



La sostenibilidad antropológica y sociológica del color en la Moda española a principios del siglo XXI

The anthropological and sociological sustainability of colour in the Spanish Fashion at the beginning of the 21st century

ROCÍO AGUILAR-NUEVO

Departamento de Dibujo. Escuela de Arte de Cádiz (España)
rocio.aguilar.nuevo@gmail.com

ANTONIO CAMPOS SÁNCHEZ

Departamento de Moda. Escuela de Arte de Cádiz (España)
tocampos71@gmail.com

MARÍA ISABEL KAYSER MATA

Departamento de Moda. Escuela de Arte de Cádiz (España)
isabelkayser.ea@gmail.com

Recibido: 14 de mayo de 2021

Aceptado: 18 de julio de 2021

RESUMEN:

El color, como parte de la vida en sociedad, se convierte en muchas ocasiones en un índice cultural. El concepto de *la sostenibilidad del color* se basa en una idea transdisciplinar que abarca tanto la vertiente ecológica como la antropológica, la sociológica o la económica, para comprender cómo sobreviven ciertos colores, y por qué otros desaparecen.

En la manufactura textil, el color adquiere significancia de comunidad, por ejemplo, en las banderas o en las equipaciones de ciertos equipos deportivos. En la Moda, el color se ha convertido en un indicador de identidad y pertenencia, sobreviviendo a siluetas y tejidos.

Este artículo aborda una reflexión teórico-metodológica sobre los colores identitarios del *streetstyle* español a principios del siglo XXI, mapeando las prácticas sociales que influyen en la durabilidad, desde el porqué de la resiliencia de algunos de estos colores, hasta el peligro de extinción al que se enfrentan otros.

PALABRAS CLAVE: Color, sostenibilidad antropológica, Moda contemporánea, conservación, extinción.

ABSTRACT:

The colour, as part of life in society, becomes a cultural index on many occasions. The concept of the *sustainability of colour*, is based on a transdisciplinary idea that encompasses not only the ecological

viewpoint, but the anthropological, sociological, and economic aspects that influence the survival of some colours, and the disappearance of others.

In textile manufacturing, the colour acquires the significance of community, for example, on the flags or on the kits worn by certain sport teams. In Fashion, colour has become an indicator of identity and belonging, surviving silhouettes and fabrics.

This article addresses a theoretical-methodological reflection on the identity colours under the Spanish *streetstyle* at the beginning of the 21st century, mapping the social practices that influence durability, from the reasons for the resilience of some of these colours, until the danger of extinction that face many others.

KEYWORDS: Colour, anthropological sustainability, contemporary Fashion, conservation, extinction.



1. Introducción

El concepto de *sostenibilidad* fue ampliamente estudiado al final de la Guerra Fría, en torno a 1989, vinculado al surgimiento de la conciencia del cambio global y el mundo que se les dejaría a futuras generaciones. La revisión de su significado ha sido constante durante las últimas dos décadas, y actualmente está en la agenda política de prácticamente todos los países. Sin embargo, la perspectiva desde la que normalmente se aborda, parte de una visión ecologista que desecha, en muchas ocasiones, otras vertientes vinculadas a las problemáticas de preservación y conservación identitaria.

Nuestro planeta está cambiando no sólo climatológicamente, sino culturalmente. Muchos de los cismas ecológicos van intrínsecamente vinculados a cambios sociales y antropológicos. De hecho, la sostenibilidad ecológica y la sostenibilidad antropológica son entes indisolubles que se retroalimentan. El crecimiento exponencial de la población mundial, unido a la creciente robotización y tecnificación, ha provocado un incremento aún mayor de la pobreza en los países subdesarrollados. Mientras tanto, el consumo masivo de los países desarrollados, que conlleva una explotación extrema de recursos naturales -en muchas ocasiones provenientes de países extremadamente pobres-, y una producción extra acelerada, han convertido las prácticas productivas en números insostenibles para el planeta. Así, cuando la economía global se hace insostenible, explota en conflictos armados normalmente en países subdesarrollados, que empujan a grandes masas de población migrante fuera de las fronteras de origen (Royo, 2011, p. 10). Éstas a su vez entran en conflicto con los países desarrollados receptores de esas masas.

Paralelamente a las migraciones por conflictos armados y desigualdad social, así como los enfrentamientos con las sociedades receptoras, también influye un nivel sociológico enmarcado en el paradigma de la modernización de la *sociedad líquida* de Bauman (2009), que asocia estos flujos a procesos de cambio socioculturales que predisponen a aumentar la movilidad humana. Se pasaría así de una situación de sedentarismo y fuerte adscripción al entorno local, propia de una 'sociedad tradicional', a una situación de alta movilidad y adscripciones difusas -de territorio, de trabajo, de pareja-, propia de una 'sociedad moderna (y líquida)'. Estos cambios potenciarían, primero, las migraciones internas para pasar luego a una fase de migraciones de más largo alcance, incluyendo las internacionales.

Así pues, con estas diásporas se mueven no sólo las personas, sino sus creencias y sus maneras de hacer, es decir, su cultura. La interculturalidad que va implícita en esos desplazamientos produce movimientos idearios que van impregnando a su vez el imaginario no sólo del entorno,

sino del dintorno. Y, aunque los movimientos migratorios se han producido a lo largo de la Historia de la Humanidad por diferentes motivos¹, la hibridación a la que hemos asistido en estas primeras décadas del siglo XXI es un fenómeno sin precedentes.

Desde la transculturalidad de Ortiz de los años cuarenta (Ortiz, 1940) a la aculturación² contemporánea, se ha producido un salto espacio temporal bastante alejado de la demografía cuantitativa que originalmente estudiaba estos fenómenos. La llegada de las nuevas tecnologías e Internet, han provocado una deshumanización en los procesos de aceptación cultural desligados de un espacio físico -ya no se originan en las casas o en las ciudades, sino que se inician en las redes sociales-, y han perdido la perspectiva del tiempo lineal -los cambios se producen simultáneamente en diferentes puntos del planeta-. Tanto si el proceso migratorio se produce por guerras o conflictos, o por un interés ‘moderno’ de flujo global, los procesos de adaptación y herencia cultural se han acelerado hasta límites insospechados.

