**¿ES EL ROSA BARBIE EL COLOR MÁS ANTIGUO DE LA TIERRA?**

POR ERIN BLAKEMORE, PUBLICADO 21 JUL 2023

El rosa (que puede remontarse a hace más de 1000 millones de años) fue antaño el color de fieros cazadores de la Antigüedad, de las poderosas mujeres francesas y, sí, de los niños.

El rosa ha cautivado a los humanos durante mucho tiempo: se utilizaba para teñir la ropa y teñir las mejillas incluso en el mundo antiguo. Aunque desde entonces el rosa ha asumido nuestra carga cultural sobre los roles de género, seguimos buscando nuevas.

¿Podría ser el rosa el color más antiguo de la Tierra? Esa es la implicación de un estudio de 2018 que encontró pigmentos de color rosa brillante en rocas de 1100 millones de años de antigüedad, gracias a los fósiles de los miles de millones de pequeñas cianobacterias que una vez dominaron los océanos.

El mundo natural lleva mucho tiempo pintado con todas las permutaciones del rosa, ya sea incrustado en las profundidades de rocas antiguas, lucido por flamencos hambrientos de gambas o simplemente recubriendo las orillas de las playas de arena rosa de las Bermudas.

Sin embargo, este color conlleva un gran bagaje cultural. Al pasar de la paleta de la naturaleza al adorno humano, el rosa adquirió connotaciones de colonialismo, belleza, poder y género.

¿Cómo se ha convertido el rosa en un elemento cultural tan importante? Ahora que el mundo se interesa de nuevo por el planeta rosa intenso tras el estreno esta semana de la película de Barbie, he aquí una breve historia de este atractivo color.

**LA ADMIRACIÓN POR EL ROSA EN EL MUNDO ANTIGUO**

Los primeros humanos pasaron rápidamente de admirar el rosa en el mundo natural a intentar llevarlo; por ejemplo, en la cordillera de los Andes, hace unos 9000 años, las feroces cazadoras de lo que hoy es Perú vestían ropas de cuero a medida con un tono rosado gracias al ocre rojo, un pigmento de óxido de hierro que es uno de los pigmentos naturales más antiguos utilizados por los humanos.

Los humanos no se contentaban con untar este pigmento en las paredes de las cuevas o utilizarlo para curtir sus prendas de cuero. Ya en el antiguo Egipto, los humanos utilizaban el ocre para teñirse los labios y las mejillas. Cuando se aplicaba sobre la piel humana, el pigmento rojo creaba un rubor rosado que los curiosos asociaban con el amor, la sexualidad y la belleza. En todo el mundo se utilizaban brebajes similares, desde fresas trituradas hasta amaranto rojo.

**EL COLOR DE LOS COSMÉTICOS Y EL COLONIALISMO**

Aunque se desconoce su etimología, la palabra "pink" [rosa, en inglés] se utilizó para describir el color en el siglo XVIII. Para entonces, el rosa estaba inextricablemente ligado al colonialismo, ya que la demanda de este pigmento para cosméticos llevó a los europeos a explotar los recursos naturales de otras partes del mundo.

Por ejemplo, para fabricar pigmentos rosados a partir de la corteza y la savia roja del palo de Brasil, los comerciantes europeos obligaron a trabajadores esclavizados a talar tantos árboles del mismo nombre que el país quedó deforestado y el árbol casi extinguido.

Durante esta época de exploración, los consumidores también obtenían sus mejillas y labios rosados de otros pigmentos como el carmín, derivado de los insectos cochinilla recolectados en Centroamérica y Sudamérica en condiciones similares.

Mientras tanto, el color también tuvo una asociación más literal con el colonialismo: durante esta época, el Imperio Británico creció tanto que el color rosa (que los cartógrafos utilizaban para marcar sus territorios en todo el mundo) dominaba el mapamundi.

**EL ROSA SE CONVIERTE EN UNA AUTÉNTICA MODA**

A medida que los tintes rojos se hacían más accesibles y baratos, los aristócratas europeos del siglo XVIII se aficionaron al rosa. El historiador del arte Michel Pastoureau escribe que "las clases más privilegiadas de la sociedad europea querían colores pastel, degradados y las últimas innovaciones en tonos de color para distinguirse de las clases medias, que ahora tenían acceso a colores brillantes, fuertes y fiables".

Madame de Pompadour, la amante de Luis XV de Francia durante las décadas de 1740 y 1750, utilizaba el color como firma. Los artistas que la pintaron y crearon objetos de lujo para sus numerosas casas utilizaron el rosa en todos sus diseños, incluso en sus carruajes, y ella contribuyó a popularizar el tono en toda Europa.

El amor de Madame de Pompadour por el rosa contribuyó a impulsar las tendencias de la moda en toda Francia en el siglo XVIII. En su papel de amante real de Luis XV, rey de Francia, ejerció una gran influencia sobre el monarca y la cultura popular.

La aparición de los tintes sintéticos a mediados del siglo XIX (que dieron lugar al color rosa púrpura conocido como malva) hizo que el rosa fuera más accesible que nunca. En la década de 1930, el rosa brillante se había convertido en una auténtica tendencia. La diseñadora de moda vanguardista Elsa Schiaparelli hizo del "rosa chocante" su color de cabecera, contribuyendo a difundir la moda femenina.

