

El color en periódicos y revistas colombianas: palabra, tinta y papel

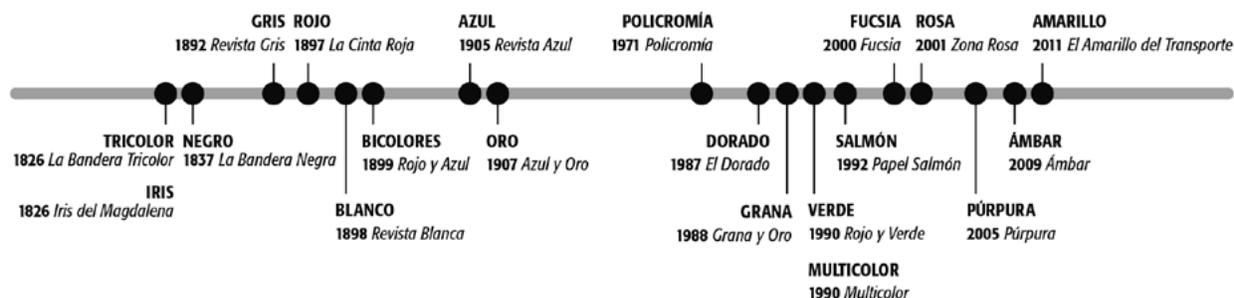
Martha Isabel Gómez Guacaneme/ Universidad Nacional de Colombia

El periodista Jim Bernhard (2007) ha consignado más de una docena de recursos para titular la prensa, desde los nombres más tradicionales —usados también en países iberoamericanos—, que recurren a distintos tipos de publicaciones periódicas como *Gacetilla* o *Revista*, a medios de transmisión de información como *Telégrafo* o *Correo*, a diversos puntos de vista políticos como *Federalista* o *Liberal*, y a toponímicos, por ejemplo, en el caso colombiano, se pueden mencionar *Huila* (1855) o *Bogotá* (1897); encontrándose también títulos menos ortodoxos, como aquellos que designan inventos como *Teléfono* (1879) o *Rayo X* (1897), especies derivadas de la flora como *Arracachas* (1858) o *La Mazorca* (1910), nombres de la fauna¹, y hasta las que el autor denomina rarezas (*oditties*), categoría en la que entrarían *La Mescolanza* (1844) y *El Paparote* (1852), por mencionar algunas.

Además de las opciones mencionadas por el periodista, se han encontrado nombres que recuerdan los días de la semana como *Miércoles* (1832) o *Domingo* (1898-1899); otros que

evocan a personajes literarios como *El Diablo Cojuelo* (1838), *El Mosquetero* (1855), *Gil Blas* (1896), *Don Quijote* (1899)² y *Mefistófeles* (1897); y bíblicos como *El Anticristo* (1849) o *Pilatos y Barrabás* (1850); así como nombres de colores, que es el recurso nominal que se abordará en este texto.

El color ha sido elegido para titular 125 publicaciones periódicas colombianas.³ Éstas han circulado desde 1826, cuando salió a la luz *La Bandera Tricolor*, y aún hoy en día se editan *El Salmón*, *Gente Rosa* y *Fucsia*. En total, se han registrado quince nombres de colores, que en orden de aparición han sido: negro, gris, rojo, blanco, azul, oro, dorado, grana, salmón, fucsia, rosa, púrpura, verde, ámbar y amarillo; y otros términos lo han referido de manera más general: tricolor, iris, policromía, multicolor o color, señalando indistintamente tres colores, varios colores o el concepto general; y otros formaron bicolors, a partir de incluir dos de estos sustantivos en sus títulos (Gráfica 1).

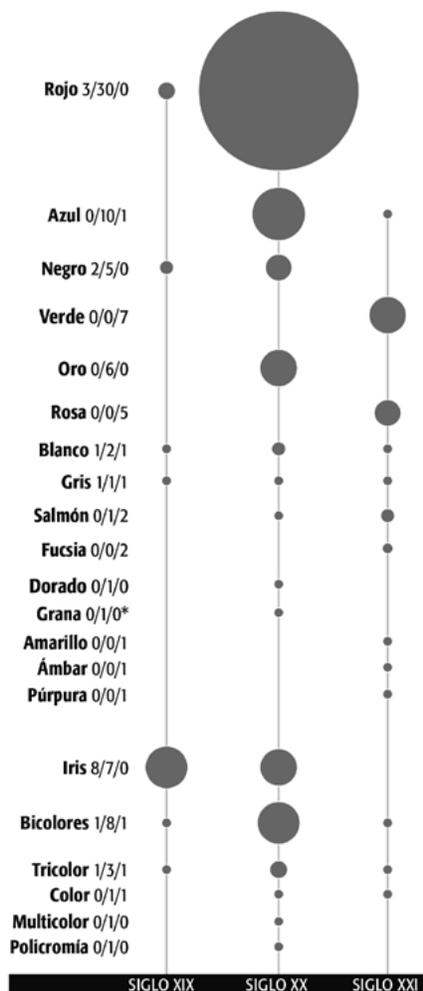


Gráfica 1. Primeras publicaciones que han incluido un color en sus títulos, por año de aparición. Gráfica de la autora.