En esos cambios, van obviamente los imaginarios sociales que definen la identidad de un pueblo, de una comunidad. Como parte de ese imaginario, las formas, las siluetas, las texturas y los colores, se transforman para adaptarse a los intereses del momento, es decir se vuelven transculturales o aculturales. Así, igual que vemos como un pueblo blanco del sur de España se tiñe de azul para estrenar la película de *Los Pitufos*³, tampoco nos extraña que un masái⁴ sea despojado de sus telas originales para vestir una diseñada por el CEO de una empresa de turismo inmersivo, con el objetivo de que toda la tribu se vea más uniforme. Tampoco es raro que un reportero regale una gorra de *McDonald* a un indígena de la selva amazónica profunda, que después lucirá orgulloso en el documental de turno. Y de esta forma, una adolescente mexicana no querrá vestir el poncho tradicional y preferirá una camiseta *prêt-à-porter* adquirida en *Zara* si con ello consigue más *likes* en sus perfiles de *Instagram* o *Tik Tok*.

Otro de los fundamentos de esta investigación, junto a la sostenibilidad y el arrastre de nuevos contextos identitarios, se basa en los parámetros que determinan si un color puede ser un indicador ‘cultural’, y, por tanto, ser considerado susceptible de preservación y/o conservación. Algunos colores aparecen en un momento puntual de la Historia, y desaparecen con la misma rapidez que alcanzaron su popularidad, debido a circunstancias coyunturales que no dejaron huella en esa comunidad, mientras otros permanecen inalterables durante siglos. Los mecanismos que mueven bien la fluctuación, bien la pregnancia de un cierto matiz, no han sido estudiados

¹ La Historia de la migración humana, tiene sus raíces en la Prehistoria, cuando se produce la expansión de la humanidad. Sin embargo, la migración entendida como desplazamiento de grandes cantidades de personas debido a circunstancias económicas, encuentra sus primeros referentes en las civilizaciones griegas y romanas, empeñadas en expandir sus colonias, para lo que trasladaban población esclava hacia los territorios conquistados en Occidente. En la Edad Media se vivieron tres grandes migraciones, con la expansión de las civilizaciones bárbaras y la expansión del Imperio Bizantino; en esta ocasión a través de guerreros/soldados que conquistaban nuevas tierras. El modelo migratorio de esclavos fue también masivamente aplicado en la colonización de Sudamérica, hacia el llamado Nuevo Mundo, y después durante el Imperialismo postindustrial (Hois y Albine, 2017, pp. 69-96).

² Mientras la transculturalidad embebe a la cultura receptora, llegando un momento en el que las líneas de demarcación son talmente difusas que no se sabe dónde empieza una y donde termina la otra, el término aculturación, indica la adaptación de una cultura a otra predominante, abandonando su propia identidad para aceptar una nueva.

³ Júzcar, pueblo de unos 200 habitantes de la Serranía de Ronda (Málaga, España), pintó en el 2011 todas las fachadas de sus casas de azul, para recibir el estreno de la película de *Los Pitufos*, relevando el típico blanco de las fachadas de los pueblos blancos de Málaga. Al analizar los datos de aumento de población, atracción de turismo y surgimiento de nuevos negocios, se decidió en pleno, a final de ese año, que el azul de las fachadas se convirtiera en el color identitario del pueblo.

⁴ El pueblo masái es una tribu étnica que vive en Tanzania y Kenia. Acostumbran a vestir un trozo de tela anudada a los hombros, de color rojo y estampados geométricos que representan la jerarquía de los poblados.

hasta el momento o se han estudiado desde perspectivas meramente informativas. El conocimiento de estos comportamientos permitiría establecer mecanismos de defensa de ese patrimonio intangible cromático, o en su caso, iniciar el proceso de protección a aquellos en peligro de extinción.

2. Preservando y conservando el color

El marco conceptual del que parte la sostenibilidad ha sido revisado recientemente por varios pensadores. Entre los investigadores más destacados encontramos a Liam Magee, Andy Scerri, Paul James, James A. Thom, Lim Padgham, Sarah Hickmott, Hepu Deng y Felicity Cahill, que escribieron conjuntamente el famoso libro *Reframing social sustainability reporting: towards an engaged approach* (2013). En ese texto, los autores examinan las diferentes definiciones adjudicadas al tema durante la última década y reformulan una definición menos parcial, asegurando que:

"La sostenibilidad implica una toma de decisiones e innovación responsables y proactivas que minimicen el impacto negativo y mantengan el equilibrio entre la resiliencia ecológica, la prosperidad económica, la justicia política y la vitalidad cultural para asegurar un planeta deseable para todas las especies, ahora y en el futuro".

En esta definición, se encuentran interconectados los cuatro ámbitos primordiales sobre los que se sustenta la sostenibilidad: ecología, economía, política y cultura (Figura n. 1). Con anterioridad al documento mencionado, la cultura había sido un término que rara vez formaba parte de los debates sobre sostenibilidad. Sin embargo, el punto de inflexión que supuso el trabajo de Magee et al. la introdujo con toda prestancia convirtiéndose en uno de los indicadores más complejos sobre los que se sustenta la sostenibilidad.

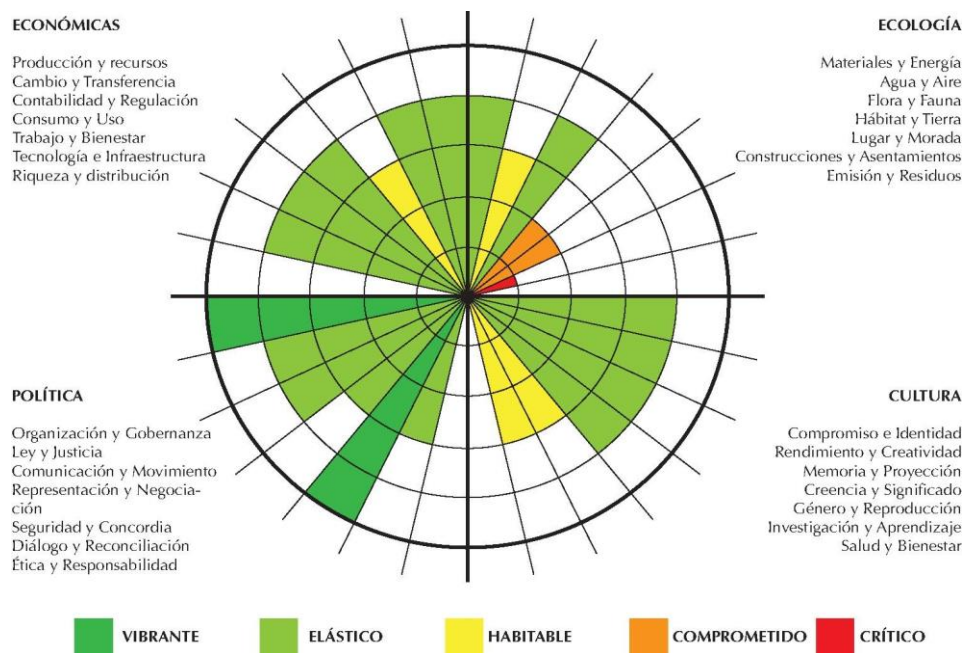


Figura n.1. Gráfico basado en los cuatro ciclos de sostenibilidad de Liam Magee et a. Elaboración propia.

