entra en una ligera oscilación, como en los sonidos del jazz. Es un encantamiento similar al que podía encontrarse en Monet, que vio en el hielo blanco y gris sobre Argenteuil el resplandor rosa del hogar, donde la felicidad y el mundo se superponen. Solo que aquí las piezas ya no son congruentes. La felicidad y el mundo ya no encajan bien. Entre ellos hay una brecha que solo se puede cerrar con mucho esfuerzo de imaginación y un humor que se eleva hasta lo grotesco.

Esto se hace particularmente evidente en el curso posterior de la historia de amor, que no transcurre en absoluto envuelta en el color rosa, o, mejor dicho, solo es rosa en otro sentido. Porque la teoría literaria del color de Vian recuerda que el rosa también se llama «el pequeño rojo», pues surge de la mezcla de pigmentos rojos y blancos. El rojo es el color del amor, pero el blanco es el color de la

muerte. Por lo tanto, el rosa es el amor que se mezcla con la muerte.

Esa muerte aparece en la novela en forma de un nenúfar blanco (o lirio de agua) que crece en los pulmones de Chloé y va ahogándola lentamente. Al principio, es solo un picor en la garganta, luego los temores aumentan, y al final, poco a poco, el aire la va abandonando. «Tosía de vez en cuando para ahuyentar al enemigo en su interior. Cuando respiraba hondo, le parecía que estaba a merced de la furia ciega del enemigo y de su maldad astuta».[9]

Colin intenta salvarla regalándole día a día los más maravillosos ramos de flores. Y esos ramos avergüenzan al nenúfar en el pecho de Chloé hasta tal punto que se retira. Pero solo hasta la mañana siguiente. Porque tan pronto como los ramos se marchitan, el nenúfar vuelve con renovado vigor. ¿Qué es ese blanco que contamina el amor y significa su muerte? ¿Qué significa el nenúfar blanco?

La primera respuesta que me vino a la mente al releer la novela fue: es la castidad. El nenúfar blanco es un símbolo de castidad, pues su extracto se ha tomado durante muchos siglos para suprimir la libido. Ya Plinio el Viejo, el gran enciclopedista romano, escribe en su historia natural que la frotación regular de los genitales con la raíz del nenúfar convierte al hombre en un eunuco. Por eso también se conoce a esta flor como «aniquiladora del amor».[10] Plinio cita al médico griego Dioscórides, quien escribe: «La raíz también se bebe para prevenir los sueños impuros, porque los elimina por completo».[11] Los monjes solían comerse las semillas para suprimir sus deseos. Por eso el monasterio de Tegernsee, en Alemania, tiene dos hojas de nenúfar blanco en su escudo de armas que se envuelven

como fideos blandos. La frase francesa «il a bu de l'eau de voilet» describe un efecto similar: ha bebido agua de nenúfar.

En la mitología griega hay una ninfa que se enamora fatalmente de Hércules y acaba muriendo porque este le rompe el corazón. Luego, los dioses la resucitan en forma de nenúfar blanco (de ahí su nombre botánico, *Nymphaea alba*, «ninfa blanca»).

Sin embargo, debido a su conexión con las ninfas de agua, el nenúfar también adquiere un significado completamente distinto. Porque las ninfas se presentan a menudo como criaturas seductoras que atraen a un hombre a las profundidades y a la muerte, de la misma manera que las raíces del nenúfar pueden atrapar a un nadador y arrastrarlo bajo el agua si se deja llevar por el pánico. Según la leyenda, el ya mencionado Hércules perdió a su joven amante, Hilas, cuando tres ninfas se lo llevaron a las profundidades de un estanque y lo ahogaron. Hércules corría por los alrededores llamándolo, pero Hilas no podía responderle porque las tres ninfas lo sujetaban en el fondo abrazándolo con fuerza.[\[12\]](#)

La plasmación erótica de las ninfas acuáticas ha tenido muchas variaciones en la literatura, desde las sirenas de la mitología griega, pasando por la famosa figura de la ondina, especialmente en Francia y Alemania, hasta la Lolita de Nabokov, que se describe como «nínfica» (es decir, demoníaca).[\[13\]](#)

A este otro significado del nenúfar corresponde también su otro uso en medicina, que variaba según el sexo. Una decocción de su raíz debía abolir los sueños impuros de los hombres, y «beberla durante varios días priva al hombre de su masculinidad», como escribe Dioscórides; en cambio, se le atribuyó el efecto opuesto en las mujeres: «Las mujeres preparan con ella un remedio contra el

dolor y otro que aumenta el deseo amoroso». Desde este punto de vista, Chloé no perecería por la castidad, sino por una lascivia desbordante, de modo que la novela presentaría la lascivia como destructora del amor.

El amor rosa es de todo menos inofensivo porque está contaminado con algo que lo mata. Pero ¿qué es ese algo, la castidad o la lujuria amorosa? Tal vez sean ambas. Tomar un poco de cada uno de los extremos es parte del carácter del rosa. Amor y muerte, pureza y deseo, amanecer y atardecer. Es por eso que, en los Balcanes, el color se asocia a la magnolia (y recibe también su nombre), cuyas flores no solo son de color rosa, sino que también son blancas y cambian en función de la luz.

Para mí, esta contradicción hace que este color esté muy vivo y sea un símbolo de la vida misma, que justamente se muestra en sus giros y cambios inesperados; las llamadas vicisitudes. Si tuviera que decir, más allá de todas las referencias eruditas, de qué se «ahoga» la Chloé de Boris Vian y qué es lo que mata el amor, diría que es la vida misma: es absurda y cruel, injusta y caprichosa. Un día estás envuelto en una nube rosa en la que todo huele a canela y azúcar, y al siguiente mueres por una rosa. Esta contradicción: *c'est la vie en rose*.

El propio Vian conocía de primera mano la sensación de que la vida le quitaba el aire. Era el príncipe de Saint-Germain-des-Prés, el barrio parisino en cuyos clubs de jazz la juventud bailaba toda la noche para celebrar el fin de la guerra y la nueva libertad. El club más famoso se llamaba Tabou. Allí se reunía con sus ilustres amigos, como Raymond Queneau, Miles Davis o Juliette Gréco, y allí tocaba la trompeta cada noche con una cálida acogida. «El humo de los

cigarrillos —recuerda Vian— era casi tan denso como la niebla en Londres, y el ruido era tan intenso que también producía la sensación de no ver nada».[14] *Samedi Soir*, un periódico sensacionalista parisino, envió a un reportero a presenciar este colorido bullicio, y escribió:

Así viven los cavernícolas de Saint-Germain.

Ya no es necesario buscar a los existencialistas en el Café de Flore. Se han refugiado en los clubs subterráneos. Después de las mazmorras del Vaticano, ahora las de Saint-Germain-des-Prés. Allí, los existencialistas esperan sin duda la bomba atómica, que tanto aprecian; allí beben, bailan, duermen y se aman.

[15]

La juventud parisina, según el reportero, se rebela. Está completamente desinhibida y es desconsiderada, y se burla de las consecuencias de su comportamiento porque cree haber reconocido lo absurdo de su existencia. Las normas morales han perdido su validez para ellos. Las «mazmorras del Vaticano» a las que alude son un lugar donde se reúnen —en una conocida novela francesa del mismo título— los cínicos y criminales, personas que matan a otras para demostrar su libertad.[16] La juventud parisina, insinúa el reportaje, es igualmente ruda y criminal, porque ya no encuentra nada razonable en el mundo (recordemos los escaparates de Colin y Chloé) ni le encuentra sentido a la vida; nada por lo que valga la pena vivir excepto la propia diversión. Por eso aprecian tanto la bomba atómica, «porque conduce a la humanidad a la posibilidad de su aniquilación total por sí misma», como resumió más tarde el filósofo existencialista Karl Jaspers.[17] ¿Y a quién o a qué más hay que someterse cuando la extinción del mundo era tan inminente?

Esta actitud los convierte en «existencialistas»; el término aparece por primera vez en esta nota sensacionalista y se vuelve mundialmente famoso poco después.

Sin embargo, Vian se distanció de esto. «No soy un existencialista —dijo—. Para el existencialista, la existencia precede a la esencia. Pero para mí no hay esencia». El existencialista al que Vian se refiere aquí es Jean-Paul Sartre. En 1946, año en que Vian publicó su novela y Piaf su canción, Sartre pronunció una conferencia —a la que los parisinos asistieron en masa— titulada *El existencialismo es un humanismo*. En ella explicó que el ser humano primero existe (tiene existencia) y luego determina cómo es o cómo quiere ser (y por lo tanto se da una definición o esencia). No existe una definición o determinación preconcebida a la que deba ajustarse. El hombre es libre de decidir quién o cómo quiere ser, y luego puede vivir conforme a ello. Eso supone un gran desafío, porque le quita todas las seguridades y lo condena a ser libre (eso es lo fatídico de la vida gris de la que hablé más arriba en relación con Monet, el matiz grisáceo de la existencia o de la sobreexigencia existencial). Pero también es filantrópico y humano, porque no se le impone ninguna obligación.

Vian rechazaba tales generalizaciones. Para él, solo existían los individuos y sus problemas concretos. Y en su contexto, hablar de la libre autodeterminación y la autodefinición resultaba un poco como una palabrería que pretende simplificar las contradicciones.

Una contradicción que atormentaba sin cesar a Vian era que, como resultado de una enfermedad cardíaca causada por una infección mal curada, había contraído un trastorno pulmonar y ya no podía tocar la trompeta, si es que no quería suicidarse. «Cada nota

en mi trompeta me acorta la vida», dijo. Con solo veintiséis años, acababa de convertirse en esposo y padre. Al mismo tiempo, sin embargo, eso era justo lo que más le gustaba hacer: estar en el escenario del Tabou y tocar la trompeta, haciendo que los sonidos flotasen entre el humo y el ruido. Esta contradicción no se podía resolver con ninguna «autodeterminación». Pero Vian logró traducirlo a una imagen: la de la joven bonita, llena de amor y esperanza, que se ahoga porque en su pecho crece una bella flor. Su nenúfar es la enfermedad pulmonar de Vian. La metáfora no resuelve lo trágico de su situación ni la simplifica, pero la hace más soportable porque conjura la crueldad y el absurdo de la vida mediante una imagen de gran belleza. Esta fuerza del conjuro es el sentimiento rosa.

Tal vez por eso la novela de Vian tiene un lugar fijo en las estanterías de los centros oncológicos, y su lectura ayuda a muchos pacientes a aceptar su enfermedad. La imagen de la hermosa joven en cuyos pulmones crece una flor que le provoca la muerte es reconfortante, porque es una metáfora de cómo las personas a veces se asfixian con la vida misma, y cuanto más vida les queda, más rápido mueren.

Vian dejó de tocar la trompeta dos años más tarde y siguió el jazz solo como cronista y promotor discográfico. Once años después, sin embargo, murió de un nenúfar en el pecho.

Qu'est-ce que c'est la vie en rose? Es la renuencia a establecerse en el lado gris de la vida, al mismo tiempo que se adquiere una mayor consciencia, pero sin escapar de su gravitación. Es un cohete sentimental con el que volamos brevemente hacia el cielo para mirar desde allí, no al mundo que dejamos, sino al que podría haber sido.

Esta distancia quizá no se sienta en ningún otro ámbito de nuestra vida como en el amor, que es el paraíso (siempre) perdido por excelencia y que, sin embargo, nos motiva una y otra vez a volver a empezar y a sumergirnos en una nueva aventura imprevista y sin afeitar, *par hasard et pas rasé*, como dice una canción de Serge Gainsbourg.[\[18\]](#) También esto es un optimismo de la aurora: el futuro rosa.

Gottfried Benn da un ejemplo de esta condensación melancólica de la vida en el amor rosa con su poema *Blaue Stunde* (1950). «Horas azules», así llamaba Benn —que se casó tres veces y tuvo innumerables aventuras a la vez— a las horas que pasaba con sus amantes; unas amantes que prefirió mantener en secreto, siguiendo el lema «una buena dirección es mejor que la fidelidad».[\[19\]](#) Escribió el poema como despedida para una de ellas. De todos modos, esas aventuras estaban condenadas a la separación desde el principio. El final del amor siempre estaba sellado cuando comenzaba. El pequeño cohete pronto caería de nuevo a la tierra. Benn también refleja esta fugacidad en el nombre que encuentra para sus citas amorosas. Porque la hora azul es la hora del día en la que el sol se pone y el cielo vuelve a brillar con un precioso color rosa. Una vez más, en su fulgor sentimos el sol con su fuerza y recordamos el calor del día. Lo mismo ocurre con el amor, que en el poema de Benn termina y se completa, como el día, con la despedida. Benn llama a este atardecer del amor un «cuenco de rosas tardías». Las dos primeras estrofas de su poema son las siguientes:

*Estoy entrando en la hora azul oscuro,
allí está el pasillo, la cadena se cierra,*

*y en la habitación, un rojo en una boca
y un cuenco de rosas tardías, itú!*

*Los dos sabemos que esas palabras,
que a menudo hemos pronunciado para otros,
para nosotros no son nada y están fuera de lugar:
esto es el todo y el último movimiento.*

El poema de Benn pertenece a un género diferente al de la canción de Piaf o la novela de Vian. No hay evasión de la realidad, ni fantasía sentimental, ni tampoco intentos de conjurar las contradicciones del amor o de la vida mediante una imagen bella. Benn abraza la inclinación a la muerte, porque, así como el día se completa en la noche, el amor se completa en su final, y la vida en la muerte. El poema lo cuenta sin amargura ni cinismo. Su dios no es la bomba atómica, sino el sol, que también debe terminar su curso. Porque solo cuando se pone puede volver a salir. Esto también forma parte del optimismo de la aurora: la estrella de la mañana es la estrella de la tarde. Y la diosa Eos de rosáceos dedos es un cuenco de rosas tardías.

*INTERMEZZO SOBRE LA PSICOLOGÍA
DEL COLOR*

En la estación de tren Ostbahnhof de Múnich hay, desde hace poco, un túnel rosa. Es obra de un grupo de artistas que se hacen llamar Die Städtischen, y que se dedican a embellecer el espacio público porque consideran que es la «argamasa de la sociedad». Cuando un periódico local les preguntó por qué habían pintado el túnel ni más ni menos que de color rosa, respondieron que querían contrarrestar el grafiti agresivo y sexista que previamente había desfigurado el túnel, y esperaban que el color rosa tuviera un efecto positivo en los transeúntes y los volviera más amables y pacíficos.[\[1\]](#)

En los últimos tiempos, este tipo de declaraciones se han multiplicado. La psicología del color está en auge. Habla del efecto vigorizante de un color de pared o del efecto armonizador de cierta iluminación. El rosa desempeña un papel importante en todo esto, ya que es un color que se considera amable, alegre, suave y adorable, o «dulce y tierno, suave y femenino», como resume un clásico de la psicología del color en Alemania.[\[2\]](#)

Nombro el país porque la percepción cambia según el lugar. Los japoneses, por ejemplo, se ponen más melancólicos cuando ven el rosa, aunque en algunos de ellos esta melancolía adquiere matices completamente distintos. La emoción proviene del hecho de que los

pétalos de la flor del cerezo, el árbol nacional de Japón, son de color rosa, y los japoneses, cuando ven el rosa, piensan en la caída de esos pétalos. Incluso la flor más bella acaba cayendo. Y así como lo bello se marchita, también se marchita la vida. Esta comparación conmueve a algunos japoneses y despierta en ellos una especie de tristeza.

Para los fascistas de este mismo país, en cambio, se mezclan otras emociones: sentimientos épicos de fuerza, patriotismo y abnegación frente al destino, porque ven en los pétalos que caen de la flor de cerezo un símbolo de la muerte heroica. Un ejemplo de ello es una conocida canción de la Segunda Guerra Mundial en la que se describe el destino de dos pilotos kamikazes que, al lanzarse como suicidas con sus aviones contra el enemigo, «caen como dos cerezos en flor por la patria». Incluso hoy en día, los fascistas japoneses se reúnen cada 15 de agosto, el día de la rendición de Japón, y marchan hacia un monumento de guerra en Tokio mientras cantan la canción de los «Dos cerezos en flor». También lleva su nombre un festival de música militar en el que los japoneses se entregan a sus sentimientos beligerantes, patrióticos y racistas ante el color rosa.[\[3\]](#)

¡Ni hablar de lo «dulce y tierno, suave y femenino»!

El encuentro fascista en Tokio es un ejemplo curioso, pero la melancolía japonesa por los cerezos en flor, que ha acabado siendo un estándar del sentimiento hacia el rosa en la psicología del color, ya demuestra que las emociones que nos despierta un determinado color dependen de las cosas y los acontecimientos que asociamos a él. El significado de los colores es algo que aprendemos como las palabras de un idioma; pero los colores tienen tan poco significado natural como las palabras.

Esto también lo subrayan las teorías del color serias cuando afirman, por ejemplo, que el marrón despierta sentimientos de confianza y confort porque hemos aprendido que la tierra que nos sostiene es marrón. O que el color rojo nos pone en alerta porque el fuego y otras cosas peligrosas son rojas. Cuando vemos algo rojo, recordamos ese peligro y nos sentimos amenazados.[4] La psicología empírica del color estudia estas relaciones y cómo funciona exactamente la conexión entre la percepción de un color y la memoria.

Sin embargo, hay aproximaciones que afirman que sí existe una conexión natural entre ciertos colores y ciertos sentimientos, y que la forma en que una persona reacciona a una determinada percepción puede revelar algo sobre su psique. En última instancia, sin embargo, solo confirman la impronta cultural de nuestra percepción del color, porque estas tesis proyectan sobre las personas lo que sus autores han aprendido sobre el color, sus prejuicios y sus improntas culturales, y les dan a entender que, frente a un color, sienten lo que los autores piensan. La más conocida de estas proyecciones es la prueba de color de Lüscher de 1947. Con esta prueba, el psicólogo Max Lüscher afirmó que podía sacar conclusiones sobre el carácter del sujeto a partir de la preferencia por un color en particular. Por ejemplo, si te gusta el color rosa (que Lüscher llama violeta), eres «mentalmente inmaduro». Entre los participantes del experimento se encontraban jóvenes, personas no europeas, mujeres embarazadas, personas con hipotiroidismo y homosexuales.[5] Desde entonces, estas afirmaciones han sido objeto de crítica muchas veces y nunca se han probado científicamente. Sin embargo, la prueba de Lüscher todavía se

utiliza. Sus perversas proyecciones reflejan los prejuicios del autor contra gran parte de sus semejantes, ciertos clichés asociados a los colores y las improntas culturales que han recibido.