Casi la mitad de estas alusiones al color aparecieron en cuatro décadas, entre 1971 y 2011; tres corresponden a palabras de uso técnico que fueron creadas o resignificadas por las Artes Gráficas y se utilizaron en el suplemento femenino *El Diario* de Medellín titulado *Policromía* (1971),⁴ que hacía referencia “a la variedad de temas y tonos”; en *Multicolor* (1990), revista cultural del colegio La Presentación de Medellín, en la que a pesar de su nombre primó el gris usual de las publicaciones carentes de color; y *El Salmón*, que se reseñará en el último apartado. Los de tonalidades rojizas (fucsia, rosa y púrpura) estuvieron vinculados a temas de la farándula, la moda y variedades semejantes; mientras que

los amarillentos (dorado, amarillo y ámbar) tuvieron contenidos más diversos.

Durante el siglo XIX, en la prensa circularon siete colores, siendo el más habitual el iris. Para el XIX se incorporaron tonos nuevos, con lo que la paleta de color para titular la prensa alcanzó los 15 términos, siendo el rojo el que mayor demanda tuvo, pero que, junto con otros, dejó de usarse en lo que va corrido del siglo XXI; no obstante, surgieron seis nuevos vocablos. El blanco, el gris y el término tricolor han sido usados en los tres siglos, aunque en contadas ocasiones (Gráfica 2).



Gráfica 2. Presencia del color en los títulos de periódicos discriminados por siglo de aparición y en orden descendente según la cantidad. Gráfica de la autora.

Palabra: uso de lenguaje para colorear

En este apartado se ofrece un panorama de los significados, usos cotidianos y apropiaciones culturales que, a partir del nombre de un color en los títulos de las publicaciones periódicas, han contribuido al sistema simbólico constituido por la propia prensa. Para abordar estos contenidos se han establecido cinco subtemas organizados propiamente desde conceptos semióticos.

Sintáctica, semántica y pragmática del color en los títulos

La estructura lingüística de un número considerable de títulos de publicaciones periódicas,⁵ corresponde a una oración,⁶ en la cual:

[...] el sujeto genuinamente lógico es el portador de una identificación singular, lo que el predicado dice sobre el sujeto siempre puede ser trazado como un

rasgo “universal” del sujeto [...]. El sujeto selecciona algo singular [...] identifican a uno y solamente a un elemento. Por el contrario, el predicado designa un tipo de cualidad, una clase de cosas, un tipo de relación o un tipo de acción. (Ricoeur 2003, 24)

En este caso, los sujetos portadores de una identificación han señalado distintos tipos de publicaciones periódicas (*Revista, Página, Boletín*), objetos simbólicos (*Cruz, Pabellón, Bandera*), animales (*Gato, Águila, Ave*) y algunos materiales (*Seda, Trapo, Tiza*); mientras que el predicado, al tratarse de una cualidad como lo es el color, los ha particularizado.

Caivano menciona que, de la sintáctica, se han hecho estudios que plantean un ordenamiento del color en diccionarios y gramáticas, manuales de armonías y principios de contraste, entre otros. Estos estudios requieren “la identificación de las unidades elementales, sus reglas de transformación y organización y sus leyes de combinación para formar unidades

mayores con sentido ‘gramatical’” (1995, 242). Partiendo de este criterio, lo más común ha sido designar la cualidad cromática al objeto que se pretende describir, como por ejemplo en *Lirio Rojo*, aunque existen maneras que buscan definir de manera más precisa la tonalidad cromática al decir *Lirio Rojo Oscuro* (García-Page 1990, 305-306), y aunque este tipo de especificaciones no han sido usadas en la titulación de la prensa, sí se han detectado otras formas de incorporar los colores a los títulos:

1. Uso de un color que modifica a un sujeto, incluya o no un artículo: *La Ola Roja* o *Papel Salmón* (58%); ocasionalmente se ha antepuesto el color: *Fucsia Novias* y *Blanco Odontológico* (3,3%).
2. Un término que se refiere al color, sea de manera general o particular, con o sin artículo: *Iris*, *Policromía* y *Multicolor* (16,5%); y *Azul* o *El Dorado* (5,7%).
3. Dos colores, sin artículo y conectados por una conjunción: *Blanco y Rojo* o *Grana y Oro* (6,5%). Dos variaciones se han dado al conservar solo un color y la conjunción: *Oro y Leyenda* y *Seda y Oro* (2,5%); y con la presencia de dos colores sin conjunción y acompañados por un sustantivo: *La Tribuna Roja Negra* (0,8%).
4. Un color unido a otro término por *de* o *del* denotando posesión o pertenencia: *Color de Colombia* o *Iris del Magdalena* (4,1%).

5. Un color que modifica un objeto, unido por una conjunción a otros términos adicionales: *Colombia y la Cruz Roja* (0,8%).
6. Uso de una expresión en la que se alude al color de manera general: *Viva el color* (0,8%).