Una vez delineada la aproximación poliédrica al término sostenibilidad, es necesario considerar el proceso histórico de intervención sostenible, para examinar los diversos significados de ‘preservación’ y ‘conservación’. La palabra ‘preservar’ proviene del latín *praeservare*, cuyo significado es observar, prestar atención, guardar o mantener intacto. De ahí, que la práctica de la preservación se adelante a acontecimientos futuros, ya que su objetivo primordial es adelantarse a los eventos futuros para mantener intacto. El término ‘conservar’ se refiere, sin embargo, a una actuación posterior, una vez que se detecta una amenaza y se intenta que el objeto a proteger permanezca inalterable o no se le produzca más daño.

El *preservacionismo* (Muir citado por Nash, 2001) y el *conservacionismo* (Pinchot, 1812) tienen sus raíces en la sostenibilidad del Medio Ambiente, pero se han adoptado en numerosas áreas, tales como la creación artística y el diseño. Mientras el primero defendía que un bosque es un espacio sagrado intocable, el segundo apoyaba la idea de los bosques como criaderos de árboles que podían abastecer a la Humanidad de manera controlada. Es decir, mientras que la preservación intenta mantener el estado actual de algo, la conservación prevé el cambio como un proceso natural y lo aprueba siempre y cuando no se produzcan daños irreversibles.

Cuando la sostenibilidad se traslada al color, la encontramos en muchas ocasiones indistintamente fundida tanto con una como con otra perspectiva. Sin embargo, es importante distinguir las dos vías dependiendo del estado en el que se encuentre el objeto de estudio en cuestión, o más propiamente, del fin último con el que se pretenda intervenir. Para más inri, los escenarios cromáticos son altamente complejos, ya que el soporte, la procedencia -color pigmento/color luz-, y la naturaleza de éstos -industrial/natural-, juegan un importante rol tanto en la clasificación de amenaza como en los mecanismos de protección.

En este sentido, cuando hablamos de la sostenibilidad del color en la era contemporánea, nos estamos refiriendo tanto a una preservación como a una conservación del color, basada en los indicadores culturales que cada matiz ha asumido en la comunidad estudiada. Aunque bien es cierto que existen algunos antecedentes históricos que se remontan a la Prehistoria, y que ya mostraban interés por la supervivencia de ciertos colores usados en determinadas regiones. Por ejemplo, en las pinturas rupestres de la de la vertiente Mediterránea Ibérica, se han encontrado vestigios del uso de fijadores naturales tales como la resina *dammar*, con el fin de que los colores usados no se desvanecieran. Asimismo, fijadores como el alumbre eran usados en las tinturas del vestuario y el curtido de la piel (Delgado, 2008, p. 163).

Como importante estudio de casos también encontraríamos la iniciación experimental en los talleres y gremios medievales del siglo XIII para fijar los pigmentos de determinados ropajes, culminando con la introducción en el siglo XVI del famoso palo campeche⁵ (Figura n. 2). Fue tal el éxito de teñido y fijación de telas con el tinte procedente de este arbusto, que bajo la monarquía de Felipe II, España consiguió imponer la vestimenta de color negro como símbolo de poder y nobleza durante más de cincuenta años.

⁵ El palo Campeche es una planta leguminosa de alto contenido en hematoxilina, lo que le proporciona una gran utilidad en la industria textil por sus propiedades de tinte. De él se obtienen tintes negros y azules para lana, seda y algodón, y con determinadas recetas también se obtenían amarillo, violeta y morado. La gran importancia de este tinte es que no desleía ni se desvanecía con el tiempo, por lo que su preservación era excelente, al contrario de lo que le sucedía a otros tintes o pigmentos como el negro humo. Desde mediados del siglo XVI España tuvo el monopolio de extracción y comercialización con Europa, que se mantuvo hasta 1670 aproximadamente.

En la edad contemporánea, uno de los grandes hitos para estandarizar las gamas cromáticas fue la aparición de la Guía Pantone, que además de clasificar innumerables tonalidades, se dedica a recopilar estadísticas sobre la prevalencia de colores a nivel global, nombrando desde el año 2000 el ‘color del año’. La influencia de la citada guía es notoria en las tendencias en Moda. En 2021 por primera vez, la combinación de dos colores, el PANTONE 17-5104 Ultimate Gray y el PANTONE 13-0647, fue designada como ‘color del año’. Durante la Semana de la Moda de Nueva York y la Semana de la Moda de Londres SS21, los dos colores, que PANTONE había anunciado poco antes, aparecieron preseleccionados. Y así, las colecciones de Balmain SS21, Ferragamo SS21, Balenciaga AW21, Etro SS21, o Elie Saab SS21, por mencionar algunas, subieron al pódium esos dos matices durante los meses posteriores.



Figura n. 2. Lámina de palo campeche en M.E. Descourtilz y J.Th. Descourtilz. *Traité des plantes usuelles des colonies Francaises, Anglaises, Espagnoles et Portugaises*, 1822. Foto: Biodiversity Heritage Library.

3. De los colores prehistóricos íberos a la Moda tecnicolor

El vínculo entre sostenibilidad y cultura puede entenderse desde un punto de vista holístico y transversal como parte de la comunidad que las integra. Siguiendo las premisas de Gilles Deleuze y Felix Guattari (1980) sobre las relaciones sociales y el individuo, la sostenibilidad se entiende en la creatividad como un proceso que pone énfasis en la contribución de la preservación y mejora del medio ambiente, y también como polo social vinculado a los valores de *identidad*, de *hogar*, y como un benefactor de la salud emocional colectiva e individual.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que, en el estado *líquido contemporáneo* de Bauman, el sentido de la palabra *hogar* no va ya vinculado a la ubicación geográfica, un punto en un mapa o un lugar con coordenadas latitudinales y longitudinales. Después de visitar, viajar y vivir, o eventualmente estar virtualmente vinculados a muchos lugares en todo el mundo, el hogar no existe en un solo lugar, no es geográfico, sino más bien es un estado de pertenencia. Y ese

estado de pertenencia, está intrínsecamente vinculado al paisaje y el color que en él se desarrolla: árboles, montañas, valles o llanuras, junto a tonos de piel, de cabello y ojos, así como siluetas, colores y estampados de vestuario e indumentaria que se desarrollan en él.