La conexión entre el color rosa y la homosexualidad, por ejemplo, ha ido creciendo a lo largo de la historia. Los tonos de rosa se han considerado colores para los homosexuales desde finales del siglo XIX. Como dice una guía turística de Los Ángeles: «Si te apetece el *Mauve* [es decir, el color rosa malva], [ve al] Café International en Sunset Boulevard. El local ofrece cenas, bebidas y la posibilidad de ver marimachos besándose y peleándose».[6] La policía tomó nota y creó listas de homosexuales de color rosa, porque pertenecían a un círculo especial de delincuentes y la homosexualidad era punible (en Alemania hasta 1994, en la patria de Lüscher, Suiza, hasta 1938). Los nazis marcaron a los prisioneros homosexuales en los campos de concentración con un triángulo rosa.

Lüscher invierte este etiquetado discriminatorio: el rosa ya no es el color con el que la policía marca al homosexual, sino el color que elige uno mismo por ser homosexual. De este modo demuestra cómo funciona cierto tipo de psicología del color: proyecta las características culturalmente establecidas de un color en la vida emocional de las personas y luego saca conclusiones sobre sus sentimientos y su carácter. Por absurdo que pueda sonar, esta práctica sigue siendo muy común. Está presente, por ejemplo, en la burla mencionada al principio de este libro sobre las camisetas de visitante rosas de la selección alemana, que insinuaba que los jugadores que llevan algo de color rosa son femeninos u homosexuales y probablemente también se pintan las uñas. Porque ¿quién elegiría el rosa si no tuviera inclinaciones homosexuales?

Pero tampoco otras iniciativas de la psicología empírica del color son siempre afortunadas, sobre todo cuando no se limitan a describir las conexiones entre la percepción del color y los sentimientos, sino que aspiran a hacer predicciones sobre las emociones que provoca un color en particular. En 1981, por ejemplo, surgió en Estados Unidos la tendencia a pintar de rosa las celdas de las cárceles porque se había observado en algunos sujetos de prueba que este color tenía un efecto calmante sobre ellos. Esta tendencia se extendió hasta Europa, de modo que Alemania o Suiza, por ejemplo, también pintaron de rosa las celdas de sus prisiones en la década de 2010 con el fin de tranquilizar a los reclusos. Sin embargo, el efecto deseado no se materializó. Más bien al contrario. En Suiza se produjeron grandes estallidos de violencia por parte de los presos porque veían cuestionada su masculinidad.[\[7\]](#) Al fin y al cabo, habían aprendido que el rosa señala a los homosexuales.

Queda por ver si la pintura rosa del túnel de la estación de tren Ostbahnhof de Múnich consigue realmente disminuir la violencia. En Brandeburgo, hace unos años, un asesino en serie mató a cinco mujeres y a un bebé. Cuando lo hizo llevaba ropa interior de mujer de color rosa, por eso lo apodaron el Gigante Rosa.[\[8\]](#)

CAMBIO DE COLOR: DEL «PEQUEÑO

ROJO» AL PATRIOTISMO

EN AZUL MARINO

El rosa sigue siendo el color de las niñas hoy en día. Pero ¿a qué se debe exactamente? Antes era al revés: el azul era para las niñas y el rosa para los niños. Una de las razones era que el rojo se consideraba el color de la fuerza y el poder y, por lo tanto, era propio de hombres. Y como los niños eran hombres pequeños, se les asignaba el rojo menos potente, el «pequeño rojo», mezclado con blanco: el rosa. Hay innumerables retratos de muchachos nobles que se hicieron pintar vestidos de rosa para mostrarse como aspirantes a gobernantes. Al mismo tiempo, aquel rojo más claro y «pequeño» parecía más amable y menos peligroso que el rojo «grande» o intenso, que nos hace pensar en el peligro. Por ejemplo, Enrique IV de Francia se hizo retratar con una armadura rosa para mostrar que, aunque era poderoso y capaz, también era amable y misericordioso (Jacob Bunel, *Retrato de Enrique IV como Marte*, 1605).[\[1\]](#) Sus súbditos franceses le debían no solo el Edicto de Nantes de 1598, que estableció la paz religiosa entre protestantes y católicos, sino también la promesa de que, a partir de entonces, cada agricultor del país tendría su pollo en el asador los domingos.

En cualquier caso, esta elección de color no era convencional en un gobernante, ya que los reyes en general vestían de rojo o púrpura para simbolizar su pretensión de dominio y poder (véase el capítulo 3).

Con esto, el rosa adquirió otro significado. No solo era el color de una masculinidad inferior, sino también el de un poder inferior. Quien vestía de rosa no era un soberano absoluto, pero tampoco carecía de importancia. Poseía un poder de segunda fila y, con el color de su vestuario, demostraba que solo el máximo gobernante estaba por encima de él. Por lo tanto, cuando los hijos de los príncipes europeos se hacían retratar de rosa, subrayaban sus aspiraciones al poder. Este código lo utilizó con especial habilidad Charles-Claude Flahaut de La Billarderie, conde de Angiviller, desde 1774 responsable de las bellas artes durante el reinado de Luis XVI y fundador del Louvre. El conde se hacía retratar casi exclusivamente con trajes rosas y, de este modo, se subordinaba al rey, que llevaba púrpura, pero también se igualaba a él. Un pequeño rey vestido de rosa.[\[2\]](#)

El azul para las niñas tenía motivos más bien religiosos, porque la Virgen María, como ya se ha descrito, lleva un manto azul en numerosas imágenes cristianas, y las niñas debían tomar como modelo a la Madre de Dios (véase el capítulo 3). No obstante, a mediados del siglo XIX el código de género comenzó a cambiar. Los chicos se apropiaron del azul y las chicas del rosa. Esto se debió no solo a los roles de género, sino sobre todo a los cambios económicos y sociales.

El hecho de que María se pintara tradicionalmente con un manto azul se debía a su conexión con el cielo, pero también a que el

pigmento azul era más caro que la mayoría. De hecho, hasta el siglo XVIII este solo podía obtenerse del lapislázuli, una rara piedra semipreciosa. Por lo tanto, el color azul expresaba un valor especial, y a los pintores no solo se les encargaba que vistieran de azul a María (o a Jesús), sino que los contratos de obras a menudo también especificaban cuánto pigmento debían usar, porque el coste se veía afectado de manera significativa.

Cuando el color azul se abarató, este código de color desapareció. Alrededor de 1800, se logró por primera vez producir un tono de azul sintético, el azul berlinés. Poco a poco fue reemplazando al azul de lapislázuli, mineral y muy caro. Su producción, de hecho, fundó la industria química en Alemania. La pintura barata se utilizó para teñir ropa barata, por ejemplo, para los trabajadores, cuyo número aumentó constantemente con la industrialización y que pronto formaron una nueva clase social: los proletarios de cuello azul. Eran en su mayoría hombres, por lo que el azul se asoció con las actividades masculinas y se convirtió en un color de hombres y niños.

El azul «barato» también se utilizó para la Royal Navy, y la admiración que esta suscitaba dio otro motivo para recodificar el color. Después de todo, la Armada británica ha sido la fuerza naval más poderosa del mundo desde la batalla de Trafalgar en 1805 y aseguró la supremacía del Imperio en el siglo XIX. Esto hizo que se popularizasen los trajes de marinero azules para niños. La casa real inglesa marcó una tendencia de estilo en este sentido también en Alemania, donde tenía familia. La reina Victoria hizo retratar a su hijo Eduardo VII vestido con un traje de marinero, así como a su nieto Federico Guillermo de Prusia, quien más tarde sería el

emperador Guillermo II. A su hijo lo retrató en 1846 el pintor alemán Franz Xaver Winterhalter; unos veinte años después, su nieto y ella misma posaron para una foto en la que no solo el pequeño Fritz llevaba un traje de marinero, sino también ella misma.

ROSE DE POMPADOUR

Las batallas que consiguieron que el rosa prosperase como un color de niñas no se libraron en una mesa de trabajo o en el mar, sino en el terreno social. Para ello, tuvo una importancia decisiva la figura de JeanneAntoinette Poisson, que se convirtió en amante de Luis XV en 1745 y desde entonces se hizo llamar marquesa de Pompadour. Esta dama se apropió del color rosa de los cortesanos y cancilleres en la sombra para simbolizar su ascenso —de amante del rey a la mujer más poderosa de la corte—, pero también para demostrar su singularidad, y puso de moda este color entre las cortesanas de palacio. Ya en su primer encuentro con el rey en el bosque de Sénart, donde sus caminos se cruzaron como por casualidad, llevaba un vestido rosa.

Para ver cómo lucía y utilizaba el rosa, basta con observar sus numerosos retratos. La Pompadour fue retratada veinte veces a lo largo de su vida (más que ninguna otra cortesana), y aún se conservan once de sus retratos. En muchos de ellos viste de rosa. Los más importantes son los de François Boucher, el pintor de la corte de Luis XV, porque Boucher poseía un talento excepcional y lograba capturar la plasticidad de los tejidos y la opulencia de los pliegues como ningún otro. Además era amigo y favorito de la Pompadour. Decoró sus habitaciones privadas, diseñó tapices para

ella y amuebló su pequeño teatro. La marquesa era una excelente cantante y actriz, y había tenido éxito en estos oficios antes de convertirse en la amante de Luis XV. Voltaire, que la había visto de joven en una de sus obras, dio testimonio de su destacado talento cómico.^[1] Hizo un buen uso de él organizando no solo noches de teatro privadas para el rey, sino también banquetes y eventos íntimos en sus salones con los que satisfacía la constante necesidad de entretenimiento y distracción del caviloso monarca. Oficialmente era la amante del rey, pero en secreto era mucho más que eso: era su *maitresse des plaisirs* y *amie nécessaire*.^[2]

Además, ella aprovechó el favor del rey para hacer carrera, porque el poder en la corte aún no estaba institucionalizado, sino que se basaba en un entramado de relaciones en el que la cercanía con el monarca era decisiva. Con los banquetes y las fiestas privadas que organizaba la Pompadour controlaba quién podía hablar con Luis XV, evitando que el monarca sufriera molestos encuentros, y así se ganaba la simpatía del favorecido. Por eso a estos banquetes se los llamaba también los «pequeños gabinetes», y la Pompadour era la canciller secreta en este reino de poder en la sombra.

Boucher nos la muestra en el apogeo de su poder en el retrato que el rey le encargó en 1756. La vemos en su estudio, cómodamente sentada en un pequeño sofá. Alrededor de su cuerpo fluye un vestido verde en abundantes cascadas. Es la verdadera estrella del cuadro. La tela inunda la habitación como un derroche, arrojando infinitos pliegues que suben y bajan como si fueran las olas del mar. Sus rasgos flotantes hacen realidad el ideal de belleza de la época: la línea curvada como sin querer.

Como una Venus en el mar, la forma de la marquesa se intuye entre los pliegues. Sobre el pecho y alrededor del cuello lleva decenas de lazos rosas. Combinan con los cientos de rosas del mismo color bordadas en la tela verde, con sus zapatillas rosas, con las dos rosas que yacen a sus pies y con el rubor rosa de sus mejillas blancas como la nieve.

Al parecer, estos opulentos lazos rosas le gustaban mucho a la Pompadour. Hay otro retrato de ella, también pintado por Boucher (*Madame Pompadour*, 1758), en el que se la ve leyendo recostada en una *chaise longue* con un lujoso vestido azul lapislázuli que fluye por su cuerpo, poderoso y ancho como el Sena en Le Havre. Este vestido también está adornado con exuberantes lazos rosas que se repiten en las mangas y la gargantilla, y combinan a la perfección con las rosas de color rosa que lleva en el pecho, en el pelo y bordadas en la tela azul.

Estas rosas, tal vez de papel o seda, hacen referencia a las rosas *Madame Pompadour* (rosa trepadora) y *Rose de Pompadour* (rosa floribunda), que se cultivaron en su honor. La variante *Madame Pompadour* existe en dos colores, un rosa pálido como el de la imagen y un rosa más intenso como los bordados del retrato anterior. Las robustas matas alcanzan una altura de tres metros, y cuando están en plena floración sus rosas llegan a tener 175 pétalos.

En 1757, la fábrica real de porcelana de Sèvres incluyó el rosa pálido como color en su colección y lo llamó *rose de Pompadour*. Las finas partículas de oro que se mezclan con el pigmento púrpura confieren a este tono extremadamente precioso su exquisito resplandor. La Pompadour promovió la fábrica desde el principio, y

en una ocasión sorprendió al rey con una gran habitación llena de flores, sembradas como en un campo. Cuando el rey cogió una rosa, se quedó perplejo al descubrir que era de porcelana. Poco después designó a la fábrica como proveedora de la corte, y esta mostró su agradecimiento a la marquesa con el color que lleva su nombre.

Pero volvamos al primer retrato, que tiene un carácter más oficial que el del vestido azul, más privado, y que nos muestra a madame de Pompadour como a ella le gustaba que la vieran: perspicaz, culta, intelectual y poderosa. Boucher logra este efecto distribuyendo a su alrededor todas las cosas con las que le encantaba que la asociaran: libros, como signo de su prodigiosa erudición —era amiga de Denis Diderot y, en el año en que Boucher pintó el cuadro, hizo que la segunda parte de su famosa enciclopedia (*Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des arts et métiers, par une société de gens de lettres*) pudiera publicarse a pesar de una enorme resistencia—; partituras, porque era una buena cantante; y el Sello de Estado, para ilustrar su influencia. Esta iba tan lejos que sus enemigos afirmaban que, en realidad, era ella quien gobernaba el país.

Boucher muestra cómo funcionaba este gobierno en otro retrato. Su obra *Madame de Pompadour en su tocador* (1750) nos muestra el centro de su poder. La marquesa se sienta frente a nosotros en el tocador y nos mira fijamente. Lleva por encima de los hombros una capa de color blanco grisáceo y debajo un vestido del mismo color que, al igual que la capa, está adornado y anudado con gruesos lazos de color rosa. Su piel es blanca como el alabastro. El contraste entre el blanco y el rosa domina la imagen y se extiende hasta su rostro, donde se está aplicando el colorete rosa después de haberse empolvado la piel de blanco. La lata de polvo todavía está abierta en

la parte derecha de la imagen. La marquesa sostiene el pincel de colorete en la mano izquierda, y la lata de colorete dorada en la derecha. Es la primera pintura que muestra a una mujer maquillándose y compara el arte del maquillaje con el arte de pintar. Boucher ha incorporado el colorete y el polvo en el lienzo con pinceladas muy suaves, y la Pompadour trabaja con los mismos contrastes de color que él. Se pinta como una artista. Se pone en escena para su actuación en la corte.

El colorete desempeña aquí un papel especial. Simboliza el amor sensual y la agitación (el rubor de la vergüenza y las mejillas rojas de esfuerzo) y aumenta el contraste con la piel blanca, haciéndola parecer aún más blanca. Esto se adecuaba al gusto de la época. Al mismo tiempo, sin embargo, se esperaba que la Pompadour, que ahora ocupaba un cargo oficial como amante del rey y se movía en los círculos más altos, se refrenara un poco con el colorete y renunciara a los efectos baratos del polvo rosa. Pero aquella elegante actitud de contención no iba para nada con ella, más bien al contrario. No solo mantuvo su estilo llamativo, sino que lo realzó, ya que ahora disponía de medios casi infinitos gracias al rey. Gastaba más dinero en un atuendo del que otros ganaban en su vida. Y su abundante consumo de colorete rosa no ocupaba un lugar insignificante, porque la madera de Pernambuco de la que se extraía el pigmento tenía que importarse de Brasil y pesarse con oro. Para cubrir el consumo de la corte de Versalles, todos los días navegaban hacia el Nuevo Mundo barcos cargados de esclavos que regresarían a Francia con colorete rosa. Dos de ellos navegaban bajo el nombre de Pompadour.

Boucher nos muestra cómo la marquesa se pone en escena con este colorete rosa, y representa esta puesta en escena como un medio para ganar poder.^[3] Esto era tan importante para él que reelaboró el retrato con más detalle, pues inicialmente solo mostraba la cara y los hombros de madame de Pompadour. Con ello, nos presenta a la marquesa como una mujer hecha a sí misma: fue la primera plebeya que se convirtió en la amante oficial de un rey francés (el cargo estaba reservado en realidad a la nobleza de la corte) y que, además, llegó a la cima del poder no por sus habilidades en el amor (que a menudo maldijo y que pronto dejó de desempeñar un papel en su relación con Luis XV, pues ella misma le formó un harén que la representaba en este deber indeseado), sino porque poseía las cualidades y los talentos necesarios para ello y sabía usarlos a su favor. Era inteligente, empática y encantadora, poseía tamaño tacto que podía ser al mismo tiempo la amante del rey y la amiga de su esposa, tenía ingenio y promovía como nadie a los intelectuales franceses. Y era, además, una hábil diplomática, capaz de forjar alianzas tanto para Diderot y su *Enciclopedia* como también para Francia.

El rey le consultaba todas las decisiones de personal. Ministros, secretarios de Estado, diplomáticos... Nadie podía llegar a ser nada en la corte si ella no lo quería, y los servidores del rey a menudo discutían sus preocupaciones con ella antes de dirigirse a él. Esperaban su consejo sobre cómo abordar el asunto para obtener la aprobación del monarca, o que ella le hablara bien de su proyecto.^[4]

Quien quisiera hablar con ella, debía solicitar permiso para ser recibido por la mañana en su vestidor y ver cómo se maquillaba.

Porque así como Luis XV llevaba a cabo sus primeros oficios al levantarse y vestirse —el *Lever du Roi*, que su bisabuelo Luis XIV había introducido en el ceremonial de la corte—, la marquesa solía celebrar su primera audiencia en el aseo de la mañana. Ella también era un pequeño rey rosado. Así, lo que a primera vista parece un retrato íntimo con el que Boucher se cuelga entre bastidores, en realidad muestra a Pompadour actuando en su escenario: haciendo política con borla y lazos rosas, espejos de maquillaje y colorete.

