

## Rosso Cina: intervista a Barbara Pietrasanta

### China Red: an interview with Barbara Pietrasanta

di/by: Lia Luzzato

Nell'immaginario occidentale la Cina è rossa, rosso lacca: un colore e una tecnica che hanno segnato l'opulenza e il fasto delle antiche dinastie.

La lacca è un prodotto di origine vegetale è una resina tratta dagli alberi della specie *Rhus Vernicifera*, diffusa in tutto l'Oriente, che devono avere almeno 10 anni di vita prima di poter essere intagliati per essere incisi e estrarre il loro succo lattiginoso il cui colore poteva essere modificato, per raggiungere la tonalità gradita, con l'aggiunta di ossidi di ferro e in seguito di pigmenti o con la sovrapposizione di strati di colore diverso per riuscire ad ottenere la tonalità desiderata. Il procedimento prevedeva inoltre, tra un passaggio, e l'altro uno strato di lacca trasparente e una levigatura perfetta per poter ottenere un rosso ricco e profondo. Un colore e una tecnica raffinata e delicata, sviluppatasi durante la dinastia Han (206 a.C.) e che ha attraversato i secoli raggiungendo apici di grande splendore sotto la dinastia Ming (1368-1644) dove il rosso delle lacche viene addirittura scolpito e cesellato con foglie d'oro, incrostato di madreperla e di pagliuzze d'argento.

"Il rosso lacca è il colore simbolo della dinastia Han, quella che diede il nome alla popolazione etnica cinese, il colore dei suoi vasi di terracotta e delle sue divise militari" scrive Barbara Pietrasanta nel libro "L'ideogramma al Neon" dove racconta la sua esperienza professionale, estetica e di vita nella Magnifica terra di mezzo.

Artista e direttore creativo dell'agenzia pubblicitaria Anyway, da lei stessa fondata alla fine degli anni '80, è docente da diversi anni alla ZhongGuan Vocational Training School di Shanghai dove intraprende progetti di formazione sulla comunicazione visiva.

Dalla prime pagine del suo libro viene incontro una superficie completamente rossa con un sinogramma bianco al centro, una lucente tonalità pantone che suggerisce la prima domanda.

For the Western imaginary China is red, lacquer red: a colour and a technique that marked the opulence and splendour of the ancient dynasties.

Lacquer is a product of vegetal origin, being a resin extracted from the trees of *Rhus Vernicifera*, common in all the Orient and that need to grow for at least 10 years before it is possible to carve them in order to extract their milky juice, the colour of which could be modified, to obtain the required hue, by the addition of iron oxides and subsequently pigments or by overlapping layers of different colours in order to attain the desired tone. This process also contemplated, between each step, a layer of transparent lacquer and a perfect smoothing in order to attain a rich and deep red. These refined and subtle techniques for an equally precious colour, were developed during the Han dynasty (206 B.C.) and through the centuries have reached peaks of great splendour under the Ming dynasty (1368-1644) where the red of lacquers was even sculpted and chiselled with golden leaves, encrusted with mother-of-pearl and silver particles.

"Lacquer red is the symbol of the Han dynasty, the one that gave name to the whole Chinese ethnic population, the colour of their earthen vases and their military uniforms" writes Barbara Pietrasanta in the book "L'ideogramma al Neon" [The Neon Ideogram] where she tells her professional, aesthetic and life experience in the magnificent Central Kingdom.

Artist and creative director of the advertising agency Anyway, founded by her at the end of the Eighties, she teaches since several years at the ZhongGuan Vocational Training School of Shanghai where she carries on formative projects on visual communication.

From the first pages of the book the first thing that catches the eye is a completely red surface with a white ideogram in the middle, a shiny pantone tone that suggests our first question.