Dice la teoría *Signatura Rerum* (Jakob Böhme, 1912), que las *Firmas de la Naturaleza* son interconexiones cromáticas que el Medio Natural utiliza como signos identitarios según evoluciona la superficie terrestre⁶. Desde el verde del Amazonas hasta la Playa Roja de China pasando por la escala terrosa del Machu Picchu, las *Firmas de la Naturaleza* están fuertemente enlazadas a un cromatismo para mostrar la pertenencia de la que hablábamos más arriba. Este fenómeno está liderado por dos motores: eventos naturales y alteraciones humanas. Proyectos como la *Tierra vista desde el cielo* del artista Yann Arthus-Bertrand (2007), muestran las redes de colores que la naturaleza utiliza como firma, centrándose en la premisa de que ésta crea su propia escala cromática en una adaptación de fructificación de la tierra.

Si trasladamos esas firmas a la dimensión humana, uno de los medios innatos para definir la pertenencia, se basa en el paisaje circundante y los procesos creativos que con y en él se desarrollan⁷. El ser humano fuerza las gamas cromáticas para crear identidad, por ejemplo, desde el entorno natural que ya tiene las suyas propias. Son un buen ejemplo de estas prácticas el uso de los pigmentos locales que se usaban en las pinturas prehistóricas. El vínculo con las tonalidades circundantes era a la vez, una práctica camaleónica de protección y una práctica de pertenencia identitaria emparentada con ese paisaje. La materia prima de la que se extraían los colorantes tenía un origen tanto mineral como orgánico, y las gamas solían ser ocres, rojizas y marrones (Sanchidrián, 2001, p. 56; Sánchez Gómez, 1983, p. 251), lo que creaba una comunión con el entorno que convertía las *Firmas de la Naturaleza*, en *Firmas del Ser Humano*.

En 2009, fueron descubiertas las fibras textiles más antiguas conocidas hasta el momento (Kvavadze, E., 2009). Son de lino y están datadas con más de 30.000 años de antigüedad, algo insólito ya que, debido al deterioro de estos materiales, apenas se conservan restos de tejidos prehistóricos. Se encontraron en la cueva Dzudzuana, situada en la falda de una montaña del Cáucaso, en la República de Georgia. Tras una ardua investigación, los arqueólogos de Harvard encargados de la excavación, llegaron a la conclusión de que dichas fibras se habían utilizado para realizar prendas de vestir, coser piezas de cuero, o atar paquetes en los desplazamientos. Lo más curioso del descubrimiento, fue que pigmentos de color negro, gris, turquesa y rosa se habían conservado y a partir de ellos se podían identificar plantas de la zona actualmente desaparecidas. Este descubrimiento nos muestra, que la práctica de uso de pigmentos del entorno, no se daba sólo en las creaciones artísticas, sino que se trasladaba también al cromatismo del vestuario, creando una triple simbiosis: entorno/hogar/identidad.

⁶ La teoría Gaia reconoce a la Tierra como un ser vivo completo, que regula el medio ambiente para asegurar las condiciones de vida en el planeta. Esta teoría fue desarrollada por el químico James Lovelock y el biólogo Lynn Margulis en los años setenta. De este modo, la Naturaleza operaría como un ser independiente que significa su espacio para categorizar territorios, ambientes y atmósferas.

⁷ Esta idea se desarrolló ampliamente durante el *Convenio Europeo del Paisaje*, firmado en Florencia en 2000. El paisaje presenta un ámbito específicamente estético y artístico, que no es independiente de cuestiones éticas o políticas (E. Turri, L. Bonesio, K. Lynch, S. Schama), planes arquitectónicos o urbanos (Ch. Norberg-Schulz). En otras palabras, el paisaje relaciona pilares éticos y normativos que construyen específicamente la sostenibilidad, y la pertenencia más allá del capricho humano.

En la península Ibérica, se han encontrado entre la industria ósea del Neolítico superior (6000-3000 a.C.), agujas, alfileres y espátulas, que podemos relacionar con la manufactura de textiles (Castro, 1980, pp.127-129). En varias cuevas andaluzas tales como la Cueva del Toro de El Torcal de Antequera (Málaga), la Cueva del Hundidero-Gato en Benaolán (Málaga) y la Cueva de la Murcielaguina en Priego de Córdoba, se han encontrado algunos tensadores textiles, finas barras óseas con perforaciones longitudinales empleadas para tejer de un modo rudimentario (Cardito, 1996, 135-139). También hay vestigios arqueológicos de fusayolas, pesos usados en telares arcaicos, datadas en el Neolítico inferior (2500 a.C) encontradas en yacimientos tales como el de Terrera Ventura en Tabernas (Almería), y otros instrumentos textiles del Calcolítico (2000 a.C.) en el yacimiento de Cabezo Juré de Alosno (Huelva). Estos avances se extienden hasta la Edad de Bronce (1500-800 a.C.) con fusayolas mucho más livianas, e incluso estancias en las propias casas dedicadas a la manufactura textil como es el caso del yacimiento de Baños de la Encina (Jaén), o santuarios a la diosa Astarté con ofrendas como fíbulas y botones de cerámica, agujas y otros útiles textiles. Con la llegada de la civilización fenicia, se extiende además el uso de estos elementos como exvotos o amuletos que se colocan en las tumbas para que acompañen al más allá a los difuntos (Arribas et al., 1969, 233-234).

Todos estos hallazgos muestran la compleja evolución que sufrió la confección de indumentaria y cómo se fueron incorporando útiles y sistemas de patronaje que, aunque rudimentarios, ilustran los pasos agigantados que llevaban hacia un diseño de indumentaria cada vez más intrincado. Sin embargo, el croma se mantuvo inalterable durante más de 5.000 años. La identificación con los materiales que nos hicieron humanos se hace más evidente en el mundo de los textiles. Prácticamente desde sus inicios, la vestimenta ha creado distinciones y ha ido creando elementos identitarios de carácter colectivo e individual.



Figura n. 3. Fotograma de Elizabeth Taylor como Cleopatra en 1963. Recreación del color púrpura en el atuendo lucido en una de las escenas de la película dirigida por Joseph L. Mankiewicz.

En el Antiguo Egipto, las representaciones pictóricas y escultóricas que han llegado hasta nuestros días arrojan datos sobre la diferenciación social a través de la vestimenta y sus símbolos, desde faraones a sacerdotes y casta de la corte. La diferenciación entre la vestimenta

de los faraones por épocas apoya la idea de que existían tendencias estéticas y de diseño. Aparte, la preparación para la vida eterna de las personas de estamentos privilegiados se realizaba con vendas de lino en un proceso de momificación que no era accesible para los estratos sociales inferiores. Sin embargo, se observa una constante de formas por épocas, vistiendo de forma similar pueblo y faraones, con común uso de colores: amarillos, tierras y azules. Estos matices se relacionaban con la tierra, el cielo y el viaje al más allá y se encontraban, al igual que en época prehistórica, en los alrededores de las ciudades (Laver, J., 1969). Ya en esta época se comienza a vestir el color púrpura, siendo conocida la predilección de Cleopatra por esta tonalidad (Figura n. 3).