Una de las funciones más destacadas de su política del colorete rosa era la recepción de diplomáticos extranjeros. Todos los martes venían de París a Versalles para asistir a su audiencia con el secretario de Estado. A continuación, «por regla general, acudían a la amante todos los días en que el Conseil [es decir, el consejo] se reunía, pues ella celebraba su ceremonia pública de aseo».[5] Para los diplomáticos, estas recepciones eran especialmente importantes, ya que a menudo ofrecían la única oportunidad de entablar una conversación con el rey, por supuesto a través de la mediación de la Pompadour, porque Luis era demasiado tímido y reservado en las recepciones públicas como para hablar con ellos directamente. «Durante las audiencias —recuerda el embajador de los Habsburgo, el conde Kaunitz en este caso— se contenta con mover los labios para dar la impresión de haber respondido. [...] Nunca les hace el honor a los extraños de hablar con ellos. Cuando se le presentan, apenas se atreve a saludarlos. A menudo incluso pasa de largo sin mirarlos siquiera».[6] Eso solo cambiaba una vez que su querida amiga, la marquesa, los había examinado y recomendado.

Aun así, ella siempre minimizaba su influencia y aprovechaba cualquier oportunidad para expresar lo que muchos hombres

pensaban de ella de todos modos, es decir, que como mujer era demasiado débil e ingenua para entender algo de política. Al mismo tiempo, sin embargo, nadie podía superarla, y los enviados la rodeaban y la admiraban en su tocador como a una pequeña maravilla del mundo, le sonreían y se jactaban de su favor. Ella, por su parte, defendió públicamente la paz con Inglaterra, con la que Francia estaba en guerra por sus provincias americanas, y trataba al enviado inglés con gran respeto cuando este se hallaba frente a su tocador. Aunque nunca lo invitó a una conversación privada, y mucho menos a concertar una reunión con el rey para avanzar realmente en las negociaciones de paz. Federico II de Prusia le hizo regalos caros y trató de sobornarla para que promoviera una alianza con él. Ella, sin embargo, rechazó siempre sus intentos e inició en secreto una alianza entre Francia y el archienemigo de Prusia, Austria, para que los Habsburgo no se pusieran del lado de Inglaterra y Francia no tuviera que luchar en un segundo frente si llegaba la guerra. Sofisticación rosa.

Lamentablemente, la diplomacia de tocador de la Pompadour no siempre funcionó, porque Prusia acabó aliándose con Inglaterra y el conflicto de las grandes potencias por las colonias y el dominio de Europa se convirtió en 1756 en una especie de Primera Guerra Mundial en la que Francia sufrió duros golpes. El 5 de noviembre, las tropas prusianas aplastaron a las fuerzas combinadas de la alianza francesa y austriaca. Cuando la marquesa se enteró —estaba en una fiesta entreteniendo a los invitados con su ingenio y su extravagante apariencia—, pronunció su frase más famosa: «Después de nosotros, que caiga el diluvio».

Este *bonmot* ha sido a menudo mal interpretado, ya que la posteridad le ha echado la culpa de la derrota francesa en la Guerra de los Siete Años, de la inmensa deuda pública y de todo lo que salió mal en Francia, como si ella misma hubiera dictado los tratados, dirigido las tropas y arruinado el Estado. ¿Acaso no encaja también con eso su comentario sin escrúpulos, con el que pretendía levantar los ánimos y exonerarse de sus responsabilidades, a pesar de que Francia sufría? ¡Lo principal es que la fiesta continúe! ¡Después de nosotros, que caiga el diluvio!

Pero la frase también puede entenderse de otra forma. Puede describir el sentimiento de color rosa que para mí encaja a la perfección con la Pompadour. Es el sentimiento de una emancipación y liberación multifacéticas. La emancipación de una mujer que hace carrera en el mundo de los hombres y conquista una posición que hasta ahora parecía inalcanzable para los miembros de su género. La emancipación de una amante que pasa del tocador al gabinete, aunque ella haya convertido su tocador en un gabinete. La emancipación de una burguesa que supera las limitaciones de su estatus, sin pedigrí ni genealogía, sin el viento de cola del linaje, y que lo consigue solo por sí misma. Ella era el nuevo modelo de persona que se convertiría en un producto de gran consumo con la Revolución francesa. El fin de los derechos heredados es también el nacimiento de la libertad. «Ningún ser humano —escribió su amigo Diderot en su *Enciclopedia*— tiene por naturaleza el derecho de mandar a otros seres humanos». Esto quizá era demasiado para Pompadour, pero ella misma no se basaba en la autoridad tradicional, sino en el poder de la puesta en escena, la sugestión y la persuasión. ¡Polvo en la cara y colorete en las mejillas! «La libertad

—continúa Diderot— es un regalo del cielo, y cada individuo de la misma especie tiene derecho a disfrutarla tan pronto como tenga uso de razón».[7] El disfrute de esta libertad, aunque sea por galantes rodeos, también es el sentimiento rosa.

La emancipación de la familia está ligada también a la emancipación de la historia, que hasta los días de Pompadour había sido la gran maestra. «Historia [...] magistra vitae», como señaló Cicerón. «La historia es maestra de vida».[8] El futuro está determinado por el pasado. Todo se repite, y lo que fue nos dice qué debemos hacer.[9] El sentimiento rosa describe la idea de que eso ya no es válido. Las cosas se disuelven. El pasado ya no determina el futuro y el destino individual —la marquesa lo demuestra— es único.

Sin embargo, lo que libera al hombre también lo aísla. La Pompadour no solo había cortado sus lazos con el pasado y se había reinventado a sí misma, sino que ya no podía echar un ancla en el futuro. El trabajo de su vida había fracasado, su única hija había muerto en 1754 en la infancia, y su hijo poco después del nacimiento. No tendría descendencia ni herencia política. En el fondo estaba sola en la fiesta. Una rosa que se marchita enseguida, y, después de ella, el diluvio.

Aun así, sigue viviendo en los corazones y en las historias de la gente. En ellas se alza como una Venus de las olas de esta inundación y atestigua que los viejos órdenes ya no tienen poder, porque una persona también puede descender de sí misma cuando ve el mundo de color rosa.

SHOCKING PINK

Muchas damas de la corte y mujeres de las más altas esferas adoptaron el código de color establecido por madame de Pompadour, articulando así el deseo de ser un poco como ella, extravagantes y libres, deseadas y bellas. El joven colega de Boucher, Jean-Honoré Fragonard, da un divertido ejemplo de este uso tan distendido del encanto del rosa en su adorable pintura *Les Hasards heureux de l'escarpolette* (1767), es decir, «Los felices azares del columpio». En ella, muestra a una joven vestida de color rosa con gruesos lazos y volantes muy parecidos a los que ya conocemos de la marquesa. Está sentada en un columpio en medio de un jardín asilvestrado y romántico que la rodea como una cueva. Por debajo de ella florecen rosas de color rosa (¿la *Madame Pompadour*?), y su columpio, que un anciano empuja desde el fondo, se balancea hasta muy arriba. Exaltada, la joven estira las piernas y deja volar una zapatilla rosa, mientras debajo de ella, apoyado de espaldas contra una estatua de Cupido, está sentado un caballero que mira por debajo de las faldas. Parece que le está gritando algo... ¿Qué le está diciendo? Tal vez:

*Tus muslos son manzanos
cuyas flores llegan hasta el cielo.*

Al menos eso es lo que piensa William Carlos Williams, que escribió un poema sobre este cuadro (*Portrait of a Lady*, 1920) y sabe que la flor del manzano es rosa.[1]

Después de la Pompadour, las mujeres que visten de rosa expresan que el uso desenvuelto de sus encantos femeninos no entra en contradicción con su deseo de emanciparse, y que ambos van de la mano: pueden sentirse libres y seguras de sí mismas y complacer a los hombres, y a su vez agradecerlos es una forma respetable de ascender en la escala social. En su cuadro *L'Ambitieuse* (1883-1885), por ejemplo, el pintor francés James Tissot nos muestra a una joven con un exuberante vestido de volantes rosas que se prepara para hacer carrera con una mirada inquisitiva y una actitud alegre.

Con la aparición de la *femme fatale*, el rosa pierde su brillo aristocrático. De hecho, el color se vuelve más barato en general. Esto se debe a que, a partir de mediados del siglo XIX, la industria química desarrolla pigmentos rojos que ya no es necesario obtener de costosas sustancias naturales, como la madera de Pernambuco o los caracoles púrpura de mar, y que pueden fabricarse a partir de productos químicos baratos como el alquitrán.[2] Esto hace que el rosa sea asequible para muchas mujeres. Aun así, sigue siendo un color para un tipo específico de persona: las mujeres extravagantes que quieren divertirse y confían en su atractivo sexual. Henri de Toulouse-Lautrec, pintor de la corte del Moulin Rouge y de las calles nocturnas de París, nos muestra a bailarinas, reporteras y prostitutas de rosa, pero también a mujeres que se divierten con ellas (*Baile en el Moulin Rouge*, 1890; *Salón de la rue des Moulins*, 1894; *Las dos amigas*, 1895). En los salvajes años veinte, el rosa se convierte en el

color de moda de los nuevos ricos y de una clase alta obscena, amante del lujo y hambrienta de diversión a ambos lados del Atlántico y más allá de las fronteras de género.[3]

El rosa acaba resultando una maldición para el personaje que da título a la novela de F. Scott Fitzgerald, *El gran Gatsby* (1925). Gatsby es una figura misteriosa desde el principio. Es muy rico y celebra grandes fiestas en la casa de Long Island a la que se acaba de mudar. Afirma ser de buena familia y haber estudiado en Oxford, pero nadie confía realmente en él. Sobre todo Tom Buchanan, que es realmente un *old money* y al que Gatsby quiere quitarle la mujer. ¿Acaso su rival no es un mero impostor y un advenedizo? Una noche en la que deciden ir todos juntos a Nueva York, Gatsby se delata. Lleva puesto un traje rosa, y eso revela que no es un «Oxford man», como afirma, sino un nuevo rico recién llegado. Si él había estado en Oxford, dice Tom, a lo sumo fue en Oxford, Nuevo México.[4]

Frida Kahlo toma esta conexión entre el rosa y los advenedizos con una ironía autocrítica. En su primer autorretrato, con el que comenzó su carrera internacional como pintora (*Autorretrato en la frontera entre México y Estados Unidos*, 1932), una Frida de veinticinco años aparece en la frontera entre los dos países y las dos culturas: a la izquierda, el México campesino y primitivo; a la derecha, el Estados Unidos moderno representado por la metrópoli de Detroit, adonde había seguido a su marido, el pintor Diego Rivera. A la izquierda, la exuberante naturaleza, la cultura antigua y la espiritualidad; sobre el templo azteca dibujado al fondo hay un sol que escupe fuego y una luna que habla, con relámpagos que emergen de unas nubes densas. A la derecha, rascacielos y fábricas, chimeneas humeantes y estridentes sirenas. Kahlo se coloca como

una estatua en el centro de la imagen. Su pedestal es una máquina desde la que los cables corren hacia los jardines de México y las fábricas de Estados Unidos. Ella mira desafiante desde Estados Unidos a su país de origen. Tiene las manos cruzadas en el regazo. En una sostiene una bandera mexicana, en la otra un cigarrillo, lo que en este contexto es un símbolo de liberación, porque entonces, en México, a las mujeres no se les permitía fumar.

En Estados Unidos, sin embargo, Kahlo experimentó otra privación de libertad. Porque mientras el público admiraba a su marido, a ella la ridiculizaban como la esposa artista aficionada. De esto también se libera con su autorretrato. Se representa como una pintora segura de sí misma, que extrae una fuerza especial de sus orígenes y de su nueva posición entre ambas culturas. Lleva una especie de vestido de debutante al que, no sin ironía, otorga el color de los advenedizos: el rosa.

Pero la inocuidad engaña. Kahlo se convirtió en una de las pintoras más importantes de la modernidad, y su obra superó con creces a la de Diego Rivera.[\[5\]](#) Para el poeta surrealista André Breton, esto ya se anunciaba con su vestido rosa. En su contribución al catálogo de la exposición del cuadro en Nueva York, escribió que lo llevaba como una «goma alrededor de una bomba».[\[6\]](#)

A pesar de todo, su algo sospechosa extravagancia también hizo del rosa el color ideal para sorprender a la burguesía, como lo demuestran las creaciones de Elsa Schiaparelli. En el París de los años treinta, la diseñadora de moda era tan famosa como Coco Chanel, pero tenía una idea muy diferente de la alta costura,[\[7\]](#) porque a la italiana Schiaparelli no le gustaba la elegancia conservadora de los diseños de Chanel. ¿Por qué deberían las

mujeres llevar chaquetas de *tweed* si también se les podían confeccionar creaciones surrealistas? ¿Por mera comodidad? Schiaparelli opinaba que la moda debía ser tan avanzada como el arte si realmente quería ser alta costura, y que la aspiración de Chanel a crear prendas cómodas se cumplía mejor con el uso de nuevos materiales (como la viscosa, la seda artificial o las cremalleras) que con la sencillez de los diseños. La *couturière* se asoció a artistas como Jean Cocteau o Salvador Dalí para tender un puente entre la moda y el arte. Diseñó sombreros que parecían un zapato, suéteres con bordados *trompe-l'oeil* que hacían creer al espectador que la mujer llevaba una blusa negra con lazo (esa fue su gran innovación en una fiesta del editor jefe de *Vogue* en noviembre de 1927), o un vestido con un enorme estampado de una langosta rosa. Wallis Simpson, la mujer por la que Eduardo VIII renunció al trono inglés, lo llevaba en una foto para *Vogue* poco antes de su boda.^[8]

El tono con el que Schiaparelli expresaba mejor su genio para la confección era un rosa chillón al que llamaba *shocking pink*, porque su moda, al igual que el arte surrealista de sus colaboradores, debía conmocionar y hacer soñar a la gente. «La ilusión y la verdad —dijo la surrealista Claude Cahun en 1930— son niños gemelos que han intercambiado sus lazos rosas y azules tantas veces que se burlarían de ellos si los llamáramos por el nombre del color, incluso si resultara que no estamos equivocados». ^[9]

La primera colección en la que Schiaparelli utilizó el *shocking pink* fue la Circus Collection de 1938. En el centro de atención estaba el llamado Tears Dress, un vestido relativamente sencillo hasta el tobillo y con velo en el que se había impreso un diseño *trompe-l'oeil*

de Dalí que, a primera vista, daba la impresión de que el vestido se había rasgado en pedazos en algunos lugares y que entre estas rasgaduras aparecía la carne rosa desnuda de su portadora.[\[10\]](#)

Schiaparelli diseñó muchos vestidos para las ricas y famosas. Katherine Hepburn y Marlene Dietrich, Greta Garbo y Peggy Guggenheim: todas se dejaron vestir de rosa en el taller de Schiaparelli, que estaba decorado con pinturas de Dalí, fotos de Man Ray y esculturas de Giacometti, para sentirse ellas mismas como una obra de arte surrealista.[\[11\]](#)

Uno de sus diseños en rosa más conocidos es el vestido para Zsa Zsa Gabor en la película *Moulin Rouge* (1952). En la cinta, que describe la vida del pintor Toulouse-Lautrec, Gabor interpreta a una cantante del famoso local nocturno parisino. De este modo, el rosa vuelve a asociarse a las *femmes fatales* de la Belle Époque. Sin embargo, Schiaparelli emplea todo su arte para romper esa conexión: Gabor no se parece en nada a una cortesana con ese vestido, sino a un personaje de cuento de hadas. Lleva un vestido largo de corte ajustado en color *shocking pink* que se sujeta por los hombros y tiene unos pequeños pliegues alrededor de las caderas. Los guantes largos son del mismo color. En el hombro izquierdo, sin embargo, presenta una rosa de grandes pétalos hechos de un tejido rosa claro semitransparente y muy fino, de tal modo que uno tiene la sensación de que se le han arrugado las alas en una caída y se le han deslizado sobre el hombro. Ahora esta hada rosa está atrapada en el Moulin Rouge, esperando poder volar de vuelta a casa.

Al rescate estético del honor de las damas rosas se une un año más tarde el rescate moral. En la película *Los caballeros las prefieren rubias* (1953), Marilyn Monroe interpreta a una cantante de

variedades estadounidense que debe superar algunos obstáculos antes de poder casarse con un rico heredero. Estos obstáculos incluyen, principalmente, el rechazo de su futuro suegro, que insinúa que ella solo busca el dinero de su hijo. Pero Lorelei, que así se llama la bailarina (recordemos a las ninfas del capítulo 11), sabe defenderse: «No el de él —responde ella—, sino el de usted». «¿Y por qué no iba a tenerlo en cuenta? —le pregunta—. ¿Cómo puede una mujer concentrarse en el amor cuando tiene que preocuparse por el dinero? ¿Acaso usted no preferiría que su hija se casara con un hombre rico en lugar de con un hombre pobre? El dinero de un hombre —explica al desconcertado millonario— es como la belleza de una mujer: no es decisivo, pero sí un agradable extra». Su razonamiento convence al padre y restablece a la *femme fatale* rosa ante los ojos de un público mojigato. No es una cazafortunas despiadada, sino una «chica con cabeza» que resulta perfectamente apta para ser la esposa de su hijo.

A pesar de todo, en el punto álgido de la película —su gran actuación con un ballet de revista en el escenario de un teatro de variedades parisino— formula su idea con mayor nitidez. *Diamonds are a girl's best friend*. No se puede confiar en el afecto de los hombres, y ni siquiera los besos más apasionados le sirven a una chica para pagar el alquiler. En cambio, las joyas conservan su valor:

*Men grow cold
As girls grow old
And we all lose our charms in the end.
But square-cut or pear-shaped
These rocks don't lose their shape
Diamonds are a girl's best friend.*

[«Los hombres se vuelven fríos
cuando las chicas envejecen
y todos perdemos nuestros encantos al final.
Pero ya sean cuadradas u ovaladas
estas piedras no pierden su forma,
los diamantes son los mejores amigos de una chica»].

En esta actuación lleva un vestido sin tirantes de satén rosa hasta el suelo, que se ata con un gran lazo a la espalda, complementado con guantes largos del mismo color. Suntuosas joyas de diamantes adornan sus muñecas, su cuello y sus orejas. Madonna hace un homenaje a esta actuación en su vídeo de *Material Girl* (1986), donde le copia hasta el más mínimo detalle, desde la escalera del escenario, pasando por los bailarines de frac y los diamantes, hasta el vestido rosa que ella lleva. Y Madonna tampoco quiere promesas de amor, sino valores reales:

*Cause we are living in a material world
And I am a material girl.*[\[12\]](#)

[«Porque vivimos en un mundo material
y yo soy una chica material»].