#### A cosa si deve la scelta di questo rosso?

È assolutamente il colore che colpisce di più quando si entra in contatto con l'ambiente urbano Orientale. Il rosso è dappertutto, nei templi, nelle locande, nell'arredamento, nelle lanterne, negli abiti, nelle insegne, nelle città, con gradazioni diverse: un rosso lucido che vira al porpora per i templi la cui sacralità è sottolineata anche dall'uso dell'oro; un rosso quasi pompeiano per le mura della Città Proibita di Pechino i cui meravigliosi padiglioni si declinano in tonalità dal rosso all'arancio; un rosso che si avvicina al magenta per l'abito da sposa tradizionale; un rosso vivo di reminiscenza rivoluzionaria per le grandi pubblicità stampa e per tutto il materiale editoriale: testate, i titoli, ambientazioni delle foto. Il rosso in Cina è un fil rouge tra la tradizione e la contemporaneità. Il bianco del sinogramma, che significa "felicità," è stato invece una scelta estetica e di leggibilità, esso proviene da un sigillo che in Cina dovrebbe essere rigorosamente di inchiostro rosso.

#### What is there behind the choice of such a red?

It is undoubtedly the most striking colour when one first gets in touch with the Oriental urban environment. Red is everywhere, in the temples, in the taverns, in the furniture, in the lanterns, in the clothes, in the shop signs, in the cities, with different gradations: a glossy red that almost turns purple for the temples, whose sacred nature is also underlined by the use of gold; an almost Pompeian red for the walls of the Forbidden City of Beijing, whose magnificent pavilions' shades vary from red to orange; an almost magenta red for the traditional wedding dress; a vivid red that is reminiscent of the revolution for the huge press advertisements and more in general for all the publishing material: headlines, titles, pictures' settings. Red in China is a sort of common thread that links tradition and contemporaneity. The white used for the ideogram, that means "happiness", has instead been chosen for its appearance and legibility, and it comes from a seal that in China should strictly be made of red ink.



**Un colore così presente e invasivo deve essere latore di messaggi, simboli e tradizioni importanti, diffusi in tutto il paese.**

Assolutamente, pare addirittura che, contrariamente all'Occidente, questo colore non abbia nella sua simbologia alcun riferimento negativo. In particolare il rosso-arancio è associato alla buona sorte, alla terra, alla vitalità. Nella simbologia del Tao è il colore che rappresenta il ritorno ciclico della Yang, dopo il solstizio d'inverno e le sfumature più aranciate sono espresse da un sinogramma che oltre al colore esprime il concetto di: "pregare per avere fortuna". Inoltre, come per noi, il Capodanno viene festeggiato all'insegna del rosso e ai bambini si regalano buste di questo colore contenenti delle banconote. La parola "Chi" che indica il rosso cinabro, trasmette anche i significati di cordialità e di sincerità, di lealtà e di coraggio.

**Il rosso ha attraversato epoche molto diverse tra loro per valori e ideologia senza perdere la sua forza comunicativa ed emozionale anche oggi dove tutto è globalizzato.**

Si il colore rosso resiste e si è inserito in tutti i linguaggi odierni, dall'arte alle più svariate forme di comunicazione. Non è più solo il colore della propaganda comunista, ma il vestito di una nuova generazione che sta cercando una propria identità e collocazione in un universo di valori cambiato.

L'artista Li Shan, in "Rosso fiore" un'opera del 1995, ripropone un giovane Mao su una grande campitura rossa come quella dei dazibao della propaganda maoista. Il leader è presentato con un fiore in bianco bocca e ha un aspetto effeminato: una rivisitazione dell'immagine in chiave pop, forse per esorcizzarla. Del resto questo colore è stato usato a piene mani nell'immagine coordinata delle Olimpiadi di Pechino: la realizzazione che ha coronato il debutto di questo popolo sul palcoscenico del villaggio globale. Una rappresentazione visuale forte, ricca di valenze simboliche poggiata sulla forza del rosso. Questo colore-simbolo che ha incarnato speranze e ideali cinesi, attraversando inalterato i secoli e le epoche storiche, era presente ovunque negli inviti, nei programmi, negli standard, spesso accostato al giallo: un richiamo alle stelle gialle della bandiera.

Anche il simbolo delle olimpiadi, il pittogramma in negativo su fondo rosso, di un atleta in movimento, richiamava i timbri rossi, utilizzati come sigillo di autenticità sui documenti ufficiali e sui dipinti.

Such a present and invasive colour should bear important messages, symbols and traditions, popular all over the country.