En la antigua Grecia y Roma, se puede encontrar un catálogo pormenorizado de géneros y morfologías textiles con una clara jerarquización y especialización de la vestimenta para cada estrato social y profesión, diferenciando entre la vestimenta de militares, civiles, funcionarios, políticos, artesanos y esclavos. Una de las principales características para distinguir los diferentes estratos, se centraba precisamente en teñir los tejidos (Adkins, L. y Adkins, R., 1997, p. 54). En la antigua Grecia, aunque se usaron colores como el escarlata en los uniformes de los soldados para que la sangre pasara desapercibida, es más interesante para este estudio el uso del color en el doble quitón, una de las prendas icónicas de las élites. Éste presentaba colores blancos y verdes, así como tonos de color amarillo, relacionados el primero con la pureza y los segundos con los paisajes de olivos griegos (Guhl y Koner, 2002, p. 230). En Roma, sin embargo, se deja atrás la mimesis con el paisaje, y se utiliza con bastante asiduidad el color púrpura como símbolo del poder. En la misma naturaleza no se aprecia el color violeta normalmente, pero la escasa y laboriosa extracción de este pigmento de los moluscos *Murex brandaris* y *Thais Haemastoma* en la isla de Tiro (actual Líbano), permitió atribuir un carácter exclusivo a aquellos textiles producidos para gobernantes en la Roma Imperial, Imperio Bizantino y cardenales de los territorios cristianos occidentales. La preservación del púrpura en los textiles era inmutable, pues era el resultado de la exposición al sol de la mucosa que procedía de estos moluscos. De hecho, el emperador Teodosio prohibió vestir ese color, excepto a la familia real, penando con la horca a aquel que osara a incumplir la Ley. Este mismo carácter perenne, en una época en la que la estabilidad de los tintes no era destacable, le otorgó el símbolo de la eternidad (Heller, 2004, p. 193-195).

Durante la Alta Edad Media, el esplendor del comercio y de las familias reales europeas, unidos a la aparición de una burguesía comercial que buscaba asemejarse a los estamentos más privilegiados a través del lujo y la opulencia, crearon tendencias de moda internacionales. El diseño del vestuario se convirtió en una máxima distinción dentro de la sociedad y las cortes europeas. Cada casa, ya fuese burguesa, ya fuese real, intentaba competir con las aledañas desde todos los ámbitos posibles, en un intento de permanecer en la cúspide del poder. En el campo de la Moda, valía un color, una forma o un tejido; como hemos visto arriba, en el caso de España, fue el palo campeche y el intenso color negro lo que distinguió a la monarquía ibérica del resto del mundo. También se importó de México la receta para teñir de color rojo a partir de la cochinilla. Y, aun así, durante siglos, ni siquiera las casas reales tuvieron acceso ilimitado a ciertos colores. Por ejemplo, el azul lapislázuli se seguiría reservando para las pinturas de los mantos de las *Madonas* y contadas prendas de vestir hasta bien entrado el siglo XIX.

Con la Industrialización aparecieron los primeros tintes sintéticos y con ellos la democratización del color. La producción en masa que acompañó el surgimiento de las primeras industrias hizo que la sociedad en general pudiera tener acceso a más variedad de ropa por un

precio menor y de una gran variedad de colores. Logró aumentar la oferta hasta convertir el modelo de consumo de tejidos por necesidad vital, en una exposición publicitaria, donde el seguimiento de las tendencias y la creación de identidades estéticas crearon un mercado que se renueva desde entonces varias veces al año.

Si bien es cierto que pasarían décadas hasta que el pueblo tuviera acceso deliberado y regular a las mismas prendas a las que accedía la burguesía, también es cierto, que se comenzó el comercio de anilinas que permitían adquirir productos de tintura a muy bajo precio. En 1859 se logró el primer éxito a este respecto, patentando por William Henry Perkin un compuesto pionero conocido como púrpura de anilina. Unos años más tarde, se fabricó en masa y se aplicó a una variedad de tintes que produjo el coloreado general de la ropa de la población de a pie, mientras las clases pudientes rebajaron la intensidad de sus vestimentas para ‘diferenciarse’ así del pueblo llano. De un lado, reclamaban la no necesidad de vestir colores saturados que cubrieran la suciedad del trabajo, y de otra, distaban de los colores vívidos endosados por aquellos grupos que querían destacar entre la multitud, es decir, de quienes necesitaban hacer negocio atrayendo atención -por ejemplo, las prostitutas-.

Esta tendencia de colores apagados versus colores saturados se estableció en el tiempo hasta bien entrado el siglo XX. Bien es cierto que las grandes guerras hicieron de ciertos colores una necesidad -tonos verdosos y terrosos para los soldados; blancos y verdes para médicos y enfermeras-. Con los movimientos artísticos de posguerra y la recuperación económica surgió la gran empresa del color. La Moda, influenciada por el Pop Art, el surgimiento del tiempo libre junto a la jornada laboral de 40 horas, la invención y perfeccionamiento de ciertas fibras sintéticas y la oleada de color incluso en la televisión, comenzó a flirtear de nuevo con las tinturas y el simbolismo. Sin embargo, esta vez, el uso de ciertos colores como insignia de pertenencia a una clase social, se habían diluido apareciendo todo un arcoíris. Iconos como la sandalia *Rainbow* de Salvatore Ferragamo (1938), se habían convertido en emblemas de la conquista del color por el pueblo.

4. La democratización del color a partir de referentes sociales en el siglo XXI

Como hemos visto anteriormente, la democratización del color en los estilos de cualquier clase social alcanzó su punto álgido en los años 60-70 en países como Estados Unidos. España, inmersa en una dictadura que no finalizó cronológicamente hasta 1975 e ideológicamente mucho más tarde, se alejó de aquella conquista multicolor hasta bien entrados los ochenta. Los códigos cromáticos se correspondían con los movimientos políticos. El verde estaba relacionado con la lealtad a Franco y la pro-monarquía, mientras que el rojo significaba simpatía por la República. Los fusilamientos, el exilio y la reclusión en cárceles eran parte de la vida cotidiana, por lo que la ciudadanía procuraba mantenerse lo más discreta posible, entre otras muchas cosas, vistiendo colores que no llamaran la atención: negro, blanco, grises y pardos.