Y funcionó: en 1935, incluso periódicos locales como el News and Observer de Raleigh, Carolina del Norte (Estados Unidos), declaraban que "EL ROSA ES EL PREFERIDO". Y en 1939, un comentarista de la realeza escribió en el Daily Telegraph británico que el rosa era tan popular, que era casi omnipresente tanto para las damas de honor como para las debutantes. "Tan generalizada es la moda del rosa", escribía el periódico, "que algunas mujeres se rebelan contra ella".

**EL ROSA ES PARA... ¿NIÑOS?**

Más o menos al mismo tiempo, el rosa cobró relevancia en otro ámbito: la moda infantil. En torno a la Primera Guerra Mundial, las guías de etiqueta y los consejos de moda empezaron a aconsejar a las madres que vistieran a sus hijos con ropa de colores específicos para cada sexo.

Pero, ¿qué colores? Una encuesta sobre los colores de la ropa infantil realizada en 1927 y publicada en la revista estadounidense TIME muestra una división de opiniones entre los minoristas: Filene's y Marshall Field's recomendaban el rosa para los niños, mientras que Macy's, Bullock's y otros afirmaban que el rosa era mejor para las niñas.

Sin embargo, en la década de 1960, las madres empezaron a comprar ropa rosa para sus bebés de sexo femenino y a vestir a sus hijos varones con azules pastel.

"Nada de esta transición se produjo por decreto de los expertos en puericultura ni por proclamación de la industria", escribe la historiadora Jo B. Paoletti. Más bien, el rosa se impuso como símbolo del sexo femenino de un bebé como parte de un impulso posterior a la Segunda Guerra Mundial para reforzar los roles de género tradicionales en los hogares estadounidenses, y porque los minoristas se dieron cuenta de que así podían ganar más dinero.

"Cuanta más ropa de bebé pudiera diseñarse para un niño concreto (y el sexo era la forma más fácil y obvia de distinguir a los bebés), más difícil sería para los padres pasar la ropa de un niño al siguiente, y más ropa tendrían que comprar a medida que su familia creciera", escribe Paoletti. Pronto los minoristas ofrecieron "pasillos rosas" repletos de ropa y juguetes de color rosa para los pequeños consumidores.

**EL LADO OSCURO DEL ROSA**

El rosa también fue rechazado por algunos como símbolo de debilidad o incluso de intenciones siniestras.

En la Alemania nazi, por ejemplo, el color se utilizaba para marcar a los homosexuales en los campos de concentración y exterminio, y al estallar la Guerra Fría, los sospechosos de simpatizar con el comunismo recibían el despectivo nombre de "pinkos", término que se refería a una persona con tendencias "rojas" hacia la política radical.

Mientras tanto, los miembros del movimiento de liberación de la mujer intentaron distanciarse de un color que se había vinculado inextricablemente con la feminidad y la sexualidad: Marilyn Monroe bajando las escaleras con un escandaloso vestido rosa, rodeada de hombres con esmoquin.

Las antifeministas, por su parte, adoptaron el rosa; la escritora Helen B. Andelin, por ejemplo, hizo apariciones públicas con conjuntos totalmente rosas en los años 60 y 70 durante conferencias en las que animaba a las mujeres a abandonar el feminismo y abrazar la vida de amas de casa.

**REIVINDICACIÓN DEL ROSA**

El rosa se sigue asociando a la feminidad, pero en las últimas décadas, grupos que antes lo usaban con desdén lo han reivindicado.

En la comunidad LGBTQ, por ejemplo, personas que antes se veían obligadas a vestir de rosa por estar marginadas han adoptado el color como símbolo de su movimiento por la justicia social. En 1987, la AIDS Coalition to Unleash Power (ACT UP) adoptó un triángulo rosa chicle en su campaña "Silencio = Muerte" para concienciar sobre el VIH/sida y desestigmatizar la enfermedad. Fue sólo un ejemplo del uso del rosa para representar el orgullo gay.

Algunas feministas también han reivindicado el color, luchando contra los estereotipos de género con una adopción irónica de todos los tonos de rosa, fucsia y rosa chicle. En la Marcha de las Mujeres de 2017, por ejemplo, un mar de manifestantes con "gorros de gatita" rosas con orejas de gato protestaron contra la toma de posesión del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, cuyos comentarios lascivos sobre los genitales femeninos durante una entrevista filtrada provocaron la condena mundial.

Hoy en día, el rosa es lo que uno hace de él, y su popularidad ha vuelto a crecer. En 2016, Pantone anunció que un tono de rosa empolvado (denominado Millennial Pink por la generación que lo había adoptado) era su Color del Año.

**LA CASA DE MUÑECAS DE BARBIE, EN BERLÍN**

Es el mundo rosa intenso de Barbie, y estamos viviendo en él. A pesar de la moderna reacción contra el rosa, el amor por este color ha vuelto con fuerza. En esta fotografía, una instalación única, interactiva y a tamaño real en el centro de Berlín da vida a la casa de muñecas de Barbie, con fuente de tacones rosas y todo.

Este año, la película de Greta Gerwig sobre Barbie ha contribuido al auge de la estética rosa "Barbiecore", inspirando a sus admiradores a saturar sus hogares y armarios con todos los tonos de rosa. Según Axios, las búsquedas del término "habitación estética Barbiecore" aumentaron más de un 1000% entre mayo de 2022 y mayo de 2023, lo que refleja el ansia de los consumidores por interiores tan rosas como sea posible.

No se sabe cuál será la próxima permutación del rosa que nos cautive, pero dada la colorida historia de las tonalidades que se sitúan entre el blanco y el rojo, es probable que el próximo apogeo del rosa esté a la vuelta de la esquina.