En un mundo gobernado por el dinero, estas mujeres no quieren dejarse despachar con frases románticas, quieren conseguir lo que de verdad importa: tener dinero, ser económicamente independientes y libres. La vanguardia, no la retaguardia. Ser el verdugo y no la víctima. Al mismo tiempo, no tienen ningún problema en utilizar sus encantos, ya que guardan una relación más pragmática con su sexualidad y no se avergüenzan de ser mujeres.

El color con el que expresan esta noción de sí mismas es el rosa. Lo llevan en diferentes tonos y formas. A veces, como un vestido de noche largo con el que seducen a los hombres y les hacen girar la cabeza. A veces, provocando con ello una conmoción que asusta a la burguesía y rompe los límites entre la verdad y la ilusión para que podamos ver lo maravilloso en lo cotidiano. Y a veces ese rosa es simplemente la flor de un manzano que llega hasta el cielo. «Muschirosapink» es el nombre de este color en la novela de Charlotte Roche, *Zonas húmedas* (2008).[\[13\]](#)

LA RESTAURACIÓN ROSA: *THINK PINK*

CON MAMIE EISENHOWER

Los años de la posguerra no fueron un momento fácil para las *material girls*. Schiaparelli tuvo que cerrar su negocio en 1953 porque las mujeres de clase alta preferían usar pantalones cómodos antes que obras de arte, y ese mismo año Monroe rodó otra película que volvía a recuperar la «aspiración» de las mujeres —expresada con cautela en *Los caballeros las prefieren rubias*— de no ser solo material para el amor de los hombres, sino también beneficiarse de ello. *Cómo casarse con un millonario* (1953) describe las aventuras de tres amigas que quieren casarse con un hombre rico a toda costa, porque «Diamonds are a girl's best friend», como recuerda una, pero que luego se conforman con el amor de un tipo decente.

En el fondo de este recorte de los movimientos de emancipación se encuentra la reinterpretación del rosa como el color de la domesticidad redescubierta y de la debilidad femenina. Una de las protagonistas de esta reacción fue la primera dama de Estados Unidos, Mamie Eisenhower.

A Mamie Eisenhower le encantaba el rosa, tal vez porque venía de una familia de nuevos ricos y especuladores de Iowa dedicados a la explotación de mataderos, pero quizá también por sus cualidades personales. Cuando su marido Dwight D. Eisenhower —que había

sido uno de los generales más destacados durante la Segunda Guerra Mundial, y a quien todos llamaban Ike— asumió su cargo como el 34.º presidente de los Estados Unidos de América el 20 de enero de 1953, la entonces casi sexagenaria Mamie llevaba un vestido de tirantes de seda rosa brillante (*peau de soie*) bordado con más de dos mil diamantes de imitación, guantes de ópera a juego, joyas de perlas y un bolso también con perlas que se convertiría en uno de sus sellos distintivos.[1] Sus zapatos rosas de Delman, en ese momento el fabricante de zapatos más de moda, con una «tienda insignia» en Nueva York,[2] estaban hechos especialmente para ella y llevaban su nombre grabado: «Ms. Dwight D. Eisenhower».[3] El vestido era obra de la diseñadora Nettie Rosenstein, que ayudó a redefinir la moda en los Estados Unidos de la posguerra. Y también la propia Mamie Eisenhower era un icono de la moda de su tiempo. «El New York Dress Institute la nombró una de las doce mujeres mejor vestidas del país cada año de su periodo como primera dama. Su estilo era conocido como *Mamie look*, y consistía en un vestido con falda ancha, guantes rosas, pulseras de dijes, perlas, sombreros pequeños, bolsos de mano y peinado a lo *garçon* con flequillo. [...] La preferencia de Eisenhower por un determinado tono de rosa, a menudo llamado *First Lady Pink* o *Mamie pink*, desencadenó una tendencia nacional hacia la ropa, los artículos para el hogar y los baños de color rosa».[4]

¡Sí, también en el baño y en la decoración del hogar! Porque Mamie Eisenhower decoró la Casa Blanca de rosa hasta el punto de que los empleados la llamaron el Pink Palace. La cocina, los baños e incluso los artículos domésticos más simples se compraron en rosa o se repintaron a juego. La primera dama puso especial énfasis en los

artículos decorativos, sobre todo en Navidad y Halloween, e hizo colocar gladiolos rosas por todas partes. La residencia oficial del presidente de Estados Unidos se convirtió en un castillo de Barbie. Las embajadas estadounidenses de todo el mundo tuvieron que adaptarse y disponer dormitorios rosas cuando Eisenhower iba de visita.^[5]

Junto con el color rosa, Mamie Eisenhower fomentó el regreso al papel tradicional de la mujer. Durante la guerra, muchas mujeres habían trabajado en las fábricas de armamento, vistiendo monos de trabajo azules. Ahora que habían ganado, los hombres volvieron a casa y los relojes del progreso social retrocedieron. Mamie Eisenhower envió a las mujeres de vuelta a los fogones de sus hogares. Con delantales rosas. «Ike —decía— gobierna el país mientras yo doy la vuelta a las chuletas de cerdo en la sartén». O: «Tengo un trabajo. Se llama Ike». Esto resulta sorprendente a la luz de su biografía. Cuando se casó con Ike no tenía habilidades de ama de casa, ya que en la de sus padres eran los criados quienes hacían las tareas domésticas, y su marido tuvo que enseñárselo todo. El punto fuerte de Mamie era más bien ser anfitriona, organizar eventos privados y celebrar fiestas. Un poco como madame Pompadour. De ese modo, logró impulsar significativamente la carrera de su marido de teniente a general.

Sin embargo, el espíritu de la época exigía que ella desempeñara en público el papel de ama de casa, y como eso la mantenía alejada de la molesta prensa (apenas ofrecía entrevistas, aunque le gustaba mucho que la fotografieran con sus vestidos rosas) y tampoco aprobaba la emancipación de las mujeres, lo hizo con mucho gusto. Así pues, se convirtió en una figura emblemática de la mentalidad

llamada Pink Think en Estados Unidos, que inculcaba a las mujeres estadounidenses, ya desde pequeñas, un modelo de conducta que las relegaba al ámbito del hogar y los niños y les asignaba la tarea de servir a sus maridos.[\[6\]](#)

La película musical de Stanley Donen *Una cara con ángel* (*Funny Face*), de 1957, muestra cómo este culto reaccionario al ama de casa se dispuso a domesticar incluso a la mujer intelectual y segura de sí misma, porque las mujeres no debían ser en absoluto intelectuales y seguras de sí mismas, sino mascotas adorables con una función de amor carnal. En el film, Maggie Prescott, editora de la revista de moda *Quality*, quiere crear una nueva tendencia e inventar una nueva mujer, la mujer Quality. Es inteligente, bonita y muy diferente a todas las demás, ¡y viste de rosa! O *pink*, como se llama en inglés. Y como la película es un musical, canta su mensaje: «Think pink! Think pink! If you want that *quel-que chose*» [«¡Piensa en rosa! ¡Piensa en rosa! Si quieres esa *quel-que chose*»].

Prescott encarga al fotógrafo Dick Avery que busque a la librería Jo Stockton para que sea el rostro de la campaña, aunque está claro desde el principio que Avery quiere algo más de ella. Avery es interpretado por Fred Astaire, Stockton por Audrey Hepburn. Hepburn y Astaire son una pareja extraña, incluso para las condiciones de la época, ya que se llevaban casi treinta años. Astaire tenía casi sesenta y estaba prácticamente al final de su carrera. Hepburn no había cumplido los treinta y estaba en la cima. Solo aceptó el papel porque de niña (!) había sido una gran fan de Astaire y soñaba con bailar con él una vez en la vida. Esa era su oportunidad, antes de que Astaire fuera definitivamente demasiado viejo.

La película, sin embargo, no se toma la molestia de encubrir la gran diferencia de edad que hay entre ambos. Al contrario, Hepburn parece una niña y Astaire, su abuelo. Esto también se refleja en el tono que usan entre ellos. «No me hago ninguna ilusión respecto a mi parecido», le dice la tímida librera al fotógrafo en su cuarto oscuro mientras él le saca fotos de prueba. «Mi rostro es vulgar». «I have a funny face», dice en el original. De ahí el título de la película. «Ah», responde Avery con displicencia, «eso es cosa mía. Pues lo que usted llama vulgar yo lo llamo interesante». ¡Ha tenido suerte! El viejo piensa que tal vez no sea una belleza, pero al menos es interesante. Normalmente, esto haría reír a cualquier mujer joven, en el mejor de los casos. En la película, en cambio, eso la halaga. Aun así, la chica no quiere hacer fotos de moda, porque a sus ojos la moda es una tontería sin importancia: «It's chichi», dice el original inglés, «Es cursi». Pero cuando se entera de que las grabaciones se van a hacer en París, acaba aceptando, porque espera conocer allí al filósofo Émile Flostre (una parodia de Jean-Paul Sartre) y convertirse en su alumna. A pesar de todo, cuando ve que este solo quiere que le lave la ropa, se da cuenta de que, a fin de cuentas, la ropa bonita es mucho más importante que la filosofía y el amor. Así que se casa con Dick y baila con él en un final feliz.

¿Cómo es posible? ¿No ha sucedido exactamente lo contrario de lo que Prescott deseaba para la mujer Quality, esa *quel-que chose*, la actitud rosa que hace que una mujer sea bella y deseable, feliz y completamente diferente a todas las demás? Por desgracia, no, porque en *On how to be lovely*, la canción en la que Prescott explica su papel a la joven Stockton, todo eso ya se intuye. Para ser adorable, canta Prescott, la mujer Quality no necesita dinero ni

educación, solo tiene que estar contenta y feliz todo el tiempo, solo ver lo bueno en el mundo y hacer que la vida de su marido sea agradable.

*On how to be lovely
You got to be cheery
I'll give you a guarantee
You don't need dough
You don't need a college degree.*

[«Para ser adorable
tienes que estar contenta
te lo garantizo
no necesitas dinero
no necesitas un título universitario»].

Esta es la versión musical de los manuales Pink Think, que recomiendan a la buena esposa tener la comida preparada cuando el marido llegue al hogar, la casa limpia, el pelo bien peinado y los niños arreglados, para que pueda dejarse caer en su casa como en un cómodo sillón reclinable. Nunca debe criticarlo, contradecirlo ni molestarlo con sus problemas. Todo es alegre y feliz, y ella debe ser pura luz del sol. Para ello, realmente no necesita ningún título universitario. Una de las escenas que, en mi opinión, mejor muestran lo que los ideólogos del Pink Think piensan de las mujeres es el comienzo de *Bohemian Dance*. Avery y Stockton están en París, y el fotógrafo va a recoger a su modelo en un club de jazz, donde ella filosofa sobre el capitalismo y la vida con un grupo de filósofos franceses (¡a los que Avery califica de «gusanos malolientes»!), con el elegante cuello alto de color negro tan propio de los

existencialistas. Cuando Avery entra en el club, pasa por delante de una pareja francesa que discute. «Je te déteste!», le dice ella. ¡Te odio! Él la abofetea con fuerza en la cara, lo que hace que ella se lo piense mejor y le jure su amor de nuevo. «Una mujer —dicen los manuales del Pink Think— sabe dónde está su lugar».

El Pink Think muestra la extrema necesidad de una sociedad de marcar muy claramente las diferencias de sexo y de asignarles colores. Las mujeres son así y los hombres asá. También el azul se termina imponiendo como color de niños después de la guerra.^[7] Detrás de esto se esconde la urgencia por establecer un nuevo orden tras las sacudidas del conflicto mundial; una necesidad que se manifiesta en todas las áreas, no solo en los roles de género, sino también en la política interior y exterior o las alianzas militares y económicas.

Este nuevo orden también crea una nueva prosperidad. Son los años dorados del capitalismo. El milagro económico a ambos lados del Atlántico genera una abundancia sin precedentes. Aun así, me resulta difícil imaginar el sentimiento rosa de la época como un sentimiento de felicidad. Porque, aunque las mujeres viven un bienestar hasta ahora desconocido (el solo hecho de que exista la moda para una gran mayoría, y no solo para la nobleza o la clase alta, que cada mañana puede decidir qué ponerse y adaptar cada año su armario a las últimas tendencias, muestra una riqueza completamente nueva), la sociedad, por otro lado, también les dice cómo deben comportarse e incluso qué deben sentir al hacerlo. Ser ama de casa y estar siempre de buen humor. Esta es una cualidad nueva que afecta a las actividades de la vida cotidiana, pero también a la actitud que una debe mantener hacia ella. Madame de

Pompadour tuvo que someterse a un régimen social mucho más estricto. La etiqueta cortesana era despiadada. Sin embargo, ella se había impuesto la actitud rosa a sí misma para convertirse en lo que quería ser. El rosa de Pompadour es un concepto individual, elegido por ella misma. Una forma de autocreación, como muestra la escena del tocador de Boucher. El Pink Think, en cambio, es un imperativo. No es un tocador, sino una franja de pintura que cubre a todas con la misma capa de color, por dentro y por fuera. A las mujeres se les dice no solo lo que deben hacer, sino incluso lo que deben pensar y querer. *Think pink!* Esto no significa que a ninguna mujer le gustara, pero muchas se sentían oprimidas, como con un vestido demasiado pequeño, con asfixiantes lazos que constriñen los propios movimientos.

Esto se refleja, por ejemplo, en el consumo cada vez mayor de alcohol y de sedantes y tranquilizantes entre las supuestamente alegres amas de casa. *Mother's little helpers*. En Alemania, con el Pink Think se popularizó un tónico llamado Frauengold, que elevaba el estado de ánimo y facilitaba que las mujeres cumplieran con sus obligaciones. Básicamente, era alcohol de alta graduación con extractos de hierbas y algunos aditivos cancerígenos. Pero las ventas fueron estratosféricas. Por lo visto, la estrechez de la vida familiar solo podía soportarse en un estado de embriaguez. O atiborrándose de pastillas. En todos los países industrializados de Occidente, el consumo de barbitúricos y calmantes aumentó tanto que, en 1970, la Comisión de Estupefacientes de las Naciones Unidas declaró en una reunión en Ginebra que el mayor problema no eran «las llamadas drogas duras, como la heroína o la cocaína», sino las píldoras con las que «las amas de casa luchan contra su miserable

vida cotidiana», porque los daños que esto causaba a la sociedad eran mucho más graves, y el número de adictos ascendía a millones.

[8] Esta felicidad de color rosa era insoportable.

Tal vez las mujeres se tomaron el asunto demasiado en serio en aquel momento. El movimiento de las *tradwives* de hoy, que recupera el Pink Think de los años cincuenta, parece algo diferente, más sereno y reflexivo y sin los clichés románticos. Más como un trabajo que como una actitud ante la vida. Por ejemplo, la influencer *tradwife* Victoria Doss responde así a la pregunta de por qué se ocupa del trabajo doméstico, cuida a los niños y practica sexo con su marido «cada dos o tres días»: porque no quiero buscar un trabajo, porque no quiero pagar la mitad de las facturas y porque no quiero tener un matrimonio con gastos compartidos.^[1] Cuando lo anuncia en su canal de Instagram, aparece sobre un fondo rosa brillante. Una cuidadora rosa. Este es el retorno de la *material girl* en su forma más deshonrosa.

Por supuesto, también están los casos en los que las familias se reparten el trabajo de manera tradicional porque así es como les funciona mejor y porque también es válido que una mujer pueda centrarse por completo en el amor, en su marido o en la familia al no tener que preocuparse por las facturas. Y a estas mujeres también les encantan los colores pastel no solo para sus crocs, sus pantalones de chándal rosa pálido o sus Adilettes en malva o *wonder white*, sino también en la decoración del hogar, en los cojines del

sofá en *tickled pink* o *blushing bride*, las toallas en *honey suckle*, la ropa de cama en *cotton candy* o *bodacious* y el esmalte de uñas en *bossy pink*.

En estos tonos de rosa modernos, el erotismo lascivo ha sido reemplazado casi por completo por una dulzura y ternura infantiles. De hecho, algunos de estos colores provienen de la industria del juguete. Cotton Candy, por ejemplo, es el nombre de un poni de la primera generación de caballos de juguete «Mi pequeño poni» (1982), que era del color que hoy se conoce con ese nombre. Gran parte de la decoración rosa se conoce hoy como Barbiecore, porque los tonos se asocian a la muñeca, que desde 1959 está íntimamente asociada con el rosa. El fabricante Mattel incluso ha patentado su propio color rosa como Barbie Pink.[\[2\]](#)

De entrada, podríamos pensar que este retorno a lo infantil responde al deseo de las propias mujeres de volver a ser niñas. Sin embargo, creo que en realidad se trata del deseo de recrear un mundo sano y seguro para la familia. La ropa de cama del color de los juguetes infantiles intenta reconstruir en la propia casa la sensación de seguridad que se asocia a los recuerdos de la infancia, sabiendo que esta felicidad se ha dejado atrás. De lo contrario, no tendría que crearse artificialmente.

Un claro ejemplo de ello es Hello Kitty, un pequeño gato blanco con lazo rojo y rasgos humanos. Existe desde 1974 como juguete y como motivo en accesorios diversos. Sin embargo, no tuvo mucho éxito hasta los años noventa, cuando «las madres que habían crecido con Hello Kitty compraban cada vez más productos para sus hijos», y el fabricante amplió la gama de productos para destinarlos a «adolescentes y adultos». En algún momento, también reemplazó

el lazo rojo que llevaba el gatito alrededor del cuello por una flor rosa.[\[3\]](#)

El Barbiecore no es una regresión ingenua a la infancia. Representa más bien un anhelo sentimental por la felicidad que se asocia a ella y el deseo de hacerla posible una vez más, al menos para los demás. Esto le da al Pink Think de hoy un toque heroico. El mundo puede ser cruel y brutal, insensato y absurdo, pero el hogar es una granja de ponis porque mamá vigila la puerta. Y lo muestra pintando las paredes de rosa.

TURBANTES ROSAS O YVES SAINT

LAURENT Y LA PANTERA ROSA

El Pink Think de los años cincuenta también impulsó una tendencia de moda que convirtió el rosa en el color de la mujer alegre y optimista (al menos en apariencia). Y el musical *Funny Face* también contribuyó a ello. En *Think pink*, el número en el que Prescott describe la nueva moda, despliega un rollo de tela rosa sedosa y brillante frente a sus compañeras de trabajo y canta: «El rojo está muerto y el azul acabado, el verde es obsceno [...] y no hay excusa para el ciruela».