De esta manera, no fue hasta mediados de los años ochenta, cuando en España se comienza a vislumbrar un colorido real y manifiesto en los ropajes de la gente de a pie. Tonos chillones, complementarios, fluorescentes y toda clase de combinaciones imposibles se hicieron eco en los sectores de la población más progresistas. Algo que se heredó en los noventa y poco a poco se fue apagando hasta dejar atrás el siglo XX con una resaca cromática ‘ensuciada’ que seguía las pautas marcadas por Pantone. Si como vimos, desde el año 2000, la marca había nombrado su popular color del año, España se acopló a la tendencia con una sincronía perfecta

que la empujaba a la integración de la vida globalizada. Curiosamente, además, desde ese año planteaban colores del entorno, volviendo al principio de este artículo y los tonos prehistóricos relacionados con los territorios de proximidad y la identidad que de ellos se hereda.



Figura n. 3. Fotograma del documental *Cría, reza, ama* de la directora Cecilia Bartolomé. Este trabajo revisa la historia desde la perspectiva de la sección femenina y la abnegación de su vida en la España franquista, exteriorizada en un vestuario no llamativo y neutral.

Si bien podemos afirmar que las distinciones de clase social en cuanto al uso de determinados colores han desaparecido a principios del siglo XXI en España y que se mueve con la inercia de la primera década de los 2000 hacia las tendencias internacionales, también es cierto, que aún existe un arraigo cultural entre el uso de ciertos matices y la realeza. La Casa Real forma parte en la actualidad de esos elementos representativos de este país, a excepción de la figura del Rey, cuyas funciones quedan recogidas en la Constitución española de 1978. Este papel de símbolo de la cultura española es expresado habitualmente a través de la indumentaria de las mujeres: la Reina y las Infantas. Siendo también curiosa la vuelta a la simbiosis con las clases sociales más altas.

La simbología de los colores usados en determinados actos y eventos de carácter oficial, no siempre tienen un referente en los colores heráldicos o de la bandera nacional. Es común que la elección de un determinado color implique un guiño cómplice hacia el pueblo o comunidad al que quieren dirigirse. Así, en 1987, la entonces Reina Sofía, inauguraba en Málaga el teatro Cervantes, vestida según sus propias palabras de “azul Cervantes” (Diario Sur, 1987). Un comentario que la reina manifiesta al entonces alcalde de la ciudad, Pedro Aparicio, y que hacía referencia directa al tono azul royal del telón, el cortinaje de los palcos y las butacas del restaurado teatro. Un matiz que, en la ciudad y desde entonces, será rebautizado con el nombre de *azul Cervantes*.

Este tipo de guiños adquiere tintes folclóricos asociados a referentes culturales patrios como la tauromaquia. El 19 de junio de 2010, la infanta Elena de Borbón acudía a la boda en Estocolmo entre la princesa Victoria de Suecia y Daniel Westling con un diseño de Lorenzo Caprile de inspiración goyesca. Formado por un vestido rosa capote, con un vuelo que también imitaba al instrumento de brega de los toreros y una chaquetilla-bolero bordada en pedrería de cristal, el modelo reflejaba claras referencias a la indumentaria taurina y a la iconografía goyesca. El diseño elegido fue, en general, elogiado por la prensa de moda como un acierto como representación de España, mientras que otras

voces criticaron esta temática taurina por perpetuar estereotipos hispanos. La elección de la infanta se daba en un ambiente de debate generalizado entre los partidarios de la fiesta nacional y el rechazo por la crueldad animal que simboliza para otros.

En este caso, el posicionamiento de la entonces infanta sobre este debate quedaba claramente reflejado a través de su indumentaria, algo que no ha vuelto a darse en la imagen de la actual reina Letizia. Aun así, algunos medios han intentado encontrar similitudes entre el color utilizado en aquella boda real por la infanta Elena y el del vestido de Carolina Herrera usado por la actual reina de España en el acto de ascenso al Trono de Japón del emperador Naruhito en Tokio, el 22 de octubre de 2019. Pero en este caso, se trata de un matiz más apastelado del rosa, con matices cálidos que, junto a los bordados con motivos florales en blanco, hacen una referencia más evidente a los mantones de manila, símbolo aquí de conexión entre la cultura asiática y la española, más que una referencia a la figura del torero.

Este mismo vestido será usado por la reina para los últimos retratos oficiales de la familia real española, disparados por la fotógrafa Estela de Castro en febrero de 2020. Junto a este vestido, la reina aparece con otros dos atuendos monocromáticos: un mismo diseño, también de la diseñadora venezolana Carolina Herrera, en dos versiones de color, uno en azul Borbón, color del fondo del estandarte perteneciente a Juan Carlos I y que puede representar la tradición de esta nueva monarquía instaurada a partir del reinado del Rey emérito, y el segundo en rojo carmesí, fondo del estandarte de la actual monarquía española, adoptado el 19 de junio de 2014 y aprobada por el Real Decreto 527/2014, de 20 de junio, por el que se crea el Guión y el Estandarte de Su Majestad el Rey Felipe VI (Figura n. 4).

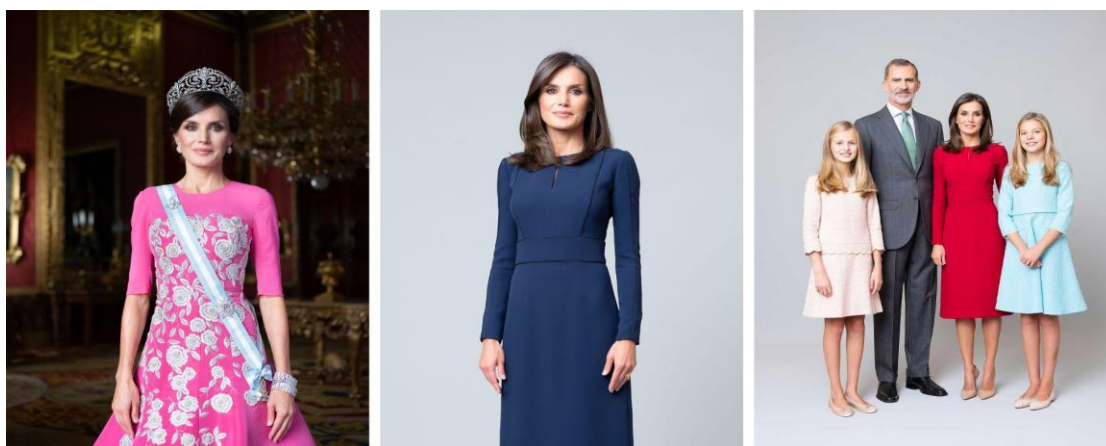


Figura n. 4. Retratos oficiales de S.M. La Reina Letizia con vestidos de Gala y Civiles, 2020 Foto: Estela de Castro. © Casa de S.M. el Rey.

