

## Metáfora visual: figuras retóricas en afiches cinematográficos

Fecha de recepción: agosto 2023

Fecha de aceptación: octubre 2023

Versión final: diciembre 2023

Belén Usandivaras<sup>(\*)</sup>

**Resumen:** El proyecto integrador de Introducción al Lenguaje Visual propone diseñar un afiche con un mensaje visual claro, evitando estereotipos mediante el uso de figuras retóricas visuales. Estas permiten romper la coherencia convencional (alotopía), activando la interpretación del espectador. La retórica, históricamente usada para persuadir, fue revitalizada como teoría de argumentación en contextos culturales y comunicativos contemporáneos. Roland Barthes incorporó la retórica al diseño gráfico, destacando su función poética y su poder para captar la atención en un entorno saturado de imágenes.

A través del análisis de dos afiches de Los pájaros de Hitchcock, se observa cómo distintas culturas visuales influyen en la representación: el póster original de Grinsson es narrativo y literal, con una estética tradicional; mientras que el afiche polaco de Zelek utiliza metáforas, metonimias y sinécdoques para construir un mensaje conceptual más abstracto y potente, alineado con el lenguaje visual de la Escuela Polaca del Cartel. La imagen visual convoca al espectador a una interpretación activa basada en su bagaje cultural. El ejemplo del afiche polaco demuestra cómo una pieza retórica bien concebida puede conservar vigencia y relevancia, destacando la importancia de diseñar desde el concepto.

**Palabras clave:** Hitchcock - Retórica - Metáfora - Alotropía - Diseño Gráfico

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 115]

El Proyecto Integrador de la materia Introducción al Lenguaje Visual es el diseño de un afiche que comunique un mensaje de manera pregnante y contundente, sin caer en estereotipos visuales. Un tema clave y fundamental para lograr esto, es el uso de metáforas visuales o más específicamente, de figuras retóricas.

Hablamos de textos alotópicos, ya que rompen la isotopía, pero no dejan de ser imágenes con sentido: el lector/receptor debe reconstruir la coherencia, poniendo en funcionamiento las reglas de lectura para lograr la interpretación.

La retórica aporta al diseño gráfico un método para persuadir, y a la vez un modo de hacer visible algo desde un punto distinto del habitual. Ambos modos funcionan juntos, es difícil concebirlos por separado. De todas maneras, estaremos hablando de imágenes de afiches de películas, por lo tanto la función "poética" es la preponderante, en tanto que enriquece cualquier producción gráfica. Aunque probablemente el hecho de mostrar una imagen interesante, potente y/o bella, refuerce la función de la persuasión de la pieza gráfica.

### La argumentación retórica

La retórica nace en tiempos de la antigua Grecia como procedimiento para generar adhesión, como herramienta útil para lograr una influencia tal sobre los receptores que permitiera llevarlos a realizar una acción determinada. Para los antiguos la finalidad era la de enseñar las técnicas de persuasión. Aristóteles en su obra La Retórica -el texto más antiguo que se conserva sobre el tema- la define como la facultad de descubrir todos los posibles medios de persuasión y cómo estos medios dependen de las cualidades personales del orador, de las emociones que suscita en los espectadores y de la prueba lógica que depende del argumento.

La retórica fue cuestionada por el pensamiento filosófico, y a partir del racionalismo cartesiano, para la filosofía sólo tiene derecho la demostración basada en evidencia. Desde ese momento y durante siglos, la opinión general sobre la retórica fue peyorativa, ya que se la asoció con la falta de sinceridad y la falacia, y su campo quedó limitado al análisis de los artificios del lenguaje. El territorio de la retórica es el de lo posible, de lo aconsejable o razonable, pero nunca de lo verdadero. No existe en el terreno de lo demostrable. Pero en el último siglo se sucedieron profundos cambios socioeconómicos, políticos, tecnológicos y culturales -el desplazamiento de los centros de poder y control desde el ámbito de la producción hacia el cambio y el consumo; el auge de los medios de comunicación y el desarrollo de una dinámica social basada en el dominio de la opinión pública-, los cuales llevaron al renacimiento de la retórica como teoría de la argumentación.