*Think pink, think pink when you shop for summer clothes.
Think pink, think pink if you want that quelque-chose.
Red is dead, blue is through, green's obscene, brown's taboo,
And there is not the slightest excuse for plum or puce
Or chartreuse!*

[«Piensa en rosa, piensa en rosa cuando compres ropa de verano.
Piensa en rosa, piensa en rosa si quieres ese toque especial.
El rojo está muerto y el azul acabado, el verde es obsceno, el marrón un tabú,
y no hay excusa para el ciruela o el morado,
ini para el verde chartreuse!»].

En efecto, todo sale tal como lo plantea el musical. Para 1960, el rosa se ha convertido en una parte indispensable de la moda. La revista italiana *Annabella* explica que es el color de fiesta más de moda de la temporada, y que incluso ha reemplazado al blanco en los vestidos de gala de las debutantes. Hasta Dior cuenta con un vestido rosa en su colección.^[1]

Esta se trata de la última colección que Yves Saint Laurent creó para la casa de modas. Desde mi punto de vista, Saint Laurent es el diseñador más interesante de la época en lo que respecta al uso del rosa. En su primera colección propia de 1962, halló una manera de utilizar la moda Pink Think y, al mismo tiempo, subvertirla. Con ello devolvió al color algo del inconformismo que tenía antes de la guerra. Su gesto subversivo no tiene que ver con los patrones en general, que resuelven el carácter estatutario de los trajes de alta costura con formas más fluidas para que los vestidos ya no queden tan ajustados, sino más bien con la pieza característica de la colección: un turbante rosa. Aunque este turbante es rosa como la ideología prescrita a las mujeres, hace referencia al accesorio favorito de una de sus críticas más destacadas: los turbantes de Simone de Beauvoir.

Beauvoir era un icono de la moda cuando se hizo rica y famosa (el *New York Times* la llamó «la existencialista más bella que se haya visto»), y no le disgustaba ir de compras.^[2] Aun así, durante gran parte de su vida no se tomó la moda muy en serio. Para ella era más bien *chichi*, «cursi», como habría dicho la Jo Stockton de *Funny Face*. «Para mí —explicaba la autora en retrospectiva— lo importante era sobre todo mi cabeza. Todo lo demás era secundario».^[3] En este contexto, también descubrió los turbantes. De hecho, estos la

liberaron de la necesidad de peinarse para poder salir de casa. Con su colección de 1962, Yves Saint Laurent transformó este accesorio de los *bad hair days* en una obra maestra para las mujeres de la *jet set*. Grace Kelly llevaba turbante en sus fiestas monegascas y Marisa Berenson (la modelo mejor pagada de la época, nieta de Elsa Schiaparelli) llevaba una especie de turbante en la portada de *Vogue* del 1 de octubre de 1965.

Al año siguiente de su colección rosa, Yves Saint Laurent diseñó el vestuario para las dos protagonistas de la película *La pantera rosa* (1963), Capucine y Claudia Cardinale. Esta película supuso un desafío especial para mí porque, por supuesto, tanto este film como la serie animada fueron una de las primeras cosas que me vinieron a la mente cuando comencé a reflexionar sobre el rosa. Sin embargo, no encontré ninguna respuesta a por qué el diamante del que trata la película es precisamente rosa.

Sin duda, los diamantes más famosos —y especialmente las joyas de la corona— suelen asociarse a un color específico. Por ejemplo, el matiz blanco azulado de la Estrella de África (que forma parte del cetro de los reyes ingleses), el Orlov azul verdoso (que la zarina Catalina recibió de su amante Grigori Orlov e hizo incrustar en su cetro) o el Regente, casi completamente transparente (que ha estado en la corona real francesa desde Luis XV). La Pantera Rosa como joya de la corona de un maharajá encaja bien aquí. Sin embargo, no encontré ninguna razón por la que fuera justamente rosa, como tampoco encontré nunca un motivo que explicara el color del personaje de dibujos animados que se inspiró en la película.[\[4\]](#) De hecho, la elección del rosa no tuvo sentido para mí hasta que no

lo vi en el contexto de la moda rosa —que se escenifica con especial belleza en el primer film— y del Pink Think de la época.

Pero empecemos por el principio: érase una vez el país de los turbantes, que se llama Lugash en la película. Un maharajá se encuentra en su palacio rosa y recibe un diamante del tamaño de un puño. Tiene una incrustación de ese color en forma de pantera saltando. «Mira —le dice a su hija Dala—, un regalo de mi pueblo agradecido».

El personaje de los dibujos animados, la pantera rosa, se debe a esta escena. En aquella época era habitual rodar cortometrajes como preludios de la película principal. En este caso se trata del cortometraje de animación *The Pink Phink* (1963). Su héroe, una pantera rosa con rasgos semihumanos, compite por el color que ha de tener el mundo con un pintor llamado el Hombrecillo. Él lo pinta de azul; la pantera, de rosa. Al final, ella gana. Esto da lugar a la serie de dibujos animados *La pantera rosa* (1969-1980), en la que la pantera le gasta bromas al Hombrecillo.

El resto de la trama de la película comienza veinte años después de la escena del palacio. El maestro ladrón, «el Fantasma», tiene al mundo en vilo con sus espectaculares acciones, pero el inspector Clouseau le sigue la pista. Clouseau está convencido de que su próxima víctima será la princesa Dala, que se ha convertido en la gobernante de su país y ha huido a Europa porque ha estallado una guerra civil en su tierra natal. La gratitud de su pueblo parece haberse agotado. Los rebeldes también reclaman la piedra preciosa. Por eso la princesa la lleva siempre consigo (en un collar), y eso la convierte en la víctima perfecta del maestro ladrón. De hecho, el Fantasma —que se esconde tras el trasnochado *playboy* sir Charles

Lytton— la ha seguido hasta la elegante estación de esquí de Cortina d'Ampezzo, donde practica deportes de invierno. Claudia Cardinale representa el papel de la princesa Dala, y la vemos descender la pista con elegantes movimientos. Lleva un grueso jersey de lana rosa brillante y un gorro también de lana a juego con pantalones de esquí negros. Todo de Yves Saint Laurent. Algo más lejos, detrás de un abeto, el Fantasma la observa mientras prepara su plan.

La película muestra, en clave de comedia, cómo el Fantasma intenta llevar a cabo su plan (que también incluye un intenso coqueteo con Dala) y cómo el inspector Clouseau intenta evitarlo. El Fantasma, alias sir Charles, cuenta con mejores cartas, porque el *playboy* tiene una aventura con la esposa de Clouseau, que le informa sobre todos los pasos de su marido. Además, el comisario es muy torpe y fracasa incluso en las tareas más sencillas. Esto da pie a numerosas escenas de humor. Uno de los momentos más emblemáticos es una noche en el hotel de Cortina d'Ampezzo, donde el comisario ha viajado con su esposa. Madame Clouseau, interpretada por Capucine, está en la habitación con su marido. Lleva un opulento camisón de seda rosa y está tumbada sobre sábanas de satén del mismo color. El inspector quiere sexo, pero ella no, porque en la habitación contigua la espera su amante. Así que necesita deshacerse de su marido de alguna manera, y lo consigue.

Al final, el inspector logra detener al Fantasma. Ahora puede mostrar al mundo quién está detrás del maestro ladrón y celebrar su éxito. Sin embargo, en la víspera del juicio, madame Clouseau visita a la princesa Dala, le confiesa que es la amante del Fantasma y le pide que ayude a sir Charles. La princesa, vestida con un lujoso sari rosa, tan brillante como la piedra preciosa, le confiesa que sir

Charles no ha logrado robar la pantera rosa. Todavía está en su poder, y solo dijo que se la habían robado porque la Corte Internacional de Justicia la habría condenado a devolver la piedra a su pueblo, cosa que ella no quería hacer. Si con ello pudiera salvar a sir Charles de la cárcel, estaría dispuesta a sacrificar la piedra. Pero esto solo es posible si pueden culpar del robo a otra persona.

Esto sucede el día del juicio. La defensa de sir Charles llama al estrado al inspector Clouseau. El abogado de sir Charles le pregunta si, en las fiestas en las que el Fantasma acudía, siempre estaban presentes las mismas personas o si los invitados eran siempre distintos.

—No —responde Clouseau—, son siempre distintos, excepto sir Charles.

—¿Solo sir Charles?

—No —admite el inspector. Él mismo, por supuesto, siempre ha estado allí.

¡Ajá!

—¿Y cuánto gana un inspector? —pregunta el abogado—. ¿Suficiente para comprarle a su mujer un abrigo de visón de diez mil dólares?

—¡Por supuesto que no! —responde Clouseau.

—¿Sabía usted que su mujer se gastó siete mil dólares en Yves Saint Laurent solo en el último mes? ¿Y cuatro mil dólares dos meses antes?

—¡Eso es imposible!

—Calculamos que su esposa gastó unos treinta mil dólares en vestidos solo el año pasado.

—Bueno —trata de excusarse Clouseau—, mi esposa es muy ahorradora, siempre ahorra algo del dinero de la casa.

Se oyen risas en la sala. Las *pink ladies* ponen los ojos en blanco.

—¿Ahorrar treinta mil dólares del dinero de la casa? —pregunta el abogado en tono burlón.

—Bueno —se retuerce Clouseau—, llevamos casados más de diez años.

—¡Ah! —prosigue el abogado—. El mismo tiempo que el infame Fantasma ha estado causando estragos.

—No —dice Clouseau, pero se pone a sudar, coge el pañuelo y de él cae el collar con la piedra. Dala se lo ha escondido allí poco antes de su testimonio mientras su esposa lo distraía. Así que lo condenan como el Fantasma. Dala abandona la sala y madame Clouseau se marcha con sir Charles en el Ferrari descapotable.

El idiota es realmente el idiota. Para una comedia, este es un final perturbador, y encima provocado por dos mujeres a las que consideraba sus aliadas: su esposa y una princesa a la que quería salvar del robo. Pero las dos bonitas mujeres de rosa no eran lo que él creía. Su esposa no da la vuelta a las chuletas en la sartén, sino que es una maestra ladrona adicta a las compras. Y Dala no es una princesa oriental que deba ser protegida por el comisario francés, sino una vil autócrata que sabe ayudarse a sí misma a la perfección. Las dos mujeres son verdugos y no víctimas, y eso las convierte en heroínas de la emancipación rosa. Porque si hay una moraleja detrás de las historias de las mujeres rosas, es que las mujeres no son las víctimas, sino las perpetradoras. La ladrona, no la robada; la gobernante, no la gobernada; la seductora y no la seducida. ¡Qué película tan instructiva incluso hoy!

LA *PIN-UP* ROSA

La *pin-up* es el reverso del Pink Think, porque sexualiza al ama de casa según la ideología conservadora. Esto se refleja también en sus vías de difusión. Cuando busqué *pin-ups* de los años sesenta, di por hecho que encontraría revistas para hombres, calendarios eróticos y fotos amarillentas. Y, en efecto, me encontré con regalos promocionales de pequeñas tiendas y grandes almacenes: proveedores de productos de uso diario. Por ejemplo, la Kennebec Fruit Company de Lisbon Falls, del estado de Maine, se anunciaba con un calendario, y en el póster de enero y febrero de 1960 aparecía la foto de una mujer que estaba confeccionando un vestido. La joven está de pie, inclinada levemente hacia una maniquí de sastre —envuelta en una amplia franja de tela de color rosa oscuro— y con el cuerpo orientado hacia la muñeca, pero la cabeza mira hacia el observador. Una mano de la joven coloca las tijeras justo por encima de la rodilla de la maniquí. Su media melena rubia se ve bien peinada y ligeramente ondulada, y va maquillada con colorete y pintalabios. Lleva puestas unas bragas de color rosa pálido que se ajustan a sus caderas y unos zapatos blancos con tacones de aguja. Y nada más. Por debajo del brazo que extiende hacia la maniquí sobresalen sus pechos. En el suelo hay algunos elementos de costura, y ella sonríe a la cámara como si fuera una instantánea

íntima de una sala de estar estadounidense. Este tipo de calendarios de *pin-ups* estaban en todas partes, no solo en la verdulería del barrio, sino también en el concesionario de automóviles o en la asociación de pescadores. Porque, aunque la ideología rosa exorcizaba lo erótico lascivo de las mujeres, estas debían seguir viéndose a sí mismas como un objeto de placer para el hombre, no tan seguras y astutas como las *material girls* que habían tomado a madame Pompadour o a Monroe como modelos, sino débiles y seducibles. Víctimas, no verdugos.

La ama de casa como objeto sexual ha sido la base de la cultura *pin-up* desde su primer apogeo a principios de los años cuarenta. Sin duda alguna, las fotos de chicas medio desnudas en poses provocativas han existido siempre, y desde los años veinte se distribuían en tarjetas y cuadernos, pero con la entrada de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial en 1941 los editores estadounidenses lanzaron una ofensiva erótica a gran escala con calendarios, revistas, naipes e imágenes estereoscópicas que mostraban a las *All American Girls* con poca ropa y en posturas sugerentes, para que los hombres del frente supieran por qué luchar. En el otro bando las cosas eran muy parecidas. «Esas eran las chicas que se casaron con los chicos que volvieron después de luchar en la Segunda Guerra Mundial y en la Guerra de Corea», dice el coleccionista de *pin-ups* y galerista Louis K. Meisel. Por supuesto, las fotos también servían para la estimulación sexual, pero al final de la película sonaban las campanas de boda. «Se trataba —continúa Meisel— de conseguir una pequeña casa en Levittown y criar a sus dos o tres hijos».[1] Aquello era otra forma de Pink Think. Luchar

por la flor del manzano entre sus muslos. En el juego patrio de las *pin-ups*, los hombres también eran víctimas.

Al principio, las *pin-ups* se dibujaban o pintaban a partir de modelos, y más tarde empezaron a ser fotografiadas. El color rosa siempre desempeñaba un papel importante, ya fuera en los pantalones cortos o los lazos del pelo, la manta en la que la chica se reclinaba o simplemente el fondo.

«Los hombres —decía la actriz estadounidense Jayne Mansfield— quieren que una chica sea rosa e indefensa y respire hondo y entrecortado».[2] Monroe dijo algo muy similar. En *Cómo casarse con un millonario*, la Pola Debevoise que interpreta es completamente miope sin sus gafas, pero nunca las usa fuera de casa porque no quiere parecer demasiado inteligente. Teme que eso asuste a los hombres. En cualquier caso, nadie ha jugado con tanta habilidad a ser una bomba sexual débil y fácil de seducir como Jayne Mansfield, apodada la «King Size Monroe» por sus exuberantes curvas. Y ella vinculó deliberadamente esta imagen de bomba sexual indefensa con el rosa, que escogió como su color distintivo.

La carrera de Mansfield comenzó con un ardid publicitario por cuenta propia. Mientras estudiaba arte dramático en la Universidad de Texas, asistió a un evento de prensa para la película *La sirena de las aguas verdes* (1955), con Jane Russell como protagonista, y apareció con un bikini rojo como el que Russell llevaba en el cartel de promoción (el título original era *Underwater*).[3] Pero el bikini de Mansfield era demasiado pequeño y se le cayó la parte de arriba cuando saltó a la piscina, para deleite de los fotógrafos. Las imágenes llamaron la atención de la revista *Playboy*, que la presentó como *playmate* en el número de febrero de 1955. En el pliegue

central, está sentada en un taburete blanco y solo lleva una blusa abierta de color rosa claro que ella se sujeta por encima del pubis. La edición tuvo un gran éxito y puso a Mansfield en el candelero.

Era una forma habitual de acceder a la fama. Muchas actrices intentaban darse a conocer a través de *Playboy*. Marilyn Monroe fue la primera *playmate* en 1953 (que en ese momento todavía se llamaba *Sweetheart of the Month*), y ese mismo año celebró su gran debut como actriz con *Niagara*. Pero también las estrellas ya consolidadas se desnudaron para la revista de Hugh Hefner. Anita Ekberg, por ejemplo, se exhibió en el número de noviembre de 1961, en la cima de su fama, después de haber aparecido en la película de Fellini *La dolce vita* (1960), ganándose la admiración de millones de personas mientras se bañaba en la Fontana di Trevi.

Mansfield también consiguió un contrato con Warner Bros después de aquello. Representó papeles menores, pudo demostrar su talento en Broadway, y así llegó a 20th Century Fox, donde se estableció como competidora de Monroe (de ahí el apodo). Su primera película, *La chica no puede remediarlo* (1956), fue un gran éxito y vendió más entradas que *Los caballeros las prefieren rubias*, lo que consolidó su estatus. A esta le siguieron otras películas: *The Wayward Bus* (1957), una adaptación de la novela de John Steinbeck; *Una mujer de cuidado* (1957), la adaptación de una obra de Broadway en la que también interpretó el papel femenino protagonista; *Bésalas por mí* (1957), una comedia romántica junto a Cary Grant, el hombre más codiciado de la época, aunque por desgracia la película fue un fracaso; y la comedia-wéstern *La rubia y el sheriff* (1958), en la que baila el cancan con un vestido rosa.

Todo esto podría haber sido la base de una gran carrera, pero tres cosas se interpusieron en su camino. En primer lugar, se casó en 1958 con el culturista Mickey Hargitay (míster Universo 1955) y tuvo tres hijos con él. Debido a los embarazos, tuvo que rechazar algunas ofertas de papeles de alto perfil. Por otro lado, en esa época también disminuyó la demanda de mujeres rubias atractivas, y su perfil ya no tenía tanta acogida. Había intentado varias veces ser percibida como una actriz de carácter, pero no lo logró. Los productores y su público la encasillaron en un papel muy concreto. Por supuesto, ella también lo promovió con su propio comportamiento, y ese fue el tercer y mayor problema. Porque Mansfield no solo siguió siendo una invitada permanente en *Playboy* y, por lo tanto, se convirtió en la *pin-up* más famosa de Estados Unidos (hasta 1958 era regularmente la *playmate* de febrero, a lo que se sumaron los reportajes y las reimpresiones de sus fotos), sino que también tendía a presentarse a sí misma como un objeto sexual, a veces bastante vulgar. Esto causó un revuelo que tuvo un efecto bastante negativo en su carrera en general. «Era una chica con verdadero talento cómico, con una apariencia magnífica y una figura espectacular —se decía en un obituario—, pero su afán de promocionarse de un modo tan estrambótico la llevó a la ruina».[4]

En abril de 1957, escenificó uno de sus trucos publicitarios más famosos en una cena para Sophia Loren. Paramount Pictures había invitado a la estrella italiana al restaurante Romanoff 's, en Beverly Hills, para darle la bienvenida oficialmente a Estados Unidos. Jayne Mansfield también estaba invitada, pero fue la última en llegar a la fiesta y caminó por la sala cuando todos ya estaban sentados. Llevaba un vestido de satén rosa con la espalda descubierta y un

escote muy bajo y sin sujetador, y se sentó entre Loren y su acompañante, el actor Clifton Webb. La mesa estaba rodeada de fotógrafos, y Mansfield se inclinaba hacia adelante una y otra vez para las cámaras, hasta el punto de que sus pechos casi se salían del vestido. La foto más famosa de la noche muestra a Loren mirando con desprecio el escote de Mansfield, del que sobresale un pezón. La imagen dio la vuelta al mundo con la palabra «censurado» sobre el pecho.