El rojo es, sin duda, el color con el que se relaciona a Letizia Ortiz, y no solo con el rojo carmesí o con el matiz del de la bandera española. La presentación de Letizia como futura princesa de Asturias ante la realeza europea tuvo lugar el 14 de mayo de 2004 en la boda de Federico de Dinamarca y Mary Donaldson, en la que la entonces prometida del príncipe español lució un vestido rojo fuego, también del modisto Lorenzo Caprile. Desde entonces, las búsquedas en Internet de prendas de este color aumentan hasta en un 30% en 2019 o un 23% en 2020 -datos de búsquedas globales de Lyst y Google, y menciones y estadísticas de interacción en redes sociales según un análisis de la plataforma Lyst- tras las apariciones de la ahora reina llevando estilismos

en este color. En el último informe publicado por Lyst, en octubre de 2019, la reina Letizia se encuentra en el puesto 4 de los/las españoles/as que más influyen en moda⁸.

Así pues, podríamos establecer un paralelismo entre la influencia de la realeza actual con respecto a la sociedad en general y la influencia de la realeza española del siglo de Oro con el resto de las cortes europeas en cuanto al uso de un determinado color, ahora con respecto al color rojo, entonces con el negro. Evidentemente, los sistemas de propagación de la moda por imitación han cambiado con los tiempos y ahora Internet podría parecer el responsable de esta democratización de los gustos estilísticos. Pero no sólo el medio es el responsable de esto, la propia Reina Letizia, en un consciente acto de apoyo a la industria española, usa prendas consideradas dentro del sector del *fast fashion*. La hemos visto usar en actos públicos de índole más cotidiana prendas de la marca Zara, perteneciente al grupo empresarial gallego Inditex, una marca con un nivel de precio medio-bajo al alcance de prácticamente cualquier bolsillo, por lo que la acción de imitación puede llegar a ser absoluta. Si bien no todas las usuarias de moda pueden permitirse un exclusivo vestido de costura a medida, es completamente factible comprar uno de este tipo de *prêt-à-porter* medio-bajo, lo que hace accesible llevar el mismo color y marca de ropa que la realeza utiliza.

Desde luego, aplicando una revisión metodológica sobre el impacto que han causado ciertas personalidades reales a lo largo de la historia, y cómo se han viralizado ciertos colores - antaño a través del boca a boca y representaciones gráfico-plásticas, ahora a través de las redes sociales e Internet-, nos proporciona una valiosa herramienta para el estudio de la permanencia o no de ciertos matices en una sociedad. En este texto se ha utilizado como estudio de casos a la reina y las infantas de la corona española por el paralelismo encontrado con la distinción de clases y el uso de ciertos colores en otros siglos. Resulta ilustrativo el modo de actuar de estas personalidades en comparación con ciertas *it girls* e *influencers*, o el impacto que pueden tener ciertas personalidades del mundo deportivo. Desde que los jugadores del Real Madrid realizaron la campaña para promocionar la equipación oficial 20-21 de color rosa, se ha aumentado la venta de prendas infantiles para niño de este color en un 47% en su tienda oficial⁹.

En definitiva, el uso de un color en el *streetstyle* del siglo XXI se debe a los movimientos de influencia, alejado de otros motivos funcionales que propiciaron la entrada y salida de ciertos matices en la indumentaria de un pueblo en épocas pasadas. Atrás han quedado motivos de higiene, de alejamiento político o de pertenencia a una élite. Hoy, los índices que marcan la aceptación o no de un color, se dirigen a la popularidad que propicia el mismo por imitación de alguna persona famosa, pensando que se va a alcanzar la misma notoriedad que ya tiene esa persona en cuestión. El vestido amarillo lucido por la *influencer* española Violeta Mangrinyan, perteneciente a la nueva colección de verano de Zara, se agotó en la web de la marca, tan sólo unas horas después de que publicara la fotografía en su perfil de Instagram el pasado 22 de junio.

Por lo tanto, en el inicio del siglo XXI, la resiliencia del color está emparentada directamente con el capricho de las personas de influencia del momento -ya sea la reina, ya sea Violeta Mangrinyan-. Al igual que el peligro de extinción lo sufren en el momento que Pantone

⁸ Durante la visita oficial a Argentina, la Reina Letizia se aseguró de elegir el color rojo en varios de sus actos, aumentando un 25% las búsquedas de vestidos rojos en Argentina.

⁹ Declaraciones de Marjorie Gómez Assaf, responsable de la tienda oficial del Real Madrid, en sus declaraciones para la entrevista del programa Jugones del 7 de diciembre de 2020.

y las pasarelas se olvidan de ellos. Y es que no sólo la sociedad fluctúa; también vivimos con un cromatismo líquido.



Figura n. 5. El vestido amarillo lucido por la *influencer* española Violeta Mangrinyan, perteneciente a la nueva colección de verano de Zara, se agotó en la web de la marca, tan sólo unas horas después de que publicara la fotografía en su perfil de Instagram el pasado 22 de junio. Foto: Violeta Mangrinyan.

Conclusiones

Los cambios culturales, la historia transnacional y los personajes influyentes han redefinido constantemente la importancia de un color. Cada uno de los matices que reconocemos dentro de nuestra percepción, ya sean pigmentos o colores luz, poseen una narrativa vital tan antigua como el propio ser humano. Desde los primeros hallazgos sobre la intervención del ser humano en su entorno con materiales y pigmentos de la zona, hasta la identificación de matices de color con las distintas culturas, la sostenibilidad de los colores permanece ligada a la cultura de los pueblos. Esa cultura va ligada al paisaje circundante, entendido en un sentido más amplio que árboles y cielo, sino abarcando piel, ojos y colores de las vestimentas que portan las personas de renombre de ese horizonte.

La configuración de las identidades de los pueblos, las jerarquías sociales o distintos grupos de población se ha visto representada, principalmente, por la elección de gamas cromáticas idóneas que han atribuido una herencia cargada de simbología a su propia cultura. La historia nos ha permitido comprender, categorizar, mantener o descartar algunos tonos que en ciertas circunstancias han tenido mayor o menor relevancia social. Más allá de la propia percepción, desde una perspectiva antropológica y sociológica, el color ha permitido trazar vínculos entre el pasado, el presente y el futuro. El azar, dentro de la psicología del color, por tanto, no puede darse, pues absolutamente cada color posee su propia trayectoria. Los comportamientos humanos que han contribuido en la mutación de los colores ambientales y, por lo tanto, influyendo en la formación de rasgos culturales, han mediado en los usos y jerarquías categóricas del color, y han hecho que algunos pervivan y otros mueran.