La dimensión semántica se abordará en el siguiente apartado. La pragmática analiza las relaciones que existen entre los signos y sus intérpretes o usuarios (Caivano 1995, 255). En estas publicaciones, las relaciones sémicas han sido advertidas en factores psicológicos que inquietan a personas supersticiosas o en aquellas que transitan por situaciones anímicas especiales (ver Gómez 2019, 349-350), en aspectos económicos que influenciaban las decisiones de consumo, en el desarrollo de proyectos comprometidos con el sostenimiento ambiental y en la implementación de códigos que facilitaban la identificación del transporte.

Dirigido por Carlos de Bedout, un periódico comercial de distribución gratuita titulado *Los Sellos Rojos* (1910), fungió como órgano de un almacén homónimo que estableció un sistema de puntos; éste permitía a los consumidores ir acumulando “sellos rojos” por la compra de determinados productos o montos, y al juntar una cantidad específica, conseguirían un sombrero o un flux, incentivos que influenciaban al comprador (Imagen 1).

N A I P E S
 Los mejores y más baratos, donde
LISANDRO OCHOA.
 Por cada uno que compre, obtiene un sello rojo.

ESTRELLA RADIANTE
 Marca registrada; es el nombre de las **VELAS** que ganaron Medalla de Oro como el primer premio, en la pasada Exposición Nacional de Medellín.
 Cada paquete de este magnífico producto lleva gratis un sello rojo.

LA TIPOGRAFIA INDUSTRIAL, Calle de Colombia, No. 27, dará un sello rojo, en sus trabajos, por cada \$ 50.

Imagen 1. Algunos de los productos publicitados en *Los Sellos Rojos*. Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

En 2005, El Morro, una zona usada para el desecho de basuras en Medellín, fue calificada como inapropiada para la vida humana, por el nivel de gases y lixiviados circundantes. En respuesta a este hecho, el Sistema Nacional de Prevención y Atención de Desastres logró la reubicación de la población y, como parte de la estrategia pedagógica y participativa del proyecto urbano de mejoramiento integral, se distribuyó el boletín *Luz Verde* (2006). En el argot popular es usual escuchar la expresión “Dar luz verde” para aceptar o autorizar algo (Ferrer 2007, 123), en este caso específico, respaldar el proyecto de recuperación. En 2009 circuló un periódico homónimo perteneciente a la multinacional Cementos Argos, empresa que tuvo como eslogan: “Argos, luz verde para Colombia”.⁷ Dos años atrás, lanzó su nueva imagen corporativa, que se trató de un rediseño del imago tipo que incluyó al verde para destacar el compromiso ambiental que tiene con el país (<http://historiadisenos5sed.blogspot.com>).

El vínculo de este color con la ecología, se originó con el movimiento hippie de los años sesenta del siglo XX, al cual se le conoció como “la ola verde”. A partir del eslogan “el verde es vida”, los ecologistas adjetivaron un estilo de vida y crearon expresiones como *turismo verde*, *comida verde* y *moda verde* para indicar que son partidarios de conservar el entorno ambiental, de las dietas naturistas o que están contra de los abrigo de piel; este concepto de la “cultura verde” fue dominante desde el fin del siglo (Ferrer 2007, 123-124).

Otras expresiones derivadas de ese movimiento se hicieron presentes en la prensa colombiana en títulos como *Cuentos Verdes* (2009), periódico de la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca que promovía el desarrollo integral de dicha zona; *Tiempos Verdes* (2011), una publicación política manizaleña del Partido Verde; *Ciudad Verde* (2011), periódico cucuteño de distribución gratuita interesado en temas ambientales; y *Vive Verde* (2013), un informativo bimensual dedicado a las energías renovables en Colombia.

El uso de códigos cromáticos en el transporte ha sido tradicional:⁸ el amarillo en los taxis se usó en Nueva York, en los Yellow Cabs desde 1920, cuando John Hertz descubrió que, dentro del espectro de colores, el amarillo era el más llamativo, por lo cual lo adoptó para hacer más vistosos a los taxis, y con ello facilitar al usuario la toma del transporte (chicagology.com). Este color apareció en *El Amarillo del Transporte* (2011), una publicación que en su subtítulo informaba que era *De taxistas para taxistas*.

Iconicidad, indicialidad y simbolicidad generadas por los títulos

De la dimensión semántica se han investigado los significados de las combinaciones del color y métodos para clasificarlos; los signos se consideran en “su capacidad para representar o significar otras cosas, para transmitir información o conceptos que están más allá de los signos mismos” (Caivano

1995, 254). En este apartado, se seguirá la clasificación de los signos en *íconos*, *índices* y *símbolos*, que los relacionan con un objeto por una similitud, una contigüidad o una convención.

La iconicidad se manifiesta fundamentalmente en aquellos títulos donde el color está acompañado por un sustantivo concreto, cuyo significante remite a una clase de objetos, animales o personas, como sucede con *El Gato Negro* (1897), *La Pluma Roja* (1913) y *Ciudad Verde* (2011-) (Imagen 2); sin embargo, es el color el que aporta a su singularidad. Los sustantivos concretos favorecen la presencia de representaciones visuales en los cabezales, pues las publicaciones tituladas *Azul*, *El Verbo Rojo* o *Tiempos Verdes*, aunque designaron propiedades, abstracciones e ideas, carecieron de imagen.