«Nos divertimos —escribió un columnista del periódico— cuando la señorita Mansfield intenta esconder el vientre para llenar mejor su bikini; pero nos enojamos cuando otras mujeres centradas en su carrera, damas de dudosa reputación y ciertas estrellas y actrices [...], aprovechan cualquier oportunidad para mostrar su anatomía sin que nadie se lo pida».[\[5\]](#)

El color en el que solía bañar su voluptuosa figura era el rosa. Cuando le dio el sí a Hargitay —en una capilla de cristal, para que la prensa pudiera verlo todo—, también llevaba un ceñido vestido de novia rosa con lentejuelas y una cola de tul del mismo color de veintisiete metros de largo, que le daba el aspecto de una sirena. En la recepción posterior se sirvió champán rosado.

El mismo rosado brotaba también de una fuente que había instalado en su casa rosa de Los Ángeles. Había comprado el llamado Pink Palace en 1957, y lo decoró a su gusto. Todas las paredes de la villa de cuarenta habitaciones estaban pintadas de rosa. Había pequeños cupidos esparcidos por todas partes y estaban iluminados con luces de neón rosas. En el baño había una bañera en forma de corazón y una alfombra rosas, y en el jardín también había una piscina de ese color en forma de corazón. Hargitay, que

trabajaba como fontanero y carpintero antes de convertirse en culturista profesional, la había construido con sus propias manos. Hay un vídeo en internet —lo he visto con cierto asombro— donde se le ve trabajando en ella. Mansfield está en bikini, claramente embriagada, y entretiene a la prensa, que, por supuesto, tenía que estar invitada a un evento como aquel. La pareja se muestra feliz, un poco como Barbie y Ken, pero más real: sudando, resoplando, como recién salidos de la cama, y también un poco fuera de lugar. Este exceso un tanto embarazoso formaba parte del papel de Mansfield. También en el amor.

Su primer marido se había divorciado de ella a causa de una infidelidad. Hargitay era más indulgente. Mansfield tuvo innumerables aventuras ampliamente cubiertas por la prensa, entre ellas con los dos Kennedy, el productor Enrico Bomba, con el que recorrió Italia en 1962 dándose muestras de cariño en público, o el artista Nelson Sardelli, a quien conoció en Las Vegas. Por él decidió divorciarse de Hargitay. Aun así, antes de que el divorcio se legalizase, se dio cuenta de que estaba embarazada y, como la maternidad ilegítima habría perjudicado su carrera, Hargitay aceptó retrasar la separación. Tan pronto como el niño nació, Mansfield hizo efectivo el divorcio por correo y, un mes más tarde, en septiembre de 1964, se casó con el director Matt Cimber. Los dos se habían conocido durante la producción de la obra de teatro *Bus Stop*, en Yonkers. Después de un año de alcoholismo e infidelidades, este matrimonio también llegó a su fin.

Yonkers, Nueva York. El lugar donde Mansfield conoció a su tercer marido es determinante para su carrera, que, a partir de 1960, cayó en picado. Después de que Mansfield no logrará más éxitos en el

cine, 21th Century Fox la cedió a productoras europeas para películas de serie B. De ahí que conociera a Bomba. A medida que su carrera cinematográfica iba empeorando, se centró en sus actuaciones burlescas en clubes nocturnos, espectáculos de baile y *striptease*.

Estas actuaciones habían sido su principal fuente de ingresos desde el principio. Con su número de *striptease* en el hotel Tropicana de Las Vegas, entre 1958 y 1960, ganó diez veces más que en el cine, y por la apertura de un supermercado o una tienda de muebles recibía cuatro veces más que con sus modestos ingresos como actriz. Esto la puso —a pesar de toda su ambición artística— en una situación complicada: los vergonzosos estragos que destruyeron su carrera cinematográfica fomentaron su fama como *pin-up*, lo que perjudicó su carrera pero financió su lujosa vida. Y el dinero era muy necesario, porque Hargitay subía de vez en cuando con ella al escenario, pero no trabajaba, de modo que Mansfield no solo tenía que alimentar a sus cuatro hijos (uno era de su primer matrimonio), sino también a sus hombres. Y todos ellos llevaban una vida opulenta.

No obstante, la vida desenfrenada, las borracheras y las numerosas fiestas la fueron consumiendo, por lo que los espectáculos y los ingresos también se volvieron más modestos. A veces estaba demasiado borracha para bailar y tenía que agarrarse a algún lugar para desnudarse. A mediados de los años sesenta, con solo treinta años, se había convertido en un chiste, un bicho raro —como decía su antiguo agente— que sorprendía y desconcertaba. Una celebridad de serie B con pechos atómicos que se veía obligada a utilizar estímulos cada vez más fuertes para atraer la atención de

la gente. Aunque, en el fondo, el público solo acudía a verla porque había sido una estrella, una diosa sexual y la segunda Monroe, y porque su destino demostraba a los humanos que los dioses también eran mortales.

Su último compromiso fue el 28 de junio de 1967. Dos actuaciones consecutivas en un club nocturno en Biloxi, Misisipi. En ese momento estaba de gira en el coche con su amante Sam Brody y sus hijos. Cada día se peleaban borrachos en un motel diferente. Eso si no conducían toda la noche para ahorrar algo de dinero, como aquella jornada fatídica en que Mansfield y Brody iban en un coche que este último había tomado prestado de su esposa. Conducía el novio de la hija de Brody. Los niños dormían en el asiento trasero. Tras apenas una hora en la interestatal 10, el conductor, deslumbrado por la publicidad de una estación de servicio, se estrelló contra un camión. Mansfield y los dos hombres murieron. Sus hijos sobrevivieron con tan solo algunas heridas leves.^[6] En el asfalto, los policías encontraron una bufanda rosa y un mechón del pelo rubio de Mansfield. Algunos periódicos escribieron que había sido decapitada. El trágico y último truco publicitario de una vida triste.

En mi opinión, el sentimiento rosa tocó fondo con Mansfield. El lujoso rubor que las mujeres se pintaban en las mejillas para crearse a sí mismas se había convertido en un barniz barato con el que teñirlas e impregnarlas. La mujer hecha a sí misma se había convertido en un objeto, un instrumento de la educación social y del deseo masculino. Y la única salida parecía ser hacerse la víctima de manera aún más consciente, cosificarse aún más, hacerse aún más la indefensa y respirar aún más entrecortadamente, transformarse

en un material todavía más dispuesto para el deseo de los demás.
Una caída trágica, pero sin altura.

LIFE IN PLASTIC, IT'S FANTASTIC

Objetos lacados de rosa. Para mí, estos son los símbolos de este color hasta el día de hoy. Por supuesto, hay algunas excepciones; por ejemplo, el rosa en la comunidad LGTB+, que utiliza el código establecido a principios de siglo contra la estigmatización; la moda Pink Punk de los años setenta, que retoma el *shocking pink* de Schiaparelli, o la supervivencia de esta moda emancipadora de color rosa. Como en el caso de Lady Gaga, que cantó el himno nacional el 20 de enero de 2021, en la ceremonia de investidura del 46.º presidente de los Estados Unidos de América, Joe Biden, y para la ocasión llevaba una llamativa falda rosa y en su blusa negra un broche en forma de paloma dorada de tamaño natural, una bonita réplica a la Mamie Eisenhower y el Pink Think de los años cincuenta. En realidad, estos eventos no aportan nada nuevo, sino que se limitan a repetir los atributos conocidos del color. Otro ejemplo de que la modernidad llegó a su fin en el tercer cuarto del siglo xx, como dicen los historiadores, y desde entonces solo se autorreferencia.[\[1\]](#)

Con el rosa, estas autorreferencias equivalen a una explosión, pero no de los significados, sino solo de las cosas. A medida que la producción en masa y el consumo masivo cobraron impulso, también se multiplicaron las cosas de color rosa en el mundo. Estas cosas

son de color rosa, pero vienen en una variedad infinita de tonos: sandía y flamenco, coral y salmón, rosa pastel y chicle, rosa oscuro y rosa brillante, *rouge* y *blush*, rosa neón y fucsia, rubí y rosa ultra, tuliano y magenta, *rose pink* y *creamy pink* (se habla tanto del *pink* porque, para la producción internacional, se usan los nombres ingleses de los colores). Hay fucsia y cereza, clavel y ladrillo, amaranto, *tuffy*, *punch*, *hot pink*, *lemonade* y muchos más. La industria reconoce 129 tonos de rosa.^[2] Pero no porque describan 129 sentimientos distintos, sino porque así se diversifica la gama de productos de color rosa, que siempre deben ser un poco distintos para que puedan volver a venderse.

La mayor parte de las cosas rosas son, además, de plástico, es decir, de celuloide, seda artificial, viscosa, celofán, PVC, polietileno, polipropileno o poliestireno, sustancias que se obtienen del petróleo o el gas natural mediante un alto consumo de energía y que acaban en la basura en muy poco tiempo. La vida útil media de un producto de plástico es de menos de un mes y muchos de ellos apenas se utilizan treinta minutos.^[3] Por eso, hablar de «vida útil» es un eufemismo. Las cosas se usan brevemente y luego tardan una eternidad en descomponerse. La chatarra de plástico rosa está más tiempo «no muerta» que viva. Su producción mundial se ha multiplicado por ocho en los últimos cincuenta años (ascendió a cuatrocientos millones de toneladas en 2022).^[4] Y las montañas de residuos crecen en consecuencia. El rosa ya no es el color del Espíritu Santo, sino la alfombra de basura en el mar, signo de un nuevo dios al que ahora adoramos.

Es el dios de un hedonismo superficial y de un mundo sin orden ni profundidad. Aquí todo es igual, porque nada importa siempre y

cuando sea divertido y fácil de consumir. Así es *The Meaning Of The Nonsense Of The Meaning* (1999), como dice el artista japonés Takashi Murakami: «El sentido del sinsentido del sentido».[5] Murakami lo ilustra en obras tan frívolas como la cultura que reflejan, sin orden ni perspectiva, sin sentido profundo. Tonterías producidas en serie, artículos de *merchandising* que pueden estar tanto en un museo como en las estanterías de los supermercados. Llama a su arte *superflat* y trabaja principalmente en rosa y azul.[6] Con esto se refiere no solo al material del que está hecha la cultura superplana/superficial, sino también explícitamente a Yves Klein, porque donde Klein veía lo absoluto, el espíritu y la carne animada, Murakami solo ve envolturas vacías: el hombre como bolsa de plástico.

Life in plastic es la quintaesencia de nuestro consumo: lo que consumimos no se queda en el exterior. Al absorberlo, también nos consume y nos apaga a nosotros mismos. «Nos convertiremos en los sofás en los que nos sentaremos», dijo el futurista italiano Umberto Boccioni. Esa es la vida consumidora de las cosas.[7] El consumo masivo de plástico también nos convierte a nosotros mismos en plástico.

Nadie lo ha formulado de forma más pegadiza que el grupo musical Aqua en su canción *Barbie Girl* (1997): «Life in plastic, it's fantastic».[8] Aqua representa una forma de eurodance que se llama bubblegum —como el color rosa chicle— por sus textos rosas y sus ritmos pegadizos, y de hecho la Barbie de la canción, la muñeca rosa por excelencia, no es solo el emblema de nuestra cultura hedonista de consumo: también simula —y ese es el triste secreto de su inmenso éxito— la vida de todos nosotros. Me di cuenta de esto

cuando vi la película de Greta Gerwig de 2023, *Barbie*. Nos muestra un mundo en que el sol, como un foco de estudio, permanece siempre inmóvil en el cielo, y en el que la playa de resina rosa bordea un mar de plástico cuyas olas rígidas golpean la cabeza de Ken cuando, por una vez, ya no solo quiere estar en la playa sin más, sino sumergirse realmente en el agua.

Y aunque este mundo es rosa, me recuerda mucho al gris que se atribuye a nuestra vida cotidiana. Porque Barbieland es un mundo de experiencias prefabricadas en el que siempre se viven las mismas rutinas: un espacio experiencial esquemático de entretenimiento y comodidad. Una pastelería del aburrimiento. La vida rosa se vuelve gris si no es más que un producto de diversión.

Pero Barbie se escapa de esa vida. Quiere el mundo real, lo imperfecto, la casualidad y la sorpresa, el envejecimiento y la fugacidad. Un ejemplo de esto es la escena más importante para la directora: Barbie se sienta en un banco junto a una anciana después de escapar y ambas se miran.^[9] Se comparan. A un lado, el cuerpo delgado y terso de Barbie; en el otro, el cuerpo marcado por la vida de la anciana. A un lado, las manos elegantes, que no conocen la aspereza ni la suciedad; en el otro, las articulaciones y los dedos curtidos por el paso del tiempo. A un lado, el rostro impecablemente liso; en el otro, las numerosas arrugas a consecuencia de la risa y las preocupaciones. «¡Es usted tan bonita!», le dice Barbie a su vecina. «Lo sé», responde ella. Entonces las dos se iluminan.

A diferencia de Barbie, no tenemos que escapar de nuestro mundo rosa para cambiar nuestra vida, porque hay suficientes elementos en la historia del color que pueden darnos otros impulsos. Esto incluye una dimensión espiritual que da orden y profundidad a nuestra

existencia, y un sentido de comunidad, un alegre optimismo que reconoce que el sol no solo sale, sino que se pone, y por lo tanto también nosotros podemos soportar una derrota. El sentimiento rosa incluye una noción del hogar y de otros lugares donde la felicidad y el mundo se superponen, pero también la voluntad de crearlos para los demás. Y a esto se añade una actitud positiva ante la vida que se opone a los grises cotidianos, que no vive con miedo y preocupaciones por el futuro, sino que se relaja en el aquí y ahora. El sentimiento rosa se manifiesta en las fluctuaciones de la existencia, en la capacidad de conjurar, entre sus contradicciones y crueldades, una mirada al mundo que ve lo maravilloso en lo cotidiano: *La vie en rose* entre la basura y el polvo. El sentimiento rosa no solo afecta al mundo y a los demás, también es una idea de nosotros mismos. Nos asegura que podemos convertirnos en la persona que queremos ser: la vanguardia y no la retaguardia, mejor verdugo que víctima, y que está bien escandalizar a los demás cuando es necesario. Pero también nos muestra que alcanzar nuestros objetivos es más fácil si tratamos de ayudar a los demás en vez de limitarnos a beneficiarnos de ellos. Ser una *amie nécessaire*, una amiga necesaria, es la mejor forma de no convertirse en un mero instrumento para las pasiones y los fines ajenos. Si lo logramos, nuestra vida ya no será gris y nuestro futuro será rosa.

Del Neolítico a Barbie: el libro definitivo sobre el color más amado y odiado del mundo.



Los pintores veían en el color rosa la encarnación del espíritu. Para Yves Klein representaba el color del vuelo de regreso tras explorar el absoluto con su azul ultramarino. Madame Pompadour fue la primera en convertir el rosa en símbolo de las mujeres seguras de sí mismas. La diseñadora de moda Elsa Schiaparelli inventó el *shocking pink*. Stuart Semple el «Rosa más rosa» del mundo. Los poetas envolvieron a las parejas de enamorados en nubes rosas para protegerlos de la crueldad del mundo.

Más tarde, este color cayó en desgracia, se convirtió en un símbolo de las amas de casa conservadoras con Mamie Eisenhower y, más recientemente, con Barbie, en un pigmento del color del consumo de plástico ilimitado. La industria conoce ahora 129 tonos de rosa: desde el rosa chicle hasta el tuliano, desde el *blush* hasta el punch,

desde el *lemonade* hasta el fucsia, desde el amaranto hasta el rosa clavel...

A través de las páginas de este espléndido ensayo, Björn Vedder nos conquista con todos los tonos de un color lleno de historias.

La crítica ha dicho:

«Escrito en un tono relajado y elocuente, ligero como un merengue rosa. Vedder despierta el apetito por este color y su magia».

Eva Gaeding, *MDR Kultur*

«Una lectura inspiradora que transforma el gris de la vida cotidiana en irosa!».

Karoline Pilcz, *Buchkultur*

«Saca a la luz todo tipo de datos reveladores».

Gunter Blank, *Rolling Stone*

«El encantador viaje rosa de Björn Vedder nos invita a mirar los colores de nuestra vida cotidiana de una manera completamente diferente, más aguda».

Manfred Hitzeroth, *Oberhessische Presse*

«El pequeño libro de Björn Vedder nos guía con elegancia y hondas reflexiones a través de la larga historia de este color tan inspirador».

Erhard Schütz, *Der Freitag*

Björn Vedder (Brakel, 1976) es escritor, filósofo y comisario de exposiciones. Estudió literatura y filosofía en las universidades del Ruhr en Bochum, Humboldt de Berlín y Bielefeld, donde obtuvo en 2008 el doctorado con una tesis sobre el escritor y traductor Wilhelm Heinse. Su labor intelectual abarca la crítica de arte, la reflexión filosófica y la interpretación literaria, ámbitos en los que destaca por su mirada ética y social sobre la cultura contemporánea. Ha publicado los ensayos *Rich Mob, Fathers of the Future* y *olidary Bodies* (Büchner-Verlag), en los que explora temas como la comunidad, la responsabilidad y la relación entre arte y sociedad. Además, imparte conferencias, modera encuentros culturales y colabora como curador en proyectos artísticos internacionales



Título original: *Rosa. Vom Zauber einer Farbe* por Björn Vedder

Primera edición: marzo de 2026

© 2025, HarperCollins, por Verlagsgruppe Harper Collins Deutschland GmbH,
Hamburg

Los derechos de la traducción han sido gestionados por Ute Körner Literary Agent

© 2026, Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U.