### Retórica y Diseño Gráfico

Roland Barthes, semiólogo y filósofo francés, fue quien introdujo la retórica en el campo visual, como instrumento para producir y analizar los fenómenos de la comunicación visual de masas. De la mano de los trabajos de Barthes, la retórica se unió a la práctica y enseñanza del diseño gráfico, que tomó la *elocutio* para la creación de isotopías que reforzaran la expresividad de la pieza. Para lograr adhesión es necesario, antes, captar la atención. El diseño gráfico encuentra ahí una clave de su modo de ser: poder generar -en cada producción- la retención de la mirada. El problema es que vivimos en un mundo saturado de imágenes, y miramos sin ver. Nuestra percepción se ha automatizado, y tendemos a ser insensibles a muchos estímulos visuales. Por eso, es que los productores de imágenes están obligados a

hacer volver la atención sobre el mensaje -en tanto texto visual conformado por signos visuales y lingüísticos- y su función poética.

Este es el lugar de las figuras retóricas, de las alotopías significativas, en las que al grado percibido, debe agregársele un grado concebido. Todo texto visual es una unidad de comunicación que conlleva un sentido completo, no es una sumatoria de signos, sino una combinación que tiene coherencia o isotopía. Ésta organiza la información visual y a su vez es un elemento del contenido que permite al lector dar sentido y comprender su significado. Tiene que ver también con una coherencia en cuanto a estilo, moda, época, ideología de quién produce esa imagen y su contexto cultural, social, histórico.

### Análisis de los afiches

Para adentrarnos en el tema y entender mejor cómo funcionan las imágenes retóricas, analizaremos dos afiches de la película *Los pájaros* de A. Hitchcock: el cartel original del artista Boris Grinsson (1907 in Pskov, Russia – 1999), y otro -también conocido- de Bronislaw Zelek (1935-2018), diseñador y artista polaco.

*Los pájaros* (*The Birds* en inglés) es una película estadounidense de 1963 de suspenso y terror dirigida por Alfred Hitchcock. Se basa en una novela corta homónima de 1952 escrita por Daphne du Maurier.<sup>3</sup>

Boris Grinsson -artista francés nacido en Rusia, quien ilustró más de 2000 afiches de películas- es el creador del póster original de la película de Hitchcock. En éste vemos una ilustración narrativa tradicional, que nos podría hacer pensar en los afiches ilustrados norteamericanos y también europeos de los años 70, 80 y 90. En este tipo de ilustraciones en general se relata o se cuenta una escena de la película, o el argumento principal de la misma. Y aparece el protagonista como figura principal. Esto ocurre en el afiche original de la película, que fue realizada en Estados Unidos, por lo tanto no es casual que tenga una ilustración de este tipo. Aparece también la protagonista de la historia, Tippi Hedren, como figura única y central, siendo “atacada” por pájaros -cuervos, con una expresión de miedo y espanto, los ojos cerrados, y las manos hacia la cabeza como queriendo protegerse del ataque. Sobre una parte de su cara, hay una sombra o silueta de un pájaro proyectada, en transparencia, permitiendo ver el rostro de la protagonista. Esta sería una descripción de la imagen denotada.

Barthes (1915-1980) habla de un mensaje denotado en el que podemos identificar los elementos o signos que componen la imagen, y constituye un mensaje sin código. En este primer nivel de imagen, estamos en el reino de lo literal o de la denotación. A su vez, la imagen es un mensaje que connota, y es codificado. Esto significa que la imagen contiene códigos de connotación -perceptivos, de representación y cognitivos- necesarios tanto para producir una imagen como para interpretarla. La interpretación pone en juego competencias y conocimientos culturales, sociales y del contexto histórico, del que forma parte quien se encuentre con esta imagen. Si pensamos en las figuras retóricas, podemos decir que en esta imagen no encontramos una fuerte carga metafórica, ya que como dijimos anteriormente, es bastante literal o narrativa. Quizás la figura retórica que podríamos pensar es la ironía, al ver pájaros -animales que en

principio son inofensivos o eso pensamos casi todos- en una situación de agresión y ataque hacia una persona. Aquí, en este punto, podríamos hablar de una transgresión de la coherencia visual o conceptual.