El color, desde el punto de vista físico, es el resultado de un intervalo de radiación que se refleja en los objetos y que el cerebro interpreta como color. Caivano explica que bajo esta perspectiva el color es un signo indicial, porque:

entre la imagen sensorial (el signo color) y el fenómeno físico (la radiación) no existe ningún tipo de similitud ni homología, solamente una conexión física, construida a través de millones de años [...], que hace que, por ejemplo, el sistema visual humano reaccione a una radiación de alrededor de 700 nanómetros de longitud de onda produciendo como signo sustitutivo el color rojo. (1995, 260)

Pero los colores, además de ser un indicio físico, lo han sido también de posicionamientos ideológicos o expresiones culturales, como se ha visto con el rojo, el negro, el oro y el verde. *El Glóbulo Rojo* (1898), por ejemplo, fue una publicación de Hemoglobina Larroche, medicamento que se utilizaba para curar un tipo de parasitosis intestinal que causaba anemia, conocida en aquel entonces como Tuntún, nombre que tomó de una onomatopeya, producida por “la sensación de golpes repetidos por la pulsación de las arterias intracraneales que se genera con los esfuerzos físicos [...]. Los campesinos comparaban estas pulsaciones a los choques de pilón con que preparaban el maíz para la alimentación: tun tun, tun tun...” (García 1998, 7). La publicación constituyó una sinécdoque de parte por el todo, donde el todo es el glóbulo rojo y la parte es la hemoglobina, la proteína encargada de distribuir el oxígeno de los pulmones.

Rojo y Negro fue la bandera de combate de este órgano de la juventud, y su palabra fue “Roja como el sol en el cenit y Negra como una noche de tempestad”. Este matiz pesimista del negro estuvo presente en algunos de sus artículos que aseguraban: “Vivimos sin duda en una hora negra en nuestra historia” o “la decadencia del carácter de Colombia [...] marca con una señal negra” (1905), dejando entrever con estas expresiones la inconformidad social tras la pérdida del canal de Panamá. Así mismo, su vínculo con los significados

de la bandera rojinegra,⁹ donde el negro sugiere una posición de anarquismo, expresada por sus redactores al afirmar que: “su nombre basta para indicar la independencia absoluta de nuestro carácter y de nuestro modo de pensar. Ni en lo político, ni en lo moral reconocemos Jefes”. Esta publicación cartagenera expresó el favorecimiento del obrero con un rojo deducible de los textos de la publicación.

Con dorado y oro se han encontrado varias publicaciones desde finales del siglo XX. *El Dorado* (1987-) recordó a los lectores que Colombia fue conocida con ese sobrenombre debido a la gran cantidad de oro que hallaron los conquistadores europeos (*El Dorado* 1990). La exhibición de excepcionales piezas en algunas carátulas trae a colación la dualidad entre la materia y el color. Sobre esto Wittgenstein explicó la diferencia entre *color oro* o *color plata* y *amarillo* o *gris* y llamó a los primeros “colores de materia” y a los segundos “colores de superficie” (Caliandro 2003, 50).

Esta misma referencia inicial fue hecha por *El Dorado Magazine* (2014-), publicación corporativa del Aeropuerto Internacional de Bogotá, que tomó el nombre de la leyenda homónima que revelaba la existencia de una “ciudad dorada” y que motivó la llegada de los mencionados conquistadores; mismos que llegaron a Remedios, población de reconocida riqueza aurífera, en cuyo escudo se representó a los indígenas Tahamíes o Tahueces por medio de la lanza y a los españoles por la tizona (www.remedios-antioquia.gov.co), e hizo parte

cabezal de *Oro y Leyenda* (1980), título que corresponde a la primera frase de su Himno.

Esta vehemente búsqueda del oro continúa ahora por las manos de los propios colombianos dedicados a la explotación aluvial y subterránea de metales preciosos, especialmente oro; que es la misión de la empresa Mineros S.A., y que publica actualmente *Notas Oro* (1990-) (www.mineros.com.co).

La primera ocasión en la que apareció el verde en un cabezal, lo hizo en una publicación cooperativista titulada *Rojo y Verde* (1990-1991), que decidió remarcar los colores institucionales de Comunicaciones Solidarias Ltda., empresa que la editaba. En su cabezal incorporó el símbolo del cooperativismo, se trató de un *imagotipo* —“imágenes estables y muy pregnantas que permiten una identificación que no requiera lectura, en el sentido estrictamente verbal del término” (Chaves 2008, 33)—, cuyo pino representa la vida, pero al ser dos, simbolizan la hermandad, la unión, la solidaridad y la necesidad de un trabajo conjunto; y el verde recuerda el color de la clorofila, principio vital de la naturaleza. Otro verde inicial surgió en Cúcuta, capital caracterizada por su abundante bosque, razón por la que el desaparecido Instituto Nacional de Recursos Naturales (Inderena) la nombró “Ciudad verde” y “Municipio Verde de Colombia” (Ciudad Verde 2011-), constituyendo la huella de una condición biológica, que tiene un origen diferente al de otras publicaciones interesadas en la preservación del medio ambiente (Imagen 2).