Travessera de Gràcia, 47-49. 08021 Barcelona

© 2026, Irene Jové Blaya, por la traducción

Diseño de la cubierta: Penguin Random House Grupo Editorial

Penguin Random House Grupo Editorial apoya la protección de la propiedad intelectual. La propiedad intelectual estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Gracias por comprar una edición autorizada de este libro y por respetar las leyes de propiedad intelectual al no reproducir ni distribuir ninguna parte de esta obra por ningún medio sin permiso. Al hacerlo está respaldando a los autores y permitiendo que PRHGE continúe publicando libros para todos los lectores. De conformidad con lo dispuesto en el art. 67.3 del Real Decreto Ley 24/2021, de 2 de noviembre, nos reservamos expresamente la reproducción y el uso de esta obra y de todos sus elementos mediante medios de lectura mecánica y otros medios adecuados a tal fin. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita reproducir algún fragmento de esta obra.

En caso de necesidad, contacte con:

seguridadproductos@penguinrandomhouse.com

ISBN: 978-84-306-2825-4

Compuesto en: www.acatia.es

Facebook: PenguinEbooks

Facebook: tauruseditorial

X: @tauruseditorial

Instagram: @penguinlibros

Youtube: penguinlibros

Spotify: penguinlibros

«Para viajar lejos no hay mejor nave que un libro».

EMILY DICKINSON

Gracias por tu lectura de este libro.

En **penguinlibros.club** encontrarás las mejores
recomendaciones de lectura.

Únete a nuestra comunidad y viaja con nosotros.



penguinlibros.club



Penguin
Random House
Grupo Editorial

   penguinlibros

INTRODUCCIÓN

[1] La exposición se llamaba *Rosa sehen statt untergehen*. Se pudo ver desde el 10 de diciembre de 2022 hasta el 10 de enero de 2023 en la Pop-up Gallery de Berlín, en el 196 de Hohenzollerndamm. En la exposición participaron los artistas Kelli Ali, Pedro Almohada, Christy Astuy, Julia Avramidis, Fiona Bennett & Yarah Bravo, Armin Boehm, Nana Dix, Marieli Fröhlich, Esther Haase, Alicia Henry, Heli Hinkel, Siggie Hofer, Christian Hutzinger, Luisa Hübner, Ismene, Cathy Jardon, Jenny Jürgens, Maryam Kehani, Alexandra Kordas, William Mackrell, Anna Meyer, Michael Müller, Mari Otberg, Justine Otto, Lukas Pusch, Susi Pop, Gerwald Rockenschaub, Christian Ruschitzka, Elisabeth von Samsonow, Erik Schmidt, Sophia Süßmilch, Christian Stock, Anny Wass, Letizia Werth, Nives Widauer, Erwin Wurm, Jan Kath, Natascha Madeiski, Maison Marcel, MONBRÉE, ROSA MOSA, Alexandra Pruscha, Starstyling, MeiHuiLiu.

[2] Galeno, «Über die Unverdrossenheit», en *Gelassenheit*, trad. del griego al alemán y editada por Kai Brodersen, Stuttgart, 2019, pp. 7-30, aquí: pp. 9 y ss.

[3] Homero, *Odisea*, 2,1.

[4] Peter Fox, *Zukunft Pink*, BMG, 2022.

[5] «Yeah, pink, it's like red but not quite» («Sí, rosa, es como el rojo pero no del todo»). Aerosmith, *Pink*, Columbia, 1997.

[6] La comparación del amante idealizado con una rama que se coloca en una salina y se cubre con mil cristales para que brille como una joya proviene de Stendhal, *Über die Liebe*, trad. al alemán de Günther Steinig, Berlín, 1999, pp. 20 y ss. [1822].

[7] Terencio, *Andria*, I, 3.

[8] Édith Piaf, *La vie en rose*, Columbia, 1947.

[9] Disponible en <www.youtube.com/watch?v=hVgPGLoItgM>.

[10] Erin Blakemore, «Pink. Von der ältesten Farbe der Welt zu Barbies Traumhaus», *National Geographic*, 28 de julio de 2023; disponible en <www.nationalgeographic.de/geschichte-und-kultur/2023/07/pink-aelteste-farbe-der-welt-barbies-traumhaus-kleidung-gesellschaft>; Goethe, «Römische Elegien»,

en *Werke. Jubiläumsausgabe*, vol. I, *Gedichte. West-östlicher Divan*, ed. Hendrik Birus y Karl Eibl, Frankfurt/Main, 1998, pp. 86-103, aquí: pp. 102 y ss.

[11] «Mi arco he puesto en las nubes, el cual será por señal de mi pacto con la tierra», dice, por ejemplo, el libro del Génesis (9:13).

[12] @MileyCyrus, X, 1 de marzo de 2018; disponible en <<https://x.com/MileyCyrus/status/969276656283078656?lang=es>>.

[13] Peter Sloterdijk, *Wer noch kein Grau gedacht hat. Eine Farbenlehre*, Berlín, 2022. [Hay trad. cast.: *Gris. El color de la contemporaneidad*, Madrid, Siruela, 2024].

[14] Michael Ende, *Momo*, Stuttgart, 1973, p. 169. [Hay trad. cast.: *Momo*, Alfaguara, Madrid, 2007].

[15] Maurice Merleau-Ponty, «Das Auge und der Geist», en *Das Auge und der Geist. Philosophische Essays*, ed. y trad. de Hans Werner Arndt, Reinbek bei Hamburg 1967, p. 13-43, aquí: p. 39 [1960].

1. AL PRINCIPIO FUE EL ROSA

[1] Friedrich Nietzsche, «Ecce Homo, 1, Warum ich so klug bin», en *Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe in 15 Bänden*, ed. de Giorgio Colli y Mazzino Montinari, vol. 6, Múnich, 1980, p. 281. [Hay trad. cast.: *Ecce homo. Cómo se llega a ser lo que se es*, Madrid, Alianza, 2023].

2. VISITACIÓN EN ROSA

[1] Véase el artículo «Symbolik der Farben, Formen, Zahlen», en *Lexikon der Kunst*, vol. 4, ed. de Ludger Alscher *et al.*, Leipzig, 1977, pp. 763 y ss.

3. AL OTRO LADO DEL CIELO: EL ROSA DEL AZUL

[1] Véase Hannah Weitemeier, *Yves Klein. 1928-1962. Internationales Klein Blau*, Colonia, 2016, p. 8.

[2] Yves Klein recibió la patente n.º 63.471 por su mezcla de color *International Klein Blue* el 19 de mayo de 1960.

[3] Weitemeier, *Yves Klein, op. cit.*, p. 33 y ss.

[4] *Goethe's Werke*, vol. 35, *Beiträge zur Optik. Versuch, die Elemente der Farbenlehre zu entdecken. Zur Farbenlehre: didaktischer und polemischer Teil*, Berlín, 1868, p. 287.

[5] Kai Kupferschmidt, *Blau. Wie die Schönheit in die Welt kommt*, 4.ª ed., Hamburgo, 2020, p. 83.

[6] Véase Paul Nyzam, «Le Rose du Bleu [The Pink of Blue] (RE 22)»; disponible en www.yvesklein.com/en/archives?sh=Le+Rose+du+Bleu+#/en/archives/view/article/4/le-rose-du-bleu-the-pink-of-blue-re22?sh=Le%20Rose%20du%20Bleu%20&sb=_created&sd=desc.

[7] Johann Wolfgang Goethe, «Einwirkung der neueren Philosophie», en *Sämtliche Werke*, vol. 6, *Versepen, Schriften, Maximen und Reflexionen*, ed. de Friedmar Apel et al., Frankfurt/Main, 1998, pp. 405-409, aquí p. 406.

4. MÁS ALLÁ DEL ARCOÍRIS

[1] La definición del concepto como tensión entre dos extremos es de Baltasar Gracián, *Arte de ingenio. Tratado de la agudeza*, Madrid, 1642. Véase Johanna Schumm, *Witz und Fülle. Oder was heißt barock? Eine Untersuchung entlang der Schriften Baltasar Graciáns*, Constanza, 2024, pp. 81-150, especialmente pp. 120 y ss.

5. AVISO: CINCUENTA SOMBRAS DE ROSA

[1] Ludwig Wittgenstein, «Bemerkungen über die Farben», en *Werkausgabe*, vol. 8: *Bemerkungen über die Farben. Über Gewissheit. Zettel. Vermischte Bemerkungen*, ed. de Joachim Schulte, 7.^a ed., Frankfurt/Main, 1997, Parte 3, n.º 35.

[2] Georg Christoph Lichtenberg a Johann Wolfgang Goethe, 7 de octubre de 1793, en *Schriften und Briefe*, vol. 4, *Briefe*, ed. de Wolfgang Promies, 6.^a ed., München, 1998, pp. 854-859, aquí p. 856.

7. EL OPTIMISMO DE LA AURORA

[1] Véase Susan Dominus, «Sunshine is Harbinger of Optimism», *New York Times*, 8 de marzo de 2009.

[2] DJ Antoine, *La vie en rose*, J Def Music Publishing, 2017.

[3] Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Werke*, vol. 7, *Grundlinien der Philosophie des Rechts. Oder Naturrecht und Staatswissenschaft im Grundrisse. Mit Hegels eigenhändigen Notizen und den mündlichen Zusätzen*, ed. de Eva Moldenhauer y Karl Markus Michel, Frankfurt/Main, 1986, p. 355 y ss., aquí p. 356, § 203, apéndice [1831].

[4] Citado en Edgar Cabanas, Eva Illouz, *Das Glücksdiktat. Und wie es unser Leben beherrscht*, trad. al alemán de Michael Adrian, Berlín, 2019, e-book.

[5] Hegel, *Grundlinien der Philosophie des Rechts*, *op. cit.*, p. 356, § 203, apéndice.

[6] Johann Wolfgang von Goethe, «Geschichte Gottfriedens von Berlichingen mit der eisernen Hand. Dramatisiert», en *Werke. Jubiläumsausgabe*, vol. 2, *Dramen. Novellen*, ed. de Dieter Borchmeyer *et al.*, Frankfurt/Main, 1998, pp. 9-116, aquí p. 76.

[7] Homero, *Odisea*, 2,1. Peter Fox, *Zukunft Pink*, BMG, 2022.

8. EL SALTO DE TODOS LOS SALTOS

[1] Claude Lanzmann, «Vorwort», en *Das Grab des göttlichen Tauchers. Ausgewählte Texte*, trad. al alemán de Erich Wolfgang Skwara, Reinbek bei Hamburg, 2015, pp. 11-23, aquí p. 12.

[2] Sören Kierkegaard, «Abschließende unwissenschaftliche Nachschrift zu den Philosophischen Brocken. Erster Teil», en *Gesammelte Werke*, vol.16, ed. de Emanuel Hirsch, trad. al alemán de Hans Martin Junghans, 3.^a ed., München, 1994, pp. 179-243, aquí p. 194 y ss.

[3] Fotografiado por Harry Shunk y John Kender.

[4] Gottfried August Bürger, *Wunderbare Reisen zu Wasser und Lande, Feldzüge und Lustige Abenteuer des Freiherrn von Münchhausen. Mit 16 Federzeichnungen von Theodor Hosemann*, epílogo de Max Lüthi, Zürich, 1978, p. 65 y ss.

[5] Arthur Schopenhauer, *Aphorismen zur Lebensweisheit*, Berlín, 1851 (nueva edición, Leipzig, 2013), p. 22.

9. LUZ ROSA EN ARGENTEUIL

[1] Emanuele Coccia, *Das Zuhause. Philosophie eines scheinbar vertrauten Ortes*, trad. de Andreas Thomsen, München, 2022, p. 23.

[2] Véase Ortrud Westheider, «Impressionismus. Die Kunst der Landschaft», en Michael Philipp (ed.), *Impressionismus. Die Kunst der Landschaft*, München, 2017, pp. 10-25. La serie que empezó poco después de *Raureif* con pajareras o nenúfares muestra el efecto de luz infinitamente variable en un objeto casi neutro. Pero el objeto más neutro es el paisaje nevado, porque es blanco como el lienzo. Por ello, obras como *Raureif* ocupan un lugar central en la prehistoria de estos estudios. Véase al respecto Nancy Ireson, «Impressionistische Schneelandschaften. Einflüsse aus Literatur und Wissenschaft», ibídem, pp. 38-47.

[3] En el poema «Andenken», Friedrich Hölderlin, *Sämtliche Werke und Briefe*, vol. 1, *Gedichte*, ed. de Günter Mieth, Berlín, 1995, p. 491.

[4] Véanse las descripciones de arrojo, aburrimiento y miedo en Martin Heidegger, *Sein und Zeit*, 18.^a edición, Tübinga, 2001, §§ 29 y ss., 40 y ss.; Peter Sloterdijk, *Wer noch kein Grau gedacht hat*, op. cit., pp. 43 y ss.

10. PARAÍSOS ROSAS O LA CAPILLA JUNTO AL MAR

[1] Citado en Gilles Néret, *Henri Matisse*, trad. al alemán de Bettina Blumenberg, Colonia, 2006, p. 8.

[2] La primera descripción es del poeta antiguo Hesíodo en su poema épico *Trabajos y días*, pp. 109 y ss.

[3] El «Paradies der dicken Damen» [«El paraíso de las señoras gordas»] fue el título de trabajo de la novela *Die Dämonen* (1956), de Heimito von Doderer. Las mujeres gordas también forman allí un tipo ideal femenino.

[4] Néret, *Henri Matisse*, *op. cit.*, p. 170.

[5] En una conversación con Louis Aragon, dijo: «Debo estar tan penetrado por mi sujeto, tan impregnado, que puedo dibujarlo con los ojos cerrados [...]. Mi trabajo es absorber cosas». («Il faut que je sois si pénétré, si imprégné de mon sujet, que je le puisse dessiner les yeux fermés [...]. Mon travail consiste à m'imbiber des choses»), Louis Aragon, *Henri Matisse*, París, 1972, p. 227.

[6] Néret, *Henri Matisse*, *op. cit.*, p. 165.

[7] «I should like to write fleur-tation, because it's rather as if we were throwing flowers at each other's faces, rose petals», carta a André Rouveyre, abril de 1947, cit. en Alastair Sooke, *Henri Matisse. A Second Life*, Londres, 2014, p. 51 y ss.

[8] Néret, *Henri Matisse*, *op. cit.*, p. 169.

[9] «... qu'un bouchon j'ai dansé sur le flots». Arthur Rimbaud, «Le bateau ivre», en *Oeuvres*, texto establecido por Paul Hartmann, París, 1958, pp. 110-114.

[10] Slavoj Žižek, *Die gnadenlose Liebe*, trad. al alemán de Nikolaus G. Schneider, Frankfurt/Main 2001, pp. 51 y ss.

[11] Citado en Néret, *Henri Matisse*, *op. cit.*, p. 7.

[12] Citado en Rebecca Spence, «Matisse and the Nun», *artnews*, 1 de diciembre de 2005. Disponible en <www.artnews.com/art-news/news/matisse-andthe-nun-132/>.

[13] Citado en Néret, *Henri Matisse*, *op. cit.*, p. 226.

[14] Ibídem, p. 236.

[15] Citado en los textos murales del museo de la capilla del Rosario de Vence.

11. LA VIE EN ROSE

[1] Myriam Chimènes, Josette Alviset, *La vie musicale sous Vichy*, París, 2001, p. 302.

[2] Citado en Klaus Lippegaus, «Edith Piaf. Glück muss man mit Tränen bezahlen», *Deutschlandfunk*, 19 de diciembre de 2015, disponible en <<https://www.deutschlandfunkkultur.de/edith-piaf-glueck-mussman-mit-traenen-bezahlen-100.html>>.

[3] «Des nuits d'amour à plus finir/Un grand bonheur qui prend sa place/Des ennuis, des chagrins s'effacent/Heureux, heureux à en mourir/Quand il me prend dans ses bras/Qu'il me parle tout bas/Je vois la vie en rose». Édith Piaf, *La vie en rose*, Columbia, 1947.

[4] Citado en Katja Iken, «Sängerin Edith Piaf. Meine Chansons, das bin ich», *Der Spiegel*, 18/12/2015. Disponible en <<https://www.spiegel.de/geschichte/edith-piaf-der-spatz-von-paris-a-1067653.html>>.

[5] Citado en Lippegaus, «Edith Piaf. Glück muss man mit Tränen bezahlen», *op. cit.*

[6] Sobre lo sentimental, véase Friedrich Schiller, «Über naive und sentimentalische Dichtung», en *Sämtliche Werke in fünf Bänden, Bd. V, Erzählungen und theoretische Schriften*, ed. de Wolfgang Riedel, Múnich, 2004, pp. 694-780, la cita está en la p. 711.

[7] Boris Vian, *Der Schaum der Tage*, trad. al alemán de Antje Pehnt, revisada por Klaus Völker, 4.^a ed., Berlín, 2006, p. 43. [Hay trad. cast.: *La espuma de los días*, Madrid, Alianza, 2015].

[8] Ibídem, pp. 43 y ss.

[9] Vian, *Der Schaum der Tage*, *op. cit.*, p. 90.

[10] C. Plinio el Viejo, *Naturgeschichte*, vol. 7, trad. al alemán de Gottfried Große, Frankfurt/Main, 1785, p. 140 (§ 37).

[11] C. Plinio el Viejo, *Naturkunde*, latín-alemán, vol. 25, *Medizin und Pharmakologie: Heilmittel aus wild wachsenden Pflanzen*, ed. y trad. al alemán de Roderich König, en colaboración con Joachim Hopp y Wolfgang Glöckner, Zúrich, Düsseldorf 1996, pp. 62, 144.

[12] Véase, por ejemplo, el idilio de Teócrito «Hylas», en Teócrito, *Bion und Moschos*, trad. al alemán de E. Mörike y F. Notter, Stuttgart, 1883, pp. 37 y ss.

[13] Vladimir Nabokov, *Lolita. Roman*, trad. al alemán de Helen Hessel *et al.*, 11.ª edición, Reinbek bei Hamburg, 1959, p. 25 [1955]. [Hay trad. cast.: *Lolita*, Barcelona, Anagrama, 2016.]

[14] Citado en Renate Maurer, «Chloé und der Seerosentod. Boris Vians surreale schwarze Poesie und die Folgen», Deutschlandradio Kultur, 23 de junio de 2009.

[15] Ibídem.