También podemos encontrar la figura de hipérbole, en la sombra del pájaro que se proyecta sobre la cara de la actriz, dándole un lugar de fortaleza, dominación e importancia al pájaro.

El lenguaje o técnica usada -la ilustración o pintura a mano alzada- nos habla de un determinado estilo tradicional de dibujo que concuerda con el tipo de afiches típicos de films de terror y de otros géneros de una época. Podemos decir que éste es un mensaje connotado, o un código de connotación.

A diferencia del póster original, en el segundo afiche, diseñado por un artista polaco, podemos ver una imagen con una fuerte retórica. Este afiche forma parte de la Escuela Polaca de carteles artísticos, en la que diseñadores gráficos se unen con los productores de películas, escritores y artistas de las bellas artes. En la sociedad comunista de Polonia, establecida después de la Segunda Guerra, los clientes eran industrias e instituciones controladas por el estado.

En los años dorados de Hollywood, los grandes estudios norteamericanos se encargaban de dominar cada detalle de la distribución de sus películas, pero al llegar a Polonia, con una industria cinematográfica controlada por el estado, los artistas polacos tenían que interpretar sus propias versiones de los carteles de cine dando así una identidad propia que pasó de ser una rareza a convertirse en todo un ícono del régimen comunista. Pronto se creó una industria satélite de la cinematografía, y la Escuela Polaca del Cartel comenzaba su edad de oro, paradójicamente, teniendo que lidiar con la censura en un régimen que daba libertad artística.

El lenguaje gráfico propio polaco dio un paso más hacia el surrealismo a partir de los carteles de cine, surrealismo mezclado con el *background* minimalista que ya tenían, y de este modo la propia censura, en lugar de un impedimento se convirtió en un incentivo.

Vemos en el afiche de *Los pájaros* de A.H. una imagen conceptual más que narrativa, con figuras retóricas como la metáfora, en el cráneo que aparece en lugar del cuerpo del pájaro, trayendo la idea de muerte. En este sentido, podríamos decir también que este elemento funciona como una metonimia, ya que se está hablando de un efecto (la muerte, representada por el cráneo humano) causada por un pájaro. Éste es reconocible por sus alas, y es con este elemento que aparece la figura de la sinécdoque, que se basa en la sustitución de la parte por el todo.

También, la repetición de la palabra “ptaki” -pájaro en polaco- remite a la figura retórica de repetición o enumeración, dando la idea de que son muchísimos los pájaros que aparecen en la película. Por otro lado, también hay metáforas acá, porque están en lugar del signo icónico del pájaro. A la vez, la figura retórica de gradación, se refleja en esta repetición de la palabra, pero con variaciones en su tamaño, lo cual da la idea de bandada que se va acercando al receptor, terminando con la figura del cráneo con alas, en primer plano.

Podemos decir entonces, que en este afiche encontramos una gran cantidad de figuras retóricas, que rompen con

el equilibrio del texto visual, y lo transforman en una potente y pregnante pieza gráfica, sumando además, las técnicas utilizadas, típicas del cartel polaco, como el collage, el montaje, la litografía, entre otros, que potencian visualmente el mensaje o concepto a comunicar.

### Imagen y espectador

Todo texto visual convoca al espectador a una participación activa en la interpretación de lo que ve. Es decir que existe una dialéctica entre los códigos de los textos y las particularidades de cada lector. Éste es una individualidad construida por un entrecruzamiento de códigos, es un collage de discursos sociales. Los textos visuales son interpretados a partir de aquello en lo que se parecen a lo que cada lector conoce o cree. Y desde la perspectiva de la producción, construir un texto visual es anticipar la actividad del lector; producir un texto es construir un lector mediante el manejo de los códigos.

Gombrich afirma que “no hay ojo inocente”; el ojo selecciona, excluye, organiza, asocia, clasifica, construye, y llega siempre cargado de un saber que comprende un acervo de ideas y una configuración cultural de la sensibilidad. La mirada está conformada por la cultura y determinada por la historia personal del que mira.

