

## USOS RETÓRICOS DEL COLOR: TROPOS CROMÁTICOS EN PUBLICIDAD Y ARTE

*José Luis Caivano  
Mabel Amanda López*

Las figuras retóricas se definen como un desvío, una transgresión conceptual o formal producida en un enunciado con el objeto de que el receptor lea una significación más allá de lo literal. Usualmente se considera que su terreno es la poética o el lenguaje figurado; sin embargo, estas operaciones atraviesan todo tipo de discurso y lenguaje. Para que las operaciones retóricas se perciban como tales es necesario que existan reglas o normas de enunciación, de las cuales las operaciones retóricas constituyan alteraciones o contravenciones creativas.

Las figuras retóricas nacen en la antigua Grecia como una parte de la técnica retórica o arte de persuadir. La Retórica de Aristóteles (350 a.C.) es la obra más antigua que aún se conserva sobre el tema. Para argumentar en favor o en contra de algo o sobre la utilidad o inconveniencia de determinada cosa, era necesario apelar a una técnica para encontrar qué decir (los argumentos apropiados) y cómo expresar esas ideas. La parte de la Retórica que se ocupa de las figuras del discurso usadas para persuadir (cómo decir) se denomina elocutio. Durante mucho tiempo se generalizó y extendió el análisis de los tropos (figuras) para explicar los usos estéticos (creativos) del lenguaje, su función poética. Los desvíos que aparecen en los textos creativos respecto de los usos ordinarios del código se corresponden con un nutrido repertorio de figuras retóricas que los estudios de la poética fueron acuñando. Roland Barthes (1970) recuperó para sus contemporáneos el espíritu original de la retórica aristotélica, revalorizando la potencialidad persuasiva de la técnica retórica.

De este modo, es posible caracterizar dos vertientes en el uso de las figuras retóricas según el tipo de enunciado en que se manifiesten: por un lado, como potenciadoras de los argumentos persuasivos (enunciados apelativos: por ejemplo, publicidad, ilustración de prensa, campañas políticas, etc.) y, por otro, como formas puramente estéticas (enunciados poéticos: por ejemplo, artes plásticas, pintura, fotografía artística). Las figuras retóricas en tanto recurso poético, trabajan sobre el mensaje abriendo y multiplicando los sentidos de la obra; paralelamente, al transgredir patrones establecidos (en poesía y artes plásticas) contribuyen en la configuración de nuevos cánones estéticos. En el análisis que proponemos se presentarán ejemplos de figuras retóricas cromáticas (generadas por el uso del color) de ambos grupos, haciendo la aclaración que, aunque su sentido pudiera sea análogo, variará su función pragmática, en la comunicación.

Los enunciados visuales también manifiestan operaciones retóricas, en la medida en que el receptor tenga incorporadas reglas o normas pre-establecidas que pue den alterarse para producir un mensaje fuera de lo convencional. Las imágenes artísticas, la pintura, la arquitectura, la fotografía, la caricatura, la publicidad y muchos otros géneros de la producción visual basan su eficacia, en gran medida, en el uso retórico de los signos visuales.

Reconocer figuras retóricas en un enunciado requiere haber incorporado un modelo previo de lo normal o esperable, es decir, la isotopía sobre la cual se puede producir un desvío o trasgresión. Si el significado de lo percibido coincide con lo concebido según el marco referencial de lo representado, el enunciado no tiene un trabajo retórico y todos los sentidos confluyen hacia el mismo tema (isos: igual, topos: lugar, o tema). En cambio, cuando el grado percibido es incongruente respecto del grado concebido, el enunciado es alotópico (tiene diversidad de sentidos), hay figuras retóricas en su construcción (Grupo  $\mu$  1992 [1993: 231-234]).

La Figura 1 —tres íconos que representan el mismo referente “vaca”— es un ejemplo sencillo de cómo el intérprete reconoce el desvío a partir de una isotopía. La vaca que ilustra el diccionario se ajusta perfectamente a la idea que tenemos del referente. En cambio, la vaca de la publicidad de chocolates Milka es alotópica, percibimos un desvío respecto de nuestra concepción del referente representado.

La adjunción del color violeta genera una alotopía, porque introduce sentidos más allá del significado de vaca, que además de llamar la atención promueve una hipótesis de interpretación por parte del lector de la imagen. La vaca que presenta la señal “animales sueltos en la ruta” se adecua a la idea de vaca, pero presenta una estilización (que es una de las tantas figuras retóricas), en la cual algunos rasgos se suprimen y otros se acentúan para favorecer una comunicación más rápida y eficaz en un contexto determinado.



Figura 1. Ejemplos de isotopía y alotopía.

Los textos alotópicos no “dicen” simplemente lo que manifiestan, contienen un sentido figurado, retórico, más allá de lo visible. El lector cuenta con las reglas de coherencia que lo ayudan a resignificarlo y encontrar su sentido verdadero, su significado latente.