For sure it is, it even seems that here, unlike the West, this colour has in its symbology no negative reference. Red-orange in particular is related to good luck, to the earth, to vitality. In the Tao symbology it is the colour representing the cyclic return of Yang, after the winter solstice and the most orange shades are expressed by an ideogram that means not just the colour name but also the concept: "praying to get luck". In addition, as it happens for us, the New Year is celebrated under the sign of red and red envelopes containing banknotes are given to children. The word "Chi", that means cinabar red, conveys also the meanings of friendliness and sincerity, loyalty and courage.

**Red has travelled through many epochs, different for values and ideologies, without losing its communicative and emotional power, even now when everything goes global.**

Yes, the red colour resists and it is inside every contemporary language, from art to the most various forms of communication. It is no longer just the colour of communist propaganda, but the dress code of a new generation that is looking for an identity and a place in a universe of changed values. The artist Li Shan, in "Flower Red" a work of 1995, reproduces young Mao against a huge red background similar to the wall posters of the Maoist propaganda. The dictator is represented having a flower in the mouth and it has an effeminate look: a pop-like reinterpretation of the image, maybe with an exorcizing intent. After all this colour was abundantly used for the coordinated image of the Beijing Olympic Games: the achievement that has fulfilled the debut of this country on the centre stage of the global village. A strong visual representation, rich in symbolic values based on the strength of red. This colour-symbol that has embodied hopes and ideals of Chinese people, travelling unchanged through the centuries and the historical periods, was everywhere on invitation cards, on programs, on banners, often mated to yellow: a clear reference to the stars of the national flag. Also the symbol of the Olympic Games, the negative image of a pictogram on red background, representing a moving athlete, reminded the red stamps, used as authenticity seals for official documents and for paintings.

**Anche in Cina la pubblicità può manipolare le reazioni emotive e psicologiche di una persona verso un prodotto usando un particolare colore.**

Sì, la Coca Cola non ne ha avuto bisogno, non ha dovuto adattare nulla, il colore del suo marchio era già rosso! Ed è sempre presente sulla tavola delle famiglie cinesi moderne. Se si chiede a un cinese cosa beve durante i pasti risponderà: Ke-kou-ke-le: sorso di gioia!

Per altri prodotti invece è indispensabile puntare su un colore diverso, soprattutto per i prodotti cosmetici dove il bianco si lega inestricabilmente all'ideale di bellezza femminile come nel passato. In un celebre romanzo dell'epoca Ming la protagonista ha la treccia folte nere e la pelle nivea. Così per le vie delle grandi città campeggiano volti di donne occidentali o orientali con la pelle bianchissima. Perché le aziende occidentali che vogliono presentarsi sul mercato devono avere una linea essenzialmente "white".

**La Cina e i suoi colori come hanno inciso sul rapporto con il suo lavoro e la sua arte?**

Anche la Cina contemporanea è uno sfavillio di colori e appena entriamo nell'ambiente urbano ci colpiscono le tinte forti, i contrasti per noi inusuali, azzardati e a volte stridenti. E' però proprio la grafica delle insegne e dei cartelloni pubblicitari che colpisce con i loro ideogrammi che campeggiano e saltano agli occhi ricordandoci la loro valenza che va oltre la parola ma è storia e immagine, perché il sinogramma ci racconta molto di quello che è rappre-

**In China too advertising can manipulate the emotive and psychological reactions of a person towards a product just by using a particular colour.**

Yes, Coca Cola did not need that, it had to change nothing, the colour of its brand was already red! And it is always present on the tables of modern Chinese families. If someone asks to a Chinese what he drinks at mealtime, he will answer: Ke-kou-ke-le: a sip of joy!

For other products it is instead necessary to use a different colour, especially for cosmetics, where white is always inextricably connected to the ideal of feminine beauty, as in the past. In a famous novel of the Ming period the female protagonist has thick black plaits and ivory skin. That is why the streets of big cities are decked by the visages of oriental as well as western women showing a perfectly white skin. So the western firms that want to enter the national market have to display an essentially "white" image.