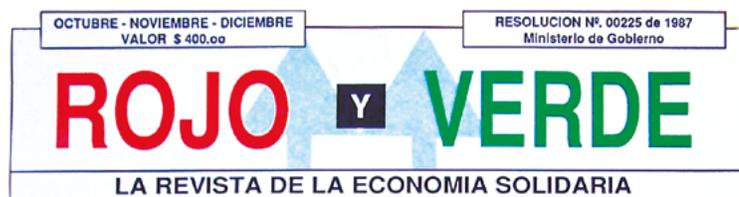


Imagen 2. Colores con función inicial en *Rojo y Verde* (1990-1991) y *Ciudad Verde* (2011-). Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

La simbolicidad se refiere a aquellos títulos cuyo signo “no tiene similaridad ni contigüidad, sino solo una conexión convencional entre su significante y su denotata, y que posee una clase intencional para su designatum, es llamado símbolo” (Caivano 1995, 261). Caivano argumenta que existen casos en los cuales el color opera como símbolo, llegando a ser tan arbitrario y convencional como lo son las palabras (252). Para abordar la simbolicidad se establecieron tres aspectos: el origen de un símbolo, el color en símbolos convencionales y el color político.

El origen de un símbolo

Con el desarrollo de la cirugía aséptica y de modernas técnicas diagnósticas y terapéuticas, también evolucionó el concepto de hospital, pasando a ser un lugar donde no sólo morían los enfermos, sino que también podían ser curados. Este hecho se reflejó en el cambio del uniforme negro, característico de las enfermeras de las órdenes religiosas, al blanco actual. Por lo tanto, del negro, símbolo de la muerte, se deriva por oposición el blanco, símbolo de la vida. En la actualidad,

ha venido en ascenso el uso del verde y el azul en las prendas quirúrgicas, para con ello evitar los reflejos desagradables producidos sobre las batas blancas dificultando la visibilidad de los cirujanos (Tristán 2007, 40-42).

Blanco Odontológico (2006-) que, con su título, además precisó que se trataba de una publicación especializada, surgió como resultado de la Ley 100, con la que los odontólogos y otros profesionales de la salud, pasaron de ser independientes a ser asalariados, hecho que los llevó a buscar cómo recuperar el sentido social y político de la profesión y a analizar hacia dónde dirigirla. La tipografía de su cabezal utilizó una paloseco¹⁰ *outline* en azul celeste para enfatizar el blanco indicado en el título (Imagen 5).

El color en símbolos convencionales

Erich Fromm definió los símbolos convencionales como aquellos que han sido validados por un grupo o una sociedad, como sucedió con el azul del Club deportivo Los Millonarios (ver Gómez 2019, 355-356); mientras que los accidentales se han originado por experiencias personales de un sujeto y un valor ideolectal, entre los que están las banderas y otros elementos simbólicos como la cruz, la estrella de cinco puntas y el ying yang.

En la prensa colombiana aparecieron siete banderas entre 1826 y 1980: tricolor, negra, blanca, azul, roja y arco iris, en ese orden. Por ejemplo, *La Bandera Tricolor* (1826-1827) se publicó casi tres meses después de que Venezuela se separara de La Gran Colombia, rememoró con el término tricolor a la bandera francesa, y con ella, el lugar donde se gestó la libertad; y estableció un símil con la colombiana, en cuyo territorio se venció a los enemigos y se prometió a sus ciudadanos seguridad, libertad e igualdad (1826, 1).

Por su parte, la publicación del Instituto de Estudios Cooperativos del Cauca (ICOUC), *El Arco Iris* (1979), evocó con su título los colores de la bandera de la cooperación. Ésta fue propuesta en 1923, en Gante (Bélgica), para la Alianza Cooperativa Internacional (ACI); retomó la de siete colores del espectro solar que había concebido el precursor de la cooperación en Francia, Charles Fourier, para su comunidad ideal, como símbolo de la unidad en la diversidad.¹¹

Entre las publicaciones que han elegido para sus nombres elementos simbólicos están las que llevan por título *Boletín de la Cruz Roja Nacional* (1923) (Imagen 4), *Cruz Roja* (1936) y *Colombia y la Cruz Roja* (1959), cuyo imagotipo es un símbolo universal que se tomó de la cruz griega equilateral de la bandera suiza invirtiendo los colores, para honrar al suizo Henri Dunant, fundador de la institución. Su origen tuvo lugar en el estandarte del Cantón de Schwyz —término que, traducido del alemán, significa quemar y que rememora el método usado por los habitantes para construir o cultivar la tierra (Wikipedia)—. Actualmente, tanto el rojo de la bandera suiza como el de la Cruz Roja corresponde al pantone 485, que Ferrer considera como el color que camina de la guerra a la paz en los usos internacionales (2007, 297).