El uso de estas reglas de coherencia por parte del lector y su trabajo interpretativo son el correlato de la presencia de operaciones retóricas en la producción del texto, que generarán figuras retóricas. Siguiendo a Durand (1970), podemos clasificar a las figuras retóricas agrupándolas en operaciones de:

- **Adjunción:** agregado de un sema (unidad de sentido que genera la alotopía); en los casos que vamos a ver, ese sema es el color.
- **Supresión:** omisión de un elemento (en nuestro caso un elemento cromático) que, según nuestro marco referencial se percibe como un faltante en la imagen.
- **Sustitución:** se reemplaza un elemento referencialmente isotópico de la representación (por ejemplo el color realista), por otro cuya sustitución paradigmática produce significados metafóricos.
- **Permutación:** se intercambian elementos esperables en lo representado (en nuestro caso los colores esperados), generando sentidos también inversos.

Estas cuatro operaciones básicas se relacionan con el repertorio de tropos o figuras retóricas visuales. Los tropos visuales son muy numerosos; sólo resumiremos los más usados por la retórica visual, y que se generan en la utilización “desviada” del color.

## 1. OPERACIONES DE ADJUNCIÓN

1.1. La aliteración es la repetición de un elemento cromático de la imagen que, en la reiteración, evoca un sentido, una connotación. En una publicidad de agua de colonia Kenzo, el color azul oscuro del frasco del perfume se repite en las gemas de una pecera, el pez, los ojos de una mujer y en la tipografía y, en conjunto, refuerzan el nombre del producto: eau.

1.2. La gradatio (gradación) es una repetición cromática, en donde se mantienen elementos constantes, aunque incorporando alguna modificación en el color, que contrapone el elemento reiterado al resto de la serie y manifiesta así una variación respecto del anterior. En el póster diseñado por Cassandre que se muestra en la Figura 2, la escena es repetida en tres instancias, en las cuales aparece una adjunción de color, y la escena va de lo acromático a lo cromático a medida que el personaje bebe el vino. Por la misma operación, la tipografía se llena con color a lo largo de las tres etapas, hasta que se despliega el nombre del producto completamente lleno. Ésta también es una relación metonímica de causa-efecto.

1.3. La comparación es un paralelismo entre dos o más imágenes que tienen como rasgo en común el color. El lector interpreta que adjuntarlas (poner una al lado de la otra) es igualarlas en algún aspecto de su significación. En una publicidad de vino blanco, la imagen de una joya reúne el dorado (oro) y el verde (esmeralda).

La traslación de esos colores a las imágenes siguientes (copa de vino blanco y botella verde) permite comparar vino con joya. Esta adjunción argumenta sobre el carácter único y valioso del producto publicitado.

1.4. La antítesis es una forma de comparación basada en la contraposición cromática de dos figuras o imágenes, esta oposición se traslada a las ideas que se expresan en el texto visual. Por ejemplo, la oposición cromático-acromático suele expresar una comparación antitética de dos épocas. Es frecuente connotar temporalidad oponiendo la imagen en color (tiempo presente) con uso de blanco y negro (tiempo pasado).



Figura 2. Adjunción: ejemplo de gradación por medio del color.

## 2. OPERACIÓN DE SUPRESIÓN

2.1. La elipsis es la supresión de un elemento cromático significativo de la imagen, que al omitirse se pone en evidencia. Justamente llama la atención del lector por su ausencia y adquiere carácter significativo. La publicidad de pasta dental (Figura 3) juega con el vacío de imagen. El gran plano blanco central es llamativo, porque se percibe como un "faltante" que deberá resignificarse. La blancura justamente es la cualidad de la crema dental que se quiere exaltar como argumento publicitario.



Figura 3. Supresión: elipsis.

## 3. OPERACIONES DE SUSTITUCIÓN

3.1. La metáfora es la sustitución del color de una imagen por otro, basándose en una comparación implícita. Las metáforas pueden originarse en la pertenencia a los mismos paradigmas formales, conceptuales o ideológicos; por ejemplo, el color verde en lugar de la esperanza. El observador reconoce la relación y accede al verdadero sentido del texto. Dos clases especiales de relaciones metafóricas son la personificación y la animización. En la personificación, la relación de sustitución del color de un objeto o animal produce su humanización. El color rojo-anaranjado de la piel luego de una exposición inadecuada al sol (Figura 4) está habilitando la sustitución de estos camarones por los dos niños citados en el texto: "Hoy Javier y Florencia tomaron su primer día de playa". La personificación gráfica es una visualización de una metáfora verbal: "quedar como un camarón".