**How have China and its colours influenced the relationship with your work and your art?**

Even contemporary China is a tinsel of colours and when we enter the urban environment, we are struck by the strong hues, the contrasts unusual for us, daring and sometimes jarring. However it is the graphics of signs and street advertising that mostly strike with their ideograms that stand out and catch the eye reminding us of their value that goes beyond words being instead history and image, because they tell much of what is represented





sentato anche nella sua dimensione visuale. Ed è sempre il rosso che prevale su tutto, il colore prediletto, ma lungi pensare che per comunicare in Cina basti fare un messaggio con elementi rossi, sarebbe banalizzante e a discapito dell'originalità. Nelle campagne pubblicitarie e nei lavori che ho realizzato per aziende che si rivolgevano al mercato cinese ho certamente tenuto in considerazione la forza del rosso, nelle sue variegate sfumature, ma occorre considerare che in Cina i colori hanno tutti un significato che è legato a epoche storiche, a elementi della natura, ai sensi e ai sapori. Occorre, quindi conoscere bene il significato dei colori e i loro accostamenti per non cadere in utilizzi banali e fuori luogo.

Per quanto riguarda le mie creazioni artistiche l'oriente ha di certo dato un impulso a vivacizzare i colori dei miei quadri e il rosso è entrato prepotentemente nei miei soggetti, a volte proprio da protagonista. Colore significativo in "When red is red" che si stende in tutta la superficie lasciando uno spazio di affaccio ad un volto occidentale, spettatore di un mondo che per tanto tempo è bastato a sé stesso. Spettatore perché è qui, in Cina, che si sta preparando il futuro del pianeta. In un'altra opera "15 parole e un punto rosso", il colore rosso spicca in infinite sfumature di nero e grigio, certamente ispirato alla tradizione artistica cinese in cui troviamo protagonisti le mille sfumature della china nera.

#### Cosa le ha lasciato questo incontro con differenti linguaggi e percezioni del colore?

Dal mio mondo eurocentrico sono tornata a capire che non si deve dar tutto per scontato e che non esiste, anche per il nostro settore, un linguaggio universale. Tutto passa attraverso l'esperienza e la conoscenza. Sarà interessante vedere cosa uscirà dall'incontro tra le nostre due culture, da questa contaminazione di cui la Cina è già un vivace laboratorio. Ho, inoltre, capito che nel mondo occidentale il legame con il colore e le sue proprietà è prevalentemente legato ad un aspetto estetizzante, veicolato da mode e tendenze spesso svuotate di significato. In oriente restano ancora vivi quei valori legati alla cultura, alla tradizione e alla funzione psicologica ed esso, quindi, continua ad essere linguaggio e codice. Inoltre, resta viva l'idea che il colore possa influenzare il nostro vivere, si pensi all'antica arte geomantica del Feng Shui, ancora molto utilizzata in Cina nella costruzione delle abitazioni e all'utilizzo del colore per ogni stanza come fonte di benessere ed energia. E in riferimento al rosso, esso viene utilizzato in variegate sfuma-

ture, chiaro per un effetto ribassante e scuro per gli

ambientiche devono emanare energia positiva, ma non in cucina perché entrerebbe in contrasto con l'elemento fuoco. Ecco perché in Cina si vive di più l'impatto con il colore, perché esso va ben oltre la semplice funzione estetica ma coinvolge anche mente e spirito.