Si traemos como ejemplos los afiches analizados de la película de Hitchcock, ¿podríamos imaginarnos qué repercusión hubiera tenido el de origen polaco ante la población norteamericana? ¿Cómo lo hubieran interpretado en ese país? Más allá de entenderlo -el lenguaje de las figuras retóricas en este caso es bastante universal-, pienso que quizás no hubiera tenido mucho éxito o llegada la película, ya que el lenguaje gráfico y la imagen en sí, no tiene relación con las ilustraciones típicas norteamericanas de los afiches cinematográficos de esa época.

Si lo pensamos al revés, la imagen más tradicional del afiche original en Polonia, ¿hubiera sorprendido? ¿O hubiera llegado al posible público amante del cine de terror? Ciertamente hubiera funcionado como imagen alotópica en sí, rompiendo el criterio intertextual, ya que no es el tipo de imagen usual para este género, en ese contexto social y cultural.

Como conclusión, pienso que la imagen de origen polaca, con fuerte retórica, si bien fue diseñada en los 60, hoy la vemos y tiene vigencia, podría ser un afiche o pieza de diseño gráfico actual. Nos devuelve la importancia de diseñar con un concepto, y de ir más allá de lo literal, salir de la coherencia textual, transgrediendo criterios referenciales (de analogía o semejanza con el referente) o criterios intertextuales (lo usual o apropiado para cada género).

### Bibliografía

Philip B. Meggs y Alston W. Purvis. *Historia del Diseño Gráfico*. Editorial RM Trillas.  
Ledesma, M. y López, M. (2004). *Comunicación para diseñadores*. Ediciones Fadu

**Abstract:** The integrative project for Introduction to Visual Language proposes designing a poster with a clear visual message, avoiding stereotypes through the use of visual rhetorical figures. These allow for a break in conventional coherence (allotopy), activating the viewer's interpretation. Rhetoric, historically used for persuasion, has been revitalized as a theory of argumentation in contemporary cultural and communicative contexts. Roland Barthes incorporated rhetoric into graphic design, highlighting its poetic function and its power to capture attention in an image-saturated environment.

Through the analysis of two posters for Hitchcock's *The Birds*, it is evident how different visual cultures influence representation: Grinsson's original poster is narrative and literal, with a traditional aesthetic; while Zelek's Polish poster employs metaphors, metonymy, and synecdoche to construct a more abstract and powerful conceptual message, aligned with the visual language of the Polish School of Posters. The visual image invites the viewer to engage in an active interpretation based on their cultural background. The Polish poster example demonstrates how a well-conceived rhetorical piece can remain relevant and impactful, highlighting the importance of concept-driven design.

**Palavras chave:** Hitchcock – Rhetoric – Metaphor – Allotopy – Graphic Design

**Resumo:** O projeto integrador de Introdução à Linguagem Visual propõe o design de um cartaz com uma mensagem visual clara, evitando estereótipos por meio do uso de figuras retóricas visuais. Estas permitem romper com a coerência convencional (alotopia), ativando a interpretação do espectador. A retórica, historicamente utilizada para persuadir, foi revitalizada como teoria da argumentação em contextos culturais e comunicativos contemporâneos. Roland Barthes incorporou a retórica ao design gráfico, destacando sua função poética e seu poder de atrair a atenção em um ambiente saturado de imagens.

Através da análise de dois cartazes de *Os Pássaros*, de Hitchcock, observa-se como diferentes culturas visuais influenciam a representação: o pôster original de Grinsson é narrativo e literal, com uma estética tradicional; enquanto o cartaz polonês de Zelek utiliza metáforas, metonímias e sinédoques para construir uma mensagem conceitual mais abstrata e potente, alinhada com a linguagem visual da Escola Polonesa de Cartazes. A imagem visual convida o espectador a uma interpretação ativa baseada em seu repertório cultural. O exemplo do cartaz polonês demonstra como uma peça retórica bem concebida pode manter sua relevância e impacto, destacando a importância do design orientado por conceito.

**Palavras chave:** Hitchcock – Retórica – Metáfora – Alotopia – Design Gráfico

(\*) **Belén Usandivaras**, Diseñadora Gráfica (UBA), docente en el Área Diseño Gráfico + Ilustración en la Facultad de Diseño y Comunicación (UP) desde el año 2024.