La estrella de cinco puntas representa los dedos de la mano del proletario, los continentes y los cinco grupos sociales que posibilitaron el tránsito al socialismo: la juventud, los militares, los obreros, los campesinos y los intelectuales (Wikipedia); se hizo presente en el título *La Estrella Roja* y en el cabezal de *Tribuna Roja*. Desde 1924, circuló una adaptación del *yin y yang*, esta vez rojinegro, y en vez de los puntos, se colocaron las letras iniciales C y D, del Cúcuta Deportivo; en 2015, se modificó al trazar una línea recta en vez de la curva (Wikipedia) (Imagen 3).

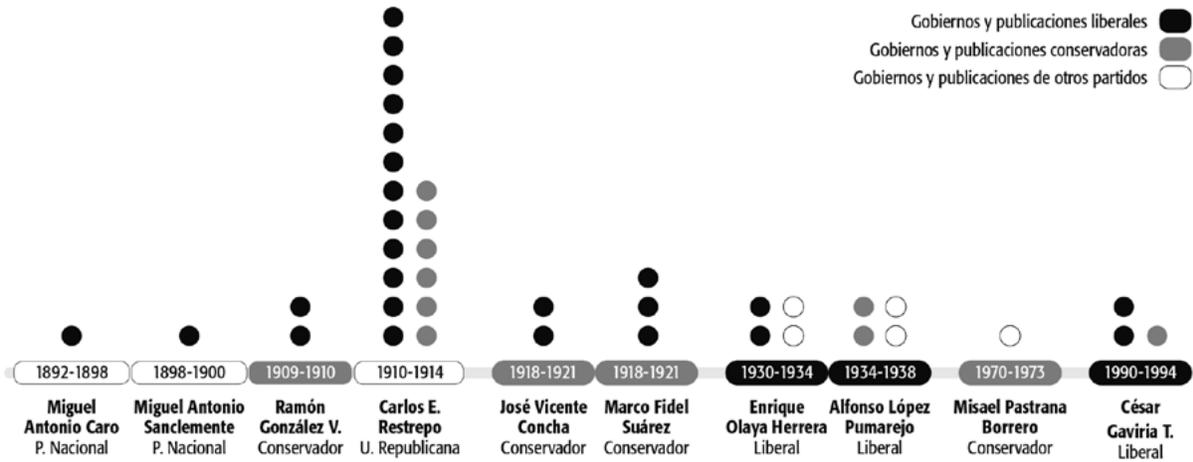


Imagen 3. Cabezales de *Tribuna Roja* (1972) y *Tribuna Roja Negra* (2010).
Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

Azul y rojo: retórica de los colores políticos en objetos ocasionales

Los periódicos usaron el color retomando convenciones políticas, y al elegir los objetos que decidieron colorear, concretaron un mensaje. En el caso colombiano, estos colores han

sido el rojo¹² y el azul. El primero circuló en la prensa desde 1897 y fue incluido en 34 publicaciones; 25 liberales, de las cuales 12 fueron publicadas entre 1909 y 1914. El segundo se observó desde 1899, justo en el título *Rojo y Azul* de una publicación cartagenera; este color circuló en 13 periódicos, 9 de ellos conservadores (Gráfica 3).



Gráfica 3. Presencia del azul y el rojo en los títulos de publicaciones políticas, discriminado por periodo presidencial. Gráfica de la autora.

En esta categórica presencia, los sustantivos que acompañaron al color aludieron a señales exteriores o insignias como *Cinta* (1897), *Pendón* (1912), *Divisa* (1912), *Bandera* (1919), *Franja* (1991); a la palabra que por definición tiene implícita una acción como es *verbo* (1910); y a instrumentos propios de la escritura como *Pluma* (1910) y *Tinta* (1913).

Otros novedosos objetos fueron: *Glóbulo Rojo* (1907), título que posiblemente estableció un vínculo simbólico con la sangre de Cristo, ya que abogaban por la lectura de publicaciones católicas, dado que sus contenidos eran de carácter moral. *Álbum* (1909) y *Lirio* (1910), necesitaron modificar el color original para cumplir con sus necesidades políticas, ya que, por definición, la primera refiere a un libro en blanco; y la segunda, a una flor cuyos pétalos son por naturaleza morados o blancos. *Fulgores* (1911) describió resplandores o luces, en este caso, rojas; *Estrella* tuvo implícita la simbología que representa al proletariado; *Ola* (1920) fue una onda capaz de eliminar fanatismos; *Submarino* (1922) pudo tener una intención simbólica, y referir con su nombre a la capacidad de observar desde lo profundo, pues su interés fundamental era cohesionar las filas liberales; *Nervio* (1933) indica fortaleza o señala la parte más firme; y el topónimo *Caribe* (1991) enfatizó al liberalismo del litoral de Bolívar, Cesar y Magdalena.

En los subtítulos de las publicaciones liberales fue menos frecuente ver el término *política*, que circuló desde 1897, que *liberal*, advertido desde 1910. Durante los gobiernos nacionalistas de Miguel Antonio Caro y Miguel Antonio Sanclemente surgieron las primeras publicaciones liberales; *La Cinta Roja* (1897) señaló que serían soldados del partido liberal y seguirían la voz de Aquileo Parra; y *El Glóbulo Rojo* (1907), sin hacer alusión alguna al tema político, ofreció lecturas morales para contrarrestar aquellas publicadas por

impíos que no conocen las costumbres patriarcales, labor que ayudaría a proteger la empresa católica.