Dentro de la cultura española, los colores han permitido consolidar unos rasgos identitarios propios. Gracias al uso de algunas tonalidades concretas tales como el rosa fucsia o el amarillo albero -identificados con la tauromaquia-, el comportamiento del consumidor medio se ve influenciado ante la aparición de distintos referentes sociales. El papel de la realeza española, entre otros, es uno de los factores que condiciona las preferencias por uno u otro color. Las búsquedas y adquisiciones se multiplican cuando algunos colores son elegidos -de un modo acertado o no-, por personajes públicos en los eventos a los que asisten, potenciando en dichos casos, la permanencia en la memoria colectiva. Se conforma, por lo tanto, una nueva connotación al tono si su presencia se ha visto destacada.

Las tendencias dentro del mercado, el uso, el consumo de algunos matices y las preferencias sociales son aspectos resultantes propios de la sostenibilidad del color en la cultura. Si bien es cierto que el uso del color como distinción social -debido a las dificultades en su obtención-, quedó a un lado una vez que pudieron sintetizarse los tonos, en la actualidad se continúan creando unos códigos estéticos que potencian el uso de uno u otro dependiendo de la temporada. De este modo, la industria de la moda consolida el cambio, la permutabilidad de la apariencia, hacia un consumo que evoca constantemente a una imagen aspiracional del propio individuo. Cada una de las personas que, de manera consciente o inconsciente, eligen una gama cromática o la ausencia total de ésta, está comunicando esta herencia simbólica. Al igual que el púrpura y el negro, entre otros, que fueron tonos que describían con rigor la clase social a la que se pertenecía durante largos periodos de tiempo, se hace uso de estas narrativas para potenciar la comunicación no verbal entre las personas. En la actualidad, de un modo más inminente y dentro de una sociedad vibrante, los cambios se producen con mucha mayor velocidad. Gracias a las redes sociales, el consumo de gamas cromáticas se ha potenciado también desde una perspectiva digital, más allá del mundo real. En cierto modo, descifrar la fina línea que describe y agrupa tanto consumo sensorial del color dentro de las representaciones actuales, permitiría entender más y mejor la actualidad que nos representa.

Concebir la percepción antropológica de un color a través de la historia puede ayudarnos a comprender los cambios ocurridos en las sociedades en ese periodo de tiempo. La sostenibilidad del color nos ayudará a crear instrumentos educativos para la preservación de colores identitarios, entendida como una pauta de enriquecimiento en la diversidad, y contra la globalización cromática. Y en un mundo globalizado donde la esencia de *quién soy*, se cuantifica en *'likes'*, no es prescindible una cultura de preservación y conservación de los colores que nos hacen diferentes, que permean los comportamientos humanos para enriquecer la identidad de los pueblos, ya sea transfiriendo los matices del entorno al cuerpo o, al contrario.

Bibliografía

- Adkins L. y Adkins, R. (1997). *Handbook to Life in Ancient Greece*. Nueva York: Facts on File.
- Arthus-Bertrand, Y. (2007). *La tierra vista desde el cielo*. Barcelona: Lunwerg.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity.
- Bohme, J. (19012). *The Signature of All Things*. Londres: J.M. Dent & Sons LTD.
- Casa Real (2010) Fotografías Oficiales. Casa Real [en línea]. [Fecha de consulta: 23 de mayo de 2021]. Recuperado de: https://casareal.es/ES/ArchivoMultimedia/Paginas/archivo-multimedia_galerias-de-fotos-detalle.aspx?data=144522

- Casablanca Migueles, L. (2007). *La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores*. Granada: Editorial de la Universidad de Granada.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1980). *Mille Plateaux*. París: Minuit.
- Delgado, S. (2008), *Prácticas económicas y gestión social de recursos macrolíticos en la Prehistoria reciente (III-I milenios a.C.) del Mediterráneo occidental*. [Tesis de licenciatura inédita]. Universidad Autónoma de Barcelona: Barcelona.
- Guhl, E. y Koner, W. (2002). *Los griegos: su vida y costumbres*. Madrid: Edimat Libros.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hois, M. y Albine, E. (2017). *Migración y fronteras étnicas. Procesos de significación de las fronteras*, 20: 69-96.
- Fowkes, M. y Fowkes, R. (2008), The Ecology of Post-Socialism and the Implications of Sustainability for Contemporary Art. En: Miles, M. (ed.). *Art and Theory After Socialism*. Plymouth: Plymouth Press, pp. 101-110.
- Kvavadze, E. et al. (2009). *30.000 years old wild flax fibers*. *Science*, 11, 325 (9), p. 1359.
- Laver, J. (1969). *Breve historia del traje y la Moda*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Liam, M., Andy S., Paul, J., James, T., Lim, P., Sarah, H., Hepu, D., y Felicity, C. (2013). Reframing social sustainability reporting: towards an engaged approach. *Environment, Development and Sustainability*. 15 (2), pp. 225-243.
- Naciones Unidas. (2019). Conflictos y recursos naturales. Naciones Unidas [en línea]. [Fecha de consulta: 2 de abril de 2021]. Recuperado de: <https://peacekeeping.un.org/es/conflict-and-natural-resources>.
- Nash, R. (2001). *Wilderness and the American Mind*. Yale: Yale University Press.
- Ortiz, F. (2002). *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar* (ed. rev.). Madrid: Cátedra.
- Pinchot, G. (1912). *Competing Visions for America*. Ohio: Ohio State University.
- Requena, E. (2010) De rosa capote. Hoy. [en línea]. [Fecha de consulta: 23 de mayo de 2021]. Recuperado de: <https://www.hoy.es/v/20100622/sociedad/rosa-capote-20100622.html>
- Royo Aspa, J.M. (2011). La economía de los grupos armados y sus relaciones con la población desplazada. *Revista Migraciones Forzadas*, 37 (3), pp. 10-12.
- Sánchez Gómez, J.L. (1983) Acerca de la coloración en las pinturas rupestres prehistóricas. *Revista de Prehistoria y Arqueología* [en línea]. [Fecha de consulta: 25 de mayo de 2021]. Recuperado de: http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/0514-7336/article/viewFile/433/607
- Sanchidrián, J.L. (2001). *Manual del Arte Prehistórico*. Barcelona: Ariel.
- Sotorio, R. (2017) El Cervantes cumple 30 años en escena. *Diario Sur* [en línea]. [Fecha de consulta: 23 de mayo de 2021]. Recuperado de: <https://www.diariosur.es/culturas/201704/04/cervantes-cumple-anos-escena-20170403213636.html>
- The Lyst Index (2021) Informes Lyst. Lyst Club [en línea]. [Fecha de consulta: 12 de abril de 2021]. Recuperado de: <https://www.lyst.es/data/category/lyst-reports/>