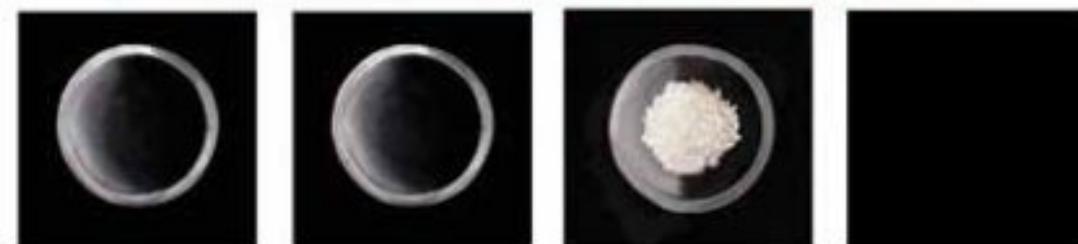
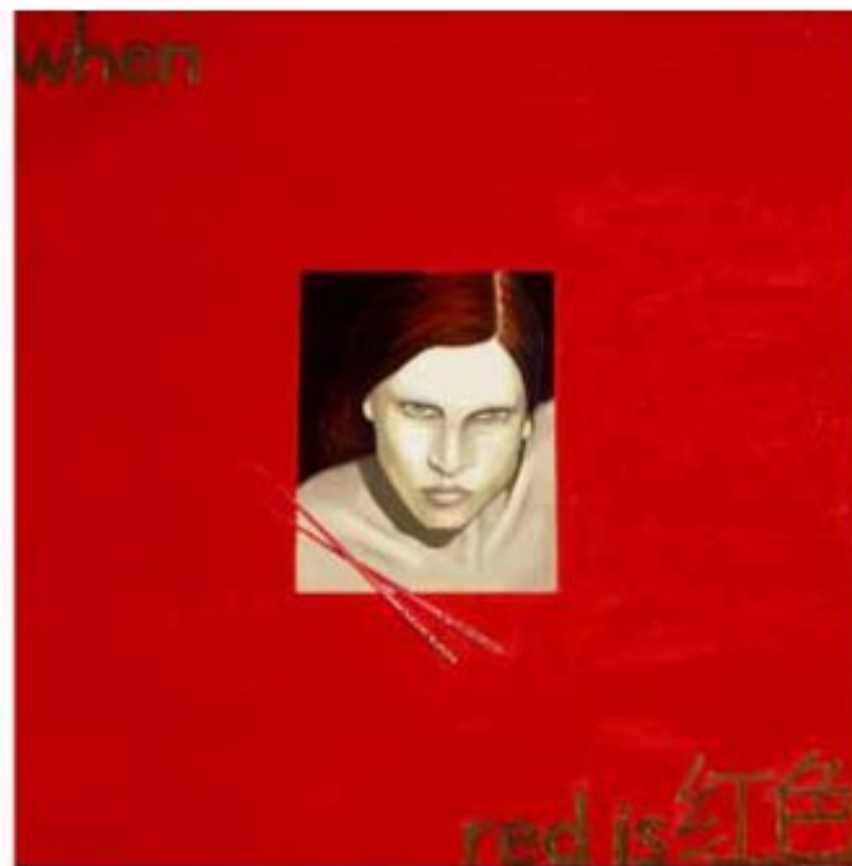
even in their visual dimension. And it is red that always prevails, being the favourite colour, but that does not mean that in China it is sufficient to use red characters for a message, that will be too much predictable and will go the detriment of originality. In the advertising campaigns and in the works that I made for companies aiming at the Chinese market I for sure have considered the power of red, in its various shades, but one has also to consider that in China all the colours have their own meaning referred to certain historical periods, to elements of nature, to the senses and tastes. It is therefore necessary to understand the meaning of colours and their matching in order not to fall into a banal or inopportune use of them. Regarding my artworks, the Orient has certainly given an influence in brightening up the colours of my paintings and red has strongly permeated my subjects, sometimes becoming the protagonist. A meaningful colour as in "When red is red" that covers all the surface leaving a small free space for a western face, spectator of a world that for long was self-sufficient. A spectator, because it is here, in China, that the future of the planet is preparing. In another work "15 words and a red dot", the red colour stands out against infinite shades of black and grey, certainly inspired by the Chinese artistic tradition where we find, having the leading role, a thousand shades of Indian ink.

#### What has given to you this encounter with different languages and colour perceptions?

From my euro-centric world I started again to understand that nothing has to be given for granted and, even in our field, it does not exist a universal language. Everything pass trough experience and knowledge. It will be interesting to see what will come out from the contact of our two cultures, from this contamination of which China already is a dynamic laboratory. Besides I have understood that in the western world the relation between colour and its characteristics is mainly related to the aesthetic aspect, driven by fashions and trends often emptied of any meaning. In the Orient those values related to culture, tradition and psychological function are still alive, and therefore such relation still continues to be language and code. Moreover the idea that colour can influence our lives is still alive, it suffices to think to the geomantic art of Feng Shui, still in use in China for the constructions of houses and to the use of colour in every room as a source of energy and well-being. And referring to red, it is employed in many different shades,

ture, chiaro per un effetto ribassante e scuro per gli ambientiche devono emanare energia positiva, ma non in cucina perché entrerebbe in contrasto con l'elemento fuoco. Ecco perché in Cina si vive di più l'impatto con il colore, perché esso va ben oltre la semplice funzione estetica ma coinvolge anche mente e spirito.

light for a relaxing effect and dark for the spaces that have to emanate positive energy, but not in the kitchen because it will clash with the fire element. That is why in China the contact with colour is more alive, because it goes far beyond a simply aesthetic function but involves also the mind and the spirit.