3.2. En la metonimia, los significados atribuidos al color de un objeto son transferidos a otro objeto, según una relación de contigüidad en el eje sintagmático. Los dos elementos presentes en la imagen tienen una relación de cercanía indicial, que puede ser existencial o causal (relación entre una parte y el todo, entre el continente y el contenido, entre causa y efecto). Entre las asociaciones

metonímicas más frecuentes, cuando una imagen aparece alotópicamente en color sepia, señala el tiempo pasado. Por el contrario, el color azul y el brillo metalizado remite metonímicamente al futuro cuyo paradigma son los viajes espaciales y el desarrollo tecnológico.

La cualidad de "futurista" es aprovechada como argumento en la publicidad de algunos productos.

3.3. La silepsis, dilogia o polisemia es un recurso por el cual un color puede tener dos o más sentidos al mismo tiempo. Ese "doble sentido" cromático habilita también dos o más lecturas simultáneas de un mismo texto, sin que una excluya a la otra. En el afiche de Shigeo Fukuda de la Figura 5, una obra de su serie de figuras de ilusión, es posible elegir el negro o el blanco como fondo o como figura y, según el caso, variará la imagen propuesta y la orientación de la lectura.



Figura 4. Sustitución: metáfora, personificación.

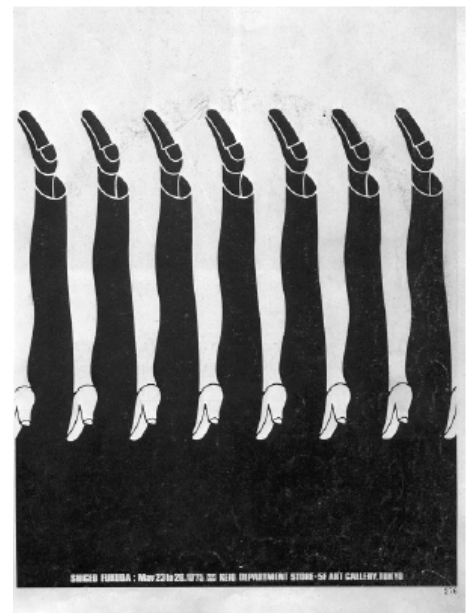


Figura 5. Sustitución: silepsis o polisemia.

#### 4. OPERACIÓN DE PERMUTACIÓN

4.1. El quiasmo es una inversión formal que conlleva una inversión semántica. La permutación del color (elemento morfológico) implica la permutación del sentido. En la Figura 6, afiche perteneciente a una campaña contra el abuso de cocaína, quebrar la imagen del rostro humano por un eje horizontal promueve el intercambio con los espacios en blanco. La cocaína (metaforizada por el color blanco) llena los espacios del cerebro y la nariz, a la vez que muestra la disolución del sujeto.



Figura 6. Permutación: quiasmo.

Las figuras retóricas analizadas se comprenden (y justifican) en la medida en que sustentan una argumentación. Los ejemplos pictóricos que analizaremos a continuación, en cambio, están desligados de la función persuasiva, y su función dominante es estética. Las figuras retóricas, entonces, manifiestan un trabajo sobre el mensaje.

En la pintura clásica suele haber un equilibrio entre los tres colores primarios, rojo, amarillo y azul, como en la pintura de Rafael, *Madonna con niños*, del 1500, donde hay aspectos simbólicos, ya que el uso del azul para el vestido de la Virgen, por ejemplo, estaba codificado como símbolo de virginidad.

Esta armonía de los tres colores primarios suele aparecer con cierta regularidad en varios períodos pictóricos, y podríamos decir que es casi una regla sobre la cual se hacen variaciones. En los clásicos cuadros de Mondrian de principios del siglo XX aparecen los tres colores, pero ya son un juego puramente sintáctico, el carácter de representación simbólica ha sido sustituido por una función plástica estética.

En *Paleta con paisaje*, Camille Pissarro hace un juego retórico de sustitución entre los colores dispuestos en su paleta de pintor, que se transforman en elementos de un paisaje y generan un cuadro (Figura 7).



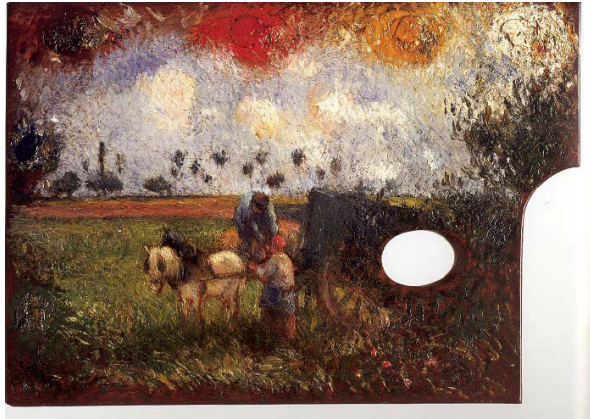


Figura 7. Camille Pissarro, *Paleta con paisaje*, óleo sobre la madera de una paleta, 1879.