Otras dos publicaciones surgieron durante el gobierno conservador de Ramón González Valencia, nombrado por el presidente del Congreso. *El Álbum Rojo* (1909) se presentó sin odios ni recriminaciones contra la indigna administración que culminó con la vergonzosa fuga del ex presidente, pero castigaría a los traidores de la patria con un hierro al rojo blanco en la frente, como eterno Inri; mientras que *El Verbo Rojo* (1910) anunció su aspiración a la evolución natural y al progreso sin inmiscuirse en el tema religioso.

Sería durante el gobierno de Carlos E. Restrepo (1910-1914) cuando más publicaciones que incluyeron el rojo vieron la luz. Este intervalo de tiempo estuvo marcado por la fundación de la Unión Republicana, coalición política entre conservadores y liberales, que manifestaron su oposición al gobierno conservador de Rafael Reyes. Estas publicaciones fueron enseña de paz y libertad, anhelaron el florecimiento de la Nación y posicionaron su bandera por encima del interés personal y político (*Fulgores Rojos* 1911); trabajaron por el engrandecimiento de Norte de Santander y por el afianzamiento de la paz, inspirados en las doctrinas del más puro liberalismo (*Blanco y Rojo* 1911); velaron por el respeto a la vida, y estuvieron a favor del sufragio, del servicio militar obligatorio y de la igualdad ante la ley (*Divisa Roja* 1912); anunciaron que escribirían sobre los crímenes cometidos bajo la dominación regenerativa, favorecerían la civilización y el progreso, y apoyarían a Rafael Uribe Uribe (*Pendón Rojo* 1912); abogaron por la libertad, sin atacar las creencias de nadie y sin excomulgar ni amenazar con penas eternas a quienes no los siguieran (*Pluma Roja* 1913).

El Verbo Rojo (1915), en tiempos del conservador de José Vicente Concha, enarbolaría la bandera roja que permitiría

desarrollar ideas magnánimas, mantendría los principios altruistas y democráticos y, empuñaría la pluma para castigar los desperfectos que tuvieron lugar en el escenario conservador. Otras publicaciones surgieron durante el gobierno conservador de Marco Fidel Suárez, entre ellas *La Bandera Roja* (1919), que fue enarbolada como símbolo de libertad, el ideal de la mayor parte del pueblo colombiano. Las últimas publicaciones liberales corresponden a 1991. Una de ellas combatió y empleó solo las ideas en la lucha liberal (*Franja Roja*), y la otra se encargó del liberalismo costeño (*Caribe Rojo*).

Otros rojos se refirieron a nacientes intereses por el proletariado. Un semanario socialista que renunció a las estériles luchas partidistas, trabajó por la renovación social, y fue la ola gigante que socavó los cimientos de una organización social liberal llena de fanatismos y privilegios; trató de organizar a quienes padecían el presidio de un trabajo que los condenaba a la miseria perpetua (*La Ola Roja* 1920). *La Estrella Roja* (1931) fue símbolo de la luz y la sangre, y enseña del proletariado colombiano. Otra publicación abogó por las malas condiciones laborales que tenían los obreros en las explotaciones auríferas de empresas americanas, que no indemnizaban a las familias de aquellos que morían por paludismo, pues en general, no sabían reclamar por sus derechos (*Nervio Rojo* 1933). *La Tribuna Roja* (1972), Órgano del Movimiento Obrero Independiente y Revolucionario, que invitaba a luchar por una política proletaria (www.moir.org.co); y la *Bandera Roja* (1980), que tuvo tintes revolucionarios.

Al azul, se le vio un par de veces en el título, sin ser acompañado de otras palabras; en otras oportunidades se incorporó otro color; pero lo más habitual fue recurrir a vocablos como *Revista* (1905), *Verbo* (1910), *Bandera* (1911), *Pabellón* (1912), *Flecha* (1937), *Línea* (1993), y *Sobre* (1995).

En los subtítulos de las publicaciones conservadoras, una sola vez se señaló de manera explícita que sería el Órgano del

directorio conservador (1912-1913). Aunque el término azul se había utilizado antes, sólo hasta 1899 tuvo un uso político. La mayoría de estas publicaciones circuló durante la presidencia de Restrepo. Éstas tuvieron como objetivo difundir las doctrinas conservadoras y luchar por el sostenimiento de la hegemonía política, porque este partido le ha dado días de tranquilidad al país (*Verbo Azul* 1910). Motivados por el ideal católico, buscaron ser voceros del partido conservador y dar cabida a sus intelectuales (*Azul* 1911); y pretendieron coadyuvar la labor de la prensa católica defendiendo sus creencias como soldados de Cristo, las cuales habían sido reconocidas por la Constitución de 1886 (*Bandera Azul* 1911).

Una sola publicación se registró durante la presidencia conservadora de José Vicente Concha, surgió en momentos angustiosos en los que habría redención o pérdida de la patria, y apoyó el honrado gobierno que estaba siendo atacado (*Bandera Azul* 1916); la última, encontrada durante el gobierno del liberal López Pumarejo surgió para apoyar la candidatura presidencial del conservador Mariano Ospina Pérez, quien buscaba la restauración nacional (*Flecha Azul* 1937).