# Il rosso

## About red

di/by: Giovanni Brino

### Premessa

Il Rosso è uno dei colori più antichi e uno di quelli che ha generato il maggior numero di declinazioni, molte volte contraddittorie, dal Rosso afgano al Rosso zingaro, per ognuno dei quali talora si aggiungono vari sinonimi e falsi sinonimi. Si tratta di 725 voci rispetto ai 15.000 termini finora raccolti nel "Dizionario dei colori", che stiamo allestendo dal 1980, pari al 5%. Nei vari dizionari dei colori, il Rosso è trattato con diversa attenzione. Il Dizionario dei colori di Karnerup-Wanscher, ad esempio, menziona ben 73 tipi di rossi su un totale di 600 voci (oltre il 10%), solo per limitarci a quelle in cui compare il nome "rosso" variamente declinato, mentre il Dictionary of color names di Kelly-Judd ne menziona solo 226 su 7500 (poco più del 3%). Il Répertoire des couleurs, sulle 365 tavole che lo compongono, annovera ben 113 rossi e il Code universel des couleurs di Séguéy ne conta 33 su 720, volendosi limitare ad alcune delle fonti a cui ci siamo principalmente riferiti.

Come avviene per altri colori, anche per il Rosso le numerose declinazioni si polarizzano attorno a due grandi categorie principali.

Alla prima categoria, appartengono i nomi di colori rossi "analogici", vale a dire che fanno riferimento a colori "percepiti" di ambienti naturali o di singoli elementi appartenenti al mondo vegetale, animale e minerale.

Altri riferimenti (forse i più ricorrenti) sono quelli geografici, a volte allusivi dei "colori locali" e a volte evocativi dei luoghi di produzione o di uso di materie coloranti rosse. Come per altri colori, non mancano i riferimenti storici, anche se questi sono decisamente inferiori come numero rispetto a quelli geografici, e neppure mancano quelli "gastronomici", cioè relativi a cibi e bevande. Altri riferimenti, di minore importanza (dal punto di vista statistico) sono quelli di tipo artistico, scientifico, religioso, militare e psicologico. Molte volte, infine, i nomi di colori rossi si riferiscono a oggetti d'uso quotidiano o sono nomi di pura fantasia, per lo più inventati a scopo commerciale.

Alla seconda categoria, appartengono i nomi di colori più autentici, nel senso che connotano le materie coloranti minerali, vegetali o animali, naturali o artificiali, da cui derivano, o che fanno riferimento ai nomi dei loro inventori o ai luoghi o persino ai momenti in cui sono stati prodotti (questo, naturalmente, per il periodo che va dalla rivoluzione industriale ad oggi).

Per cercare di fare un po' di ordine, vale la pena di tentare di dipanare questa realtà così complessa, contraddittoria e ambigua, in modo naturalmente sintetico, attraverso alcuni degli esempi raccolti,

### Foreword

Red is one of the most ancient colours and one of those that has generated the largest number of variations, often contradictory, from Afghan Red to Gipsy Red, to each one of which sometimes various synonyms or false synonyms are added. It covers 725 entries out of 15.000 terms collected until now in the "Dictionary of colours", that we are putting together since 1980, for an amount of 5%. In the various dictionaries of colours, Red is considered in different manners. Karnerup-Wanscher's Dictionary of colours, for example, mentions a good 73 different kinds of red out of 600 total entries (more than 10%), just considering those in which the word "red" appears in its different variations, while Kelly-Judd's Dictionary of color names mentions just 226 kinds out of 7500 (a little more than 3%). Répertoire des couleurs, among the 365 tables forming it, includes 113 reds and Séguéy's Code universel des couleurs enumerates 33 out of 720, just to consider some of the sources that we are mainly referring to.

As it happens for all the other colours, even the numerous variations of Red polarize around two main fundamental categories.