[16] André Gide, *Les Caves du Vatican*, París, 1914. [Hay trad. cast.: *Los sótanos del Vaticano*, Madrid, Alianza, 2013].

[17] Karl Jaspers, *Die Atombombe und die Zukunft des Menschen. Politisches Bewußtsein in unserer Zeit*, Múnich, 1960, p. 17.

[18] Serge Gainsbourg, «Par hasard et pas rasé», en *Vu de l'extérieur*, Philips, 1973.

[19] Véase Uwe Lehmann-Brauns, *Benns letzte Lieben. Mit Originalbriefen von Gottfried Benn*, Berlín, 2019.

12. INTERMEZZO SOBRE LA PSICOLOGÍA DEL COLOR

[1] Julian Limmer, «Kunstprojekt am Ostbahnhof: Münchner Kollektiv streicht Tunnel rosa», *Münchner Merkur*, 18 de agosto de 2023, disponible en <www.merkur.de/lokales/muenchen/kunst-am-ostbahnhofmuenchner-kollektiv-streicht-tunnel-rosa-92468744.html>.

[2] Eva Heller, *Wie Farben wirken. Farbpsychologie, Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung*, Reinbek bei Hamburg, 1989, pp. 115-128.

[3] Gregor Wakounig, «Kirschblüten im Yasukuni-Schrein», *Jungle World*, 2020/36. Disponible en <<https://jungle.world/artikel/2020/36/kirschblueten-im-yasuku-ni-schrein>>.

[4] Axel Buether, *Die geheimnisvolle Macht der Farben. Wie sie unser Verhalten und Empfinden beeinflussen*, Múnich, 2020.

[5] Max Lüscher, *Lüscher-Test*, Basilea, 1969.

[6] «When your urge's *Mauve*, [go to] the Café International on Sunset Boulevard. The location offered supper, drinks, and the ability to watch boy-girls who necked and sulked», Jack Lord y Lloyd Huff, *How to sin in Hollywood*, Los

Ángeles, 1940, p. 8. *Mauve* o *Malve*, como se llama el color en alemán, es un color de la familia del color rosa.

[7] Felicitas Kock, «Pink gegen Aggression. Rosa Gefängniszellen in NRW», *Süddeutsche Zeitung*, 28 de febrero de 2012. Disponible en <<https://www.sueddeutsche.de/panorama/rosa-gefaengniszellenin-nrw-paint-it-pink-1.1294204>>; Andreas Maurer, «Carlos sieht rosarot. Weshalb die beruhigende Wirkung pinker Zellen ein Mythos ist», *Aargauer Zeitung*, 26 de octubre de 2019, <www.aargauerzeitung.ch/schweiz/carlossieht-rosarot-weshalb-die-beruhigende-wirkung-pinker-zellen-ein-mythos-ist-ld.1163298>.

[8] Sin autor, «Böser Verdacht. Rosa Riese. Im Knast Frau vergewaltigt?», *Berliner Zeitung*, 9 de septiembre de 2010.

13. CAMBIO DE COLOR: DEL «PEQUEÑO ROJO» AL PATRIOTISMO EN AZUL MARINO

[1] Edwards-Dujardin, *Rosa*, op. cit., p. 22.

[2] Joseph Siffred Duplessis, *Portrait Charles-Claude, Graf von Angiviller*, 1778, y Edwards-Dujardin, *Rosa*, op. cit., p. 82.

14. ROSE DE POMPADOUR

[1] Evelyne Lever, *Madame de Pompadour. Eine Biographie*, trad. al alemán de Annalisa Viviani, 3.^a ed., Múnich, Zúrich, 2011, p. 45 y ss.

[2] Jean-Nicolas Dufort de Cheverny, introductor de los embajadores bajo el reinado de Luis XV, describió a madame Pompadour desde 1751 como la «amie nécessaire» del rey. Véase Jean-Pierre Guicciardi (ed.), *Mémoires de Jean Nicolas Dufort de Cheverny. La Cour de Louis XV*, París, 1990, p. 272. Citado en Eva K. Dade, «Die Marquise de Pompadour und die auswärtigen Diplomaten am Hof in Versailles», en *Zeitenblicke* 8 (2009), n.º 2, párrafo 8, disponible en <www.zeitenblicke.de/2009/2/dade>. El artículo es un resumen hecho por la

autora de su libro *Madame de Pompadour. Die Mätresse und die Diplomatie*, Colonia, Viena, 2010.

[3] Cassandra Albinson, «The Color of Love. Pink and Sensibility in Pompadour at Her Toilette», en *Madame de Pompadour. Painted Pink*, New Haven y Londres, 2022, pp. 24-46, aquí p. 29 y ss.

[4] Dade, «Die Marquise de Pompadour und die auswärtigen Diplomaten am Hof in Versailles», *op. cit.*, párr. 5.

[5] *Ibíd.*, párr. 6.

[6] «Aux audiences qu'il leur accorde, il se contente de remuer les lèvres, pour faire la démonstration d'avoir répondu. [...] Il ne fait jamais l'honneur aux étrangers de leur parler. Lorsqu'ils lui sont présentés, à peine daigne-t-il de les saluer. Souvent même, il passe sans les avoir regardés». Anton Wenzel von Kaunitz-Rietberg, «Mémoire sur la cour de France», en *La revue de Paris*, 11/13 (1904), pp. 441-454 y pp. 827-847, aquí p. 446. Citado en Dade, «Die Marquise de Pompadour und die auswärtigen Diplomaten am Hof in Versailles», *op. cit.*, párrafo 16.

[7] Denis Diderot, Art. «Autorité Politique – Politische Autorität», en Jean Le Rond d'Alembert, Denis Diderot *et al.*, *Enzyklopädie. Eine Auswahl*, ed. e intr. de Günter Berger, trad. al alemán de Günter Berger, Theodor Lücke e Imke Schmidt, Frankfurt/Main, 2013, pp. 63-69, aquí p. 63 [1751].

[8] Cicerón, *De oratore*, II, 36.

[9] Reinhart Koselleck, «Historia Magistra Vitae. Über die Auflösung des Topos im Horizont neuzeitlich bewegter Geschichte», en *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten*, Frankfurt/Main, 1979, pp. 38-66; Peter Sloterdijk, *Die schrecklichen Kinder der Neuzeit. Über das anti-genealogische Experiment der Moderne*, Berlín, 2014, pp. 31 y ss.

15. SHOCKING PINK

[1] «Your thighs are appletrees / whose blossoms touch the sky». William Carlos Williams, «Portrait of a Lady», en *Die Worte, die Worte, die Worte. Gedichte*, trad. al alemán de Hans Magnus Enzensberger, Berlín, 2016, p. 10 y ss.

[2] Disponible en <www.brandenburg-preussen-museum.de/museum/lieblingsobjekte/die-farbe-rot.html>.

[3] Edwards-Dujardin, *Rosa, op. cit.*, pp. 90 y ss.

[4] F. Scott Fitzgerald, *The Great Gatsby*, Nueva York, 1925, p. 146. [Hay trad. cast.: *El gran Gatsby*, Barcelona, Debolsillo, 2008].

[5] Karen Genschow, *Frida Kahlo. Leben, Werk, Wirkung*, Frankfurt/ Main, 2007, p. 120.

[6] Citado en Geoffrey Hellman y Harold Ross, «Ribbon around a Bomb», en *The New Yorker*, 12 de noviembre de 1938, disponible en <www.newyorker.com/magazine/1938/11/12/ribbon-around-bomb>.

[7] Alexandra Wach, «Elsa Schiaparelli und die Surrealisten. Gehört der Schuh auf den Kopf? Wohin sonst?», *Monopol*, 28 de octubre de 2022, disponible en <<https://www.monopol-magazin.de/elsa-schiaparelli-surrealisten-paris-gehoert-der-schuh-auf-den-kopfwohin-sonst>>; Kassia St. Clair, «Elsa Schiaparelli and the power of shocking pink», *Elle Decoration*, 16 de septiembre de 2020, disponible en <www.elledecora tion.co.uk/decorating/colours/a34011671/elsa-schiaparelli-shocking-pink/>.

[8] Foto de Cecil Beaton, *Vogue*, 1 de junio de 1937, disponible en <<https://worldofwallis.wordpress.com/2020/04/12/the-windsor-style-wallis-and-the-lobster/>>.

[9] «Illusion and truth are twin children who have swapped their pink and blue ribbons so often that if we were to call each by the name of the color it would cause them to be mocked, even if it turned out that I was right». Claude Cahun, *Disavowals. Or Cancelled Confessions*, Suzanne Malherbe (ed.), trad. al inglés de Susan De Muth, Cambridge, Mass. 2007, p. 132.

[10] Disponible en <<https://fashionhistory.fitnyc.edu/1938schiaparelli-tears-dress/>>.

[11] Angelika Hager, «Elsa Schiaparelli – die größte Exzentrikerin in der Modegeschichte», en *Profil*, 11 de enero de 2014, disponible en <www.profil.at/gesellschaft/elsaschiaparelli-exzentrikerin-modegeschichte-371461>.

[12] Madonna, «Material Girl», en *Like a Virgin*, Warner Bros, 1984.

[13] Charlotte Roche, *Feuchtgebiete*, 8.ª ed., Colonia, 2008, p. 123.

16. LA RESTAURACIÓN ROSA: *THINK PINK* CON MAMIE EISENHOWER

[1] Véase la exposición en el National Museum of American History, disponible en www.si.edu/object/mamie-eisenhowers-1953-inaugural-ballgown:nmah_515496.

[2] Algunos de sus extravagantes modelos de calzado se pueden encontrar en www.metmuseum.org/art/collection/search?q=delman.

[3] Véase la exposición en el National Museum of American History, www.si.edu/object/shoes-pair:nmah_491216.

[4] Disponible en https://en.wikipedia.org/wiki/Mamie_Eisenhower.

[5] Más información en el Museo de la Casa Blanca, véase nps.gov/museum/exhibits/eise/Mamie/personal_interests/EISE3765_scale4.html.

[6] Véase Lynn Peril, *Pink Think. Becoming a Woman in Many Uneasy Lessons*, Nueva York, Londres, 2002.

[7] En una encuesta realizada a grandes almacenes estadounidenses en 1927, estos se mostraron indecisos sobre qué color coincidía con qué sexo. Una mitad decía que el rosa era para chicas, la otra pensaba que el rosa era para chicos. Véase el comentario sobre la exposición *Pink. The History of a Punk, Pretty, Powerful Color* del New Yorker Fashion Institute of Technology, disponible en <https://www.fitnyc.edu/museum/exhibitions/pink.php>.

[8] «Arme Schlucker», en *Der Spiegel*, n.º 4, 1970, disponible en www.spiegel.de/kultur/arme-schlucker-a-e22f10c8-0002-0001-0000-000045293036.

17. *TRADWIVES*

[1] Disponible en www.instagram.com/reel/CtkMt0Cg5Uc/?igsh=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D.

[2] El nombre técnico del color es Pantone 219c. Para el derecho de marca, véase <https://trademarklawyermagazine.com/does-mattel-own-pink/>.

[3] https://de.wikipedia.org/wiki/Hello_Kitty#cite_note-15.

18. TURBANTES ROSAS O YVES SAINT LAURENT Y LA PANTERA ROSA

[1] Véase la exposición *Pink* en el museo del Fashion Institute of Technology de Nueva York.

[2] <[https://stylerebelles.com/13-dinge-die-sie-uber-simone-debeauvoirs-
kleidung-noch-nicht-wussten/](https://stylerebelles.com/13-dinge-die-sie-uber-simone-debeauvoirs-kleidung-noch-nicht-wussten/)>.

[3] Simone de Beauvoir, *Die legendären Gespräche mit Alice Schwarzer*, Zürich, 2022, p. 52.

[4] Se crearon otras ocho comedias policiacas, todas las cuales se incluyen en la serie de *La Pantera Rosa: Un disparo en la oscuridad* (1964), *Inspector Clouseau, el rey del peligro* (1968), *El regreso de la Pantera Rosa* (1975), *La Pantera Rosa ataca de nuevo* (1976), *La venganza de la Pantera Rosa* (1978), *Tras la pista de la Pantera Rosa* (1982), *La maldición de la Pantera Rosa* (1983) y *El hijo de la Pantera Rosa* (1993). En 2006 y 2009 aparecieron dos *remakes* estadounidenses de la serie: *La Pantera Rosa* y *La Pantera Rosa 2*. Pero en todas estas producciones el rosa no ocupa un lugar importante; de hecho, en muchas de ellas ni siquiera aparece el diamante del mismo nombre.

19. LA PIN-UP ROSA

[1] Charles G. Martignette, Louis K. Meisel, *The Great American Pin-Up*, Los Angeles, 2011. Citado en Lisa Hix, «Pin-Up Queens: Three Female Artists Who Shaped the American Dream Girl», *Collectors Weekly*, 22 de mayo de 2013. Disponible en <www.collectorsweekly.com/articles/female-artists-whoshaped-the-american-dream-girl/>.

[2] «Men want a girl to be pink, helpless, and do a lot of deep breathing». Citado en «How Pink Became a Color for Girls. Blame World War II», *Racked.com*, 20 de marzo de 2015.

[3] Jocelyn Faris, *Jayne Mansfield. A Bio-Bibliography*, Londres, 1994, pp. 3, 197.

[4] *Ibídem*, p. 149.

[5] Citado en Raymond Strait, *The Tragic Secret Life of Jayne Mansfield*, Hertford, 2021, e-book.

[6] El tour «The Horror of Jayne Mansfield's Car Crash» de la serie *Dearly Departed Tours with Scott Michaels*, disponible en <www.youtube.com/watch?v=0VDRK9o_LiU>.

20. LIFE IN PLASTIC, IT'S FANTASTIC

[1] Frank Bösch, 1979. *Als die Welt von heute begann*, München, 2019. Philipp Sarasin, 1977. *Eine kurze Geschichte der Gegenwart*, Frankfurt/Main, 2021.

[2] Disponible en <<https://www.color-meanings.com/shades-of-pink-color-names-html-hex-rgb-codes/>>.

[3] Disponible en <<https://gopandoo.de/blogs/blog/plastik-statistiken-basis-verbesserung-lebensqualitat>>.

[4] Disponible en <www.statista.com/statistics/282732/global-production-of-plastics-since-1950/>.

[5] Takashi Murakami, *The Meaning Of The Nonsense Of The Meaning*, catálogo de la exposición, Amanda Cruz, Midori Matsui y Dana Friis-Hansen (eds.), Nueva York, 1999.

[6] Takashi Murakami, *Superflat*, Nakano, 2000.

[7] «Unsere Körper dringen in die Sofas, auf denen wir sitzen, ein, und die Sofas dringen in uns ein, so wie die vorüberfahrende Straßenbahn in die Häuser dringt, die sich ihrerseits auf die Straßenbahn stürzen und sich mit ihr verquicken» [«Nuestros cuerpos penetran en los sofás en los que nos sentamos, y los sofás penetran en nosotros, igual que el tranvía que pasa penetra en las casas, que a su vez se precipitan sobre el tranvía y se funden con él»], Umberto Boccioni, *Die futuristische Malerei. Technisches Manifest 1910*, citado en Christa Baumgarth, *Geschichte des Futurismus*, Reinbek bei Hamburg, 1966, p. 182. Sobre convertirse en lo consumido, véase Wolfgang Schivelbusch, *Das verzehrende Leben der Dinge. Versuch über die Konsumtion*, München, 2015.

[8] Aqua, «Barbie Girl», en *Aquarium*, Universal, 1997.

[9] Brian Hiatt, «The Brain Behind 'Barbie'. Inside the Brilliant Mind of Greta Gerwig», *Rolling Stone*, 3 de julio de 2023, disponible en

<[https://www.rollingstone.com/tv-movies/tv-movie-features/barbie-gretagerwig-interview-margot-robbie-ryan-gosling-su perhero-movie-1234769344/](https://www.rollingstone.com/tv-movies/tv-movie-features/barbie-gretagerwig-interview-margot-robbie-ryan-gosling-su-perhero-movie-1234769344/)>.

Índice

[Rosa. La magia de un color](#)

[Introducción](#)

[1. Al principio fue el rosa](#)

[2. Visitación en rosa](#)

[3. Al otro lado del cielo: el rosa del azul](#)

[4. Más allá del arcoíris](#)

[5. Aviso: cincuenta sombras de rosa](#)

[6. The world's pinkest pink](#)

[7. El optimismo de la aurora](#)

[8. El salto de todos los saltos](#)

[9. Luz rosa en Argenteuil](#)

[10. Paraísos rosas o la capilla junto al mar](#)

[11. La vie en rose](#)

[12. Intermezzo sobre la psicología del color](#)

[13. Cambio de color: del «pequeño rojo» al patriotismo en azul
marino](#)

[14. Rose de Pompadour](#)

[15. Shocking pink](#)

[16. La restauración rosa: Think pink con Mamie Eisenhower](#)

[17. Tradwives](#)

[18. Turbantes rosas o Yves Saint Laurent y la Pantera Rosa](#)

[19. La pin-up rosa](#)

[20. Life in plastic, it's fantastic](#)

[Sobre este libro](#)

[Sobre Björn Vedder](#)

[Créditos](#)

[Notas](#)

1. [Rosa. La magia de un color](#)
2. [Introducción](#)
3. [1. Al principio fue el rosa](#)
4. [2. Visitación en rosa](#)
5. [3. Al otro lado del cielo: el rosa del azul](#)
6. [4. Más allá del arcoíris](#)
7. [5. Aviso: cincuenta sombras de rosa](#)
8. [6. The world's pinkest pink](#)
9. [7. El optimismo de la aurora](#)
10. [8. El salto de todos los saltos](#)
11. [9. Luz rosa en Argenteuil](#)
12. [10. Paraísos rosas o la capilla junto al mar](#)
13. [11. La vie en rose](#)
14. [12. Intermezzo sobre la psicología del color](#)
15. [13. Cambio de color: del «pequeño rojo» al patriotismo en azul marino](#)
16. [14. Rose de Pompadour](#)
17. [15. Shocking pink](#)
18. [16. La restauración rosa: Think pink con Mamie Eisenhower](#)
19. [17. Tradwives](#)
20. [18. Turbantes rosas o Yves Saint Laurent y la Pantera Rosa](#)
21. [19. La pin-up rosa](#)
22. [20. Life in plastic, it's fantastic](#)
23. [Sobre este libro](#)
24. [Sobre Björn Vedder](#)
25. [Créditos](#)
26. [Notas](#)