



Alberto R. Roldán



«Si la ropa es un lenguaje, el color es nuestro tono de voz», dice

■ CARMEN SEBASTIÁN/PSICÓLOGA EXPERTA EN COMUNICACIÓN EMOCIONAL

«Si quiere pasar inadvertido, use el gris»

-Según dice, el color y la luz influyen en nuestro estado de ánimo...

-Sí, en muchas ocasiones se elige una prenda de determinado color según nuestro estado anímico y al revés: de alguna forma se puede modificar el ánimo eligiendo un color u otro. Uno de los mejores ejemplos son los carnavales, en los que las personas se visten con atuendos que no son el suyo y adoptan una personalidad diferente.

-Hablemos de colores. ¿Por qué el gris tiene tan mala fama?

-Según el tono de gris, el plateado es sinónimo de elegancia, un gris marengo es perfecto para un traje de chaqueta... Pero sí, el gris anodino, ese gris mosca, nos remite a un mundo sin color, sin luz y triste. Eso sí, es el más adecuado si se quiere pasar inadvertido.

-¿Y para llamar la atención?

-Los tonos vivos: naranjas, amarillos, verdes. También remiten al peligro porque se ven inmediatamente.

-El negro remite a la elegancia, el rojo a la pasión... No tenemos una mirada virgen frente los colores, más bien es producto de la cultura adquirida.

-Sí, son referencias que nos van

estructurando e integrando. El color y el atuendo son elementos para adaptarnos a la sociedad en la que vivimos.

-Así, el amarillo es gafe para unos y tiene un significado de distinción en otros.

-Efectivamente. El amarillo es un color poscrito para los actores, por ejemplo, mientras que en Oriente estaba reservado para los dioses y emperadores.

-También hay algunos a los que se les da una connotación negativa. El rosa sirvió, por ejemplo, para estigmatizar a los homosexuales durante el nazismo...

-Seguramente se eligió porque,

o al menos así se indica en nuestra encuesta, es un color muy vinculado a la mujer y a la feminidad.

-Otros se identifican inmediatamente con determinados movimientos sociales.

-Sí, y ahí se pueden encontrar contradicciones muy curiosas. Por ejemplo, el morado está vinculado al movimiento feminista pero también es el color de los elegidos en la liturgia católica. El morado es un color muy curioso...

-¿Por qué?

-Sale a resultados de la fusión del rojo con el azul, un color caliente y otro frío. Esa unión trae inevitablemente un conflicto.

-Pues ahora está muy de moda.

-Ya, cada uno que lo interprete como quiera...

-Supongo que tampoco es casual que el PP elija el naranja como, por así decirlo, imagen de marca y el PSOE no abandone el rojo...

-No lo dude. El PSOE sigue fiel a un color con fuertes vinculaciones históricas y el PP ha optado por un tono vivo que sugiere dinamismo. Son estímulos que no hacen falta verbalizar, y no olvidemos que la vista es el sentido más desarrollado que tenemos.

-¿Por qué unos colores que nos encantaba ponernos luego, con el tiempo, los aborrecernos?

-El color de la ropa que vestimos tiene un contenido emocional, la asocias a recuerdos. Hay vestidos que son como un amuleto, otros creemos que nos dan mala suerte y también hay lo que nos rememoran malas experiencias.

-O sea que la ropa...

-Te diré una cita: la ropa es inevitable, no es más que la decoración de nuestra mente hecha visible.

-¿Y el color?

-Bueno, si la ropa es un lenguaje, que no es, el color sería lo más parecido a nuestro tono de voz.

Con barriguita



Paco REYERO

Si «Cañoncito Pum» Puskas apareciera esta mañana tocando el timbre del Santiago Bernabéu y vestido de chándal, en el mejor de los casos los porteros lo confundirían con el encargado de una pollería que ha aparcado el camión frigorífico en doble fila. Por esta simplificación que da el porte—tan potente como la de los estereotipos—, cuando el húngaro vino cargado de lorzas y después de recorrer media Europa, nadie le habría ofrecido unas botas de tacos sino un cuchillo canicero y un mandil para que se se mezclara con tocinos, morcillas y carretas de cerdo y nunca para que le pasara la pelota a **Alfredo Di Stéfano**. De titular, sí, pero en un puesto de mercado de abastos.

Cuando Puskas jugaba en el Real Madrid y en la España de **Franco** por huir del frío ruso, las camisetas eran de felpa y ningún jugador tenía intención de hacerse la cera en el vestuario. Hoy piden hora en la estificación y algunos sólo se dejan tocar la cabellera por su pelu-

Con tal de estar en forma hace carreras en los anuncios de desodorante

quero personal. Aquel hombre estaba gordo pero jugaba del carajo. No venía de invitado a «¿Dónde estás corazón?» sino a salir en el NODO levantando Copas de Europa.

Estos días se le ha descubierto la barriguita a **Ronaldinho**. Una tabla de planchar color café con leche si la comparamos con la masa corporal blanca de los que lo vapulean desde cualquier sofá del país. Sale al campo con un balón imantado a los pies y no sólo corre por la banda sino que, con tal de estar en forma, hace carreras en los anuncios de desodorante. El aluvión de comentarios por la barriguita no soporta su buen rendimiento. Todo obedece a la dictadura estética que también manda en el fútbol y que no descarta llevar a muchachos como éste a «Cambio Radical» para que le arreglen los dientes o prohíba futbolistas feos. Al último que vi con barriga—de reglamento— fue a **Michael Caine** en «Evasión o victoria», la película de **John Huston**. Eso sin contar a **Maradona**, claro.

En 20 líneas

Carmen Sebastián ha presentado un estudio sobre la luminosidad y los colores para Ariel. También ha publicado el libro, «La comunicación emocional», para tomar consciencia de la imagen que se transmite en cada momento en función de la postura que

se adopte con el cuerpo, la entonación de la voz, o los las imágenes que se utilicen. «Cuanto se usen de forma más congruente, más poder se tendrá», dice. Es una apasionada del estudio del color, «que descubre mucho de nosotros mismos».