To the first category belong the names of "analogue" red colours, i.e. those referring to the "perceived" colours of the natural environments or of single elements belonging to the vegetal, animal and mineral world. Other references (maybe even more common) are geographical ones, sometimes referring to "local colours" and sometimes reminding of the locations of production or use of red colouring matters. As for other colours, there is no lack of historical references, even though these are definitely inferior in number to the geographical ones, and there even are "gastronomic" ones, i.e. referring to food and drinks. Other less important (at least from a statistical point of view) references are the artistic, scientific, religious, military and psychological ones. Many times, at last, the names of red colours refer to objects of everyday use or are pure fantasy names, mostly invented for commercial purposes.

To the second category belong the names of more authentic colours, i.e. connoting the mineral, vegetal or animal colouring matters they derive from or referring to the names of their inventors or to places and even the times when they were produced (that, of course, is true for the period since the industrial revolution until now).

In the attempt to put some order, it is worth trying to deploy such an intricate, sometimes contradicting and ambiguous, subject, obviously



illustrati da qualche immagine, incominciando dalla prima categoria riferita ai colori "percepiti".

### I nomi di colori rossi percepiti

Come si è detto, una prima serie di declinazioni del Rosso fa genericamente riferimento ai colori dell'ambiente e della natura in generale (Rosso aurora, Rosso di fuoco, Rosso fiamma, Rosso tramonto ecc.). All'interno dell'ambiente e della natura, una buona quantità di voci, certo meno numerose di quelle del colore Verde, fa riferimento al mondo vegetale. A questo mondo appartengono i rossi riferiti ai colori degli alberi, sia per quanto riguarda i tronchi, le foglie o l'aspetto del legno lavorato (Rosso acagiù, Rosso mogano, Rosso foglia, Rosso fiore di pesca ecc.) e sia per quanto concerne i frutti (Rosso bacca, Rosso sorbo, Rosso carruba, Rosso mandarino, Rosso mela ecc.).

Sempre al mondo vegetale, appartengono i nomi di colori che si riferiscono ai fiori e alle piante ornamentali (Rosso begonia, Rosso cactus, Rosso cappuccina, Rosso carniola, Rosso di rosa, Rosso della rosa Neyron, Rosso dracena, Rosso elleboro, Rosso fucsia, Rosso di garanza, Rosso garofano, Rosso geranio, Rosso giacinto, Rosso granata, Rosso guava [Pera delle Indie], Rosso lilla, Rosso malva, Rosso nasturzia, Rosso ortensia, Rosso papavero [Ponceau], Rosso peonia, Rosso pivoina, Rosso rabbia, Rosso sorbo, Rosso spirea, Rosso vegetale, Rosso violaceo ecc.).

Al mondo animale si riferiscono i nomi di colori delle pelli o delle piume o di altre parti del corpo di animali, sia domestici che selvaggi, di pesci, di uccelli, di insetti, di rettili ecc. (Rosso cresta di gallo, Rosso di capelli,

in a concise way, using some of the examples found, illustrated by some pictures, starting from the first category, the one referring to "perceived" colours.

### Perceived red colour names

As said, a first series of variations of Red is in general referred to the colours of the environment and nature in general (Aurora Red, Fire Red, Flame Red, Sunset Red etc.).

In the context of nature and environment, a good amount of entries, even though less numerous than those related to the colour Green, are referred to the vegetal world. To such world belong the reds referring to the colour of trees, with hints to their trunks, leaves or to the appearance of carved wood (Acajou Red, Mahogany Red, Leaf Red, Peach Flower Red etc.) and also regarding the fruits (Berry Red, Rowan Red, Carob Red, Tangerine Red, Apple Red etc.).

To the vegetal world belong also the names of the colours referring to ornamental flowers and plants (Begonia Red, Cactus Red, Nasturtium Red, Cornelian Cherry Red, Rose Red, Neyron Rose Red, Dracaena Red, Hellebore Red, Fuchsia Red, Madder Red, Carnation Red, Geranium Red, Hyacinth Red, Pomegranate Red, Guava Red [Indies Pear], Lilac Red, Mallow Red, Hydrangea Red, Poppy Red [Ponceau], Peony Red, Pivoine Red, Spirea Red, Vegetal Red, Purple Red etc.).

With reference to the animal world are the names of the colours of skins and plumage or other body parts of animals, either wild or domestic, of fishes, birds, insects, reptiles etc. (Cock Crest Red, Hair Red, Pheasant Red, Mutton Liver Red, Flamingo Red, Ibis Red, Lion Red, Skin