Un ejemplo de antítesis formal puede encontrarse en el grabado de Escher titulado *Día y noche*, donde la oposición negro/blanco se correlaciona con la oposición conceptual entre día y noche. En la zona central hay ambigüedad entre fondo y figura, y se produce una silepsis (Figura 8).

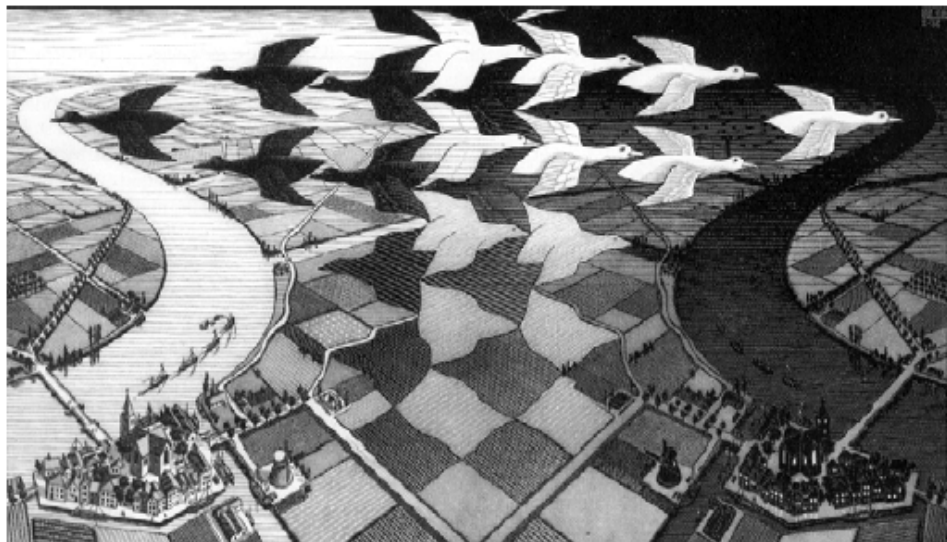


Figura 8. Maurits Escher, *Día y noche*, grabado, 1939.

En la pintura de Magritte titulada *El imperio de las luces*, es evidente la incongruencia en la representación de la iluminación, ya que esta imagen no es posible en el mundo real. A través de este recurso, Magritte pone en evidencia la artificiosidad de la representación realista e ironiza sobre las convenciones que median la codificación de lo aparentemente verdadero (Figura 9).



Figura 9. René Magritte, *El imperio de las luces*, óleo sobre tela, 1954.

La serie de banderas de Jasper Johns constituye un caso particular de metonimia, ya que los cuadros están hechos con trozos de tela pegados, en una relación existencial con el objeto que se representa (la bandera) (Figura 10a). En esa operación retórica no interviene el color, pero en otros de sus cuadros, como en *Bandera blanca*, de 1955, los colores de la bandera norteamericana aparecen alterados (Figura 10b). Aquí se da una operación de supresión cromática, una elipsis, y la bandera sólo se reconoce por las variaciones texturales y los trazos que delimitan las bandas y estrellas. Al reconocer la bandera norteamericana, el observador inmediatamente repone en su mente los colores que faltan en el cuadro.



a)





b)

Figura 10. Jasper Johns: a) *Bandera*, encáustica, óleo y collage sobre tela, 1955; b) *Bandera blanca*, encáustica y collage sobre tela, 1955.

Resumiendo, hemos visto cómo el color es un elemento relevante para la producción de figuras retóricas visuales, ya sea con un uso argumentativo persuasivo, como en el caso de la publicidad, o para producir goce estético a partir de la ruptura de cánones artísticos, como en el caso de la pintura. Nuestra conclusión es que dentro de la retórica de los mensajes visuales, el color es uno de los elementos más importantes. No obstante, no se habían realizado estudios específicos en este sentido, y es por ello que con este trabajo pretendemos aportar una primera aproximación a la relación del color con el campo de la retórica visual.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARISTÓTELES. 350 a.C. *Retórica*, trad. española (Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1953).
- BARTHES, Roland. 1970. "Recherches rhétoriques," *Communications* 16. Trad. española, *Investigaciones retóricas, I. La antigua retórica* (Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1972).
- DURAND, Jacques. 1970. "Rhétorique et image publicitaire," *Communications* 15. Trad. española por Marie Thérèse Cevasco, "Retórica e imagen publicitaria," en *Análisis de las imágenes* (Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1972), 81-115.
- GRUPO μ (F. Edeline, J.-M. Klinkenberg y P. Minguet). 1992. *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image* (París: Seuil). Trad. española por Manuel Talens Carmona, *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen* (Madrid: Cátedra, 1993).