Tinta: uso del color en el diseño de publicaciones

Este elemento gráfico, el cual se ha usado en poco más de un tercio de estas publicaciones, llegó primero a las carátulas cuyos nombres señalaban tonalidades rojizas. El primero se encontró en 1923, en la carátula del *Boletín de la Cruz Roja Nacional* utilizado para enfatizar el símbolo de la institución (Imagen 4). Sin embargo, en publicaciones afines que circularon en Medellín y Bogotá, se usó el color en franjas o páginas fondeadas,¹³ donde se reservó el blanco para los títulos *Cruz Roja* y *Colombia y Cruz Roja*, de las que se conservan ejemplares de 1936 y 1959; en todos los casos, se imprimieron las páginas interiores a una sola tinta.

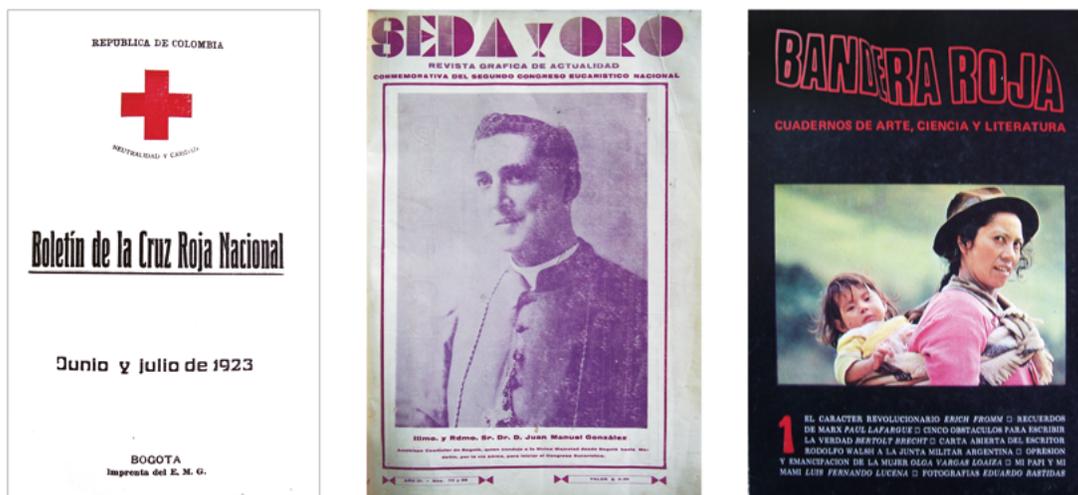


Imagen 4. Uso progresivo del color impreso sobre el papel de carátulas publicadas en 1923, 1935 y 1980. Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

La revista *Seda y Oro* fue fundada en Caracas por Salvador Ossa Junior, en octubre de 1933, se imprimió en la Editorial Bedout y circuló en Medellín. El color fue reservado, la mayoría de las veces, para las distintas tipografías que se fueron empleando en el título, el cual en algunas ocasiones se imprimió en gris, a pesar de que la carátula usó el tono rojizo para otros elementos que en ella estaban (Imagen 4). En otras, se imprimieron imágenes de las páginas interiores en este tono, siendo lo más habitual emplear solo negro en ellas. En 1980, impresa en policromía, *Bandera Roja* usó el color en el título, los subtítulos y en el número de la publicación sobre un fondo negro, sólo reservó el blanco para el contenido y algunos matices de la foto que se incluía.

Se estima que, desde principios de la década de los ochenta del siglo XX, aparecieron las revistas con nombre de color impresas en policromía, tanto en la carátula como en las páginas interiores; se ha tomado como referente el número 23 de la revista trimestral bilingüe perteneciente a la cadena *Inter Continental Hotels*, que circuló en 1987. Desde dicho número,

la revista se dedicó a Latinoamérica, a la difusión de su vida, su cultura, sus atractivos turísticos y la imagen de sus naciones. En ella, el color dorado se destinó al título, al subtítulo y las imágenes precolombinas, que en un par de ocasiones se exhibieron en las carátulas, sobre fondos azules o negros; esta misma combinación de color se utilizaría en algunas páginas interiores.

Con la incursión del color en el diseño de las publicaciones, se potenciaron las posibilidades gráficas de los logotipos. Esto se vertió en el diseño de dos formas: al constituir redundancias conceptuales entre la tinta y el nombre del color incluido en el título, y al usar el color en franjas o páginas fondeadas de tal forma que el título utilizaría tinta negra o haría una reserva. La primera y más usual ha recurrido al diseño de logotipos que utilizaron tipografías de uso común, no diseñadas de manera ex profeso para las publicaciones, que según la clasificación morfológica de Norberto Chaves corresponden a logotipos *tipográficos estándar* (Chaves y Belluccia 2008, 33) (Imagen 5).



Imagen 5. Acentuación visual del nombre del color con tinta del mismo color en *Tiza Negra* (1986), *Zona Rosa* (2001-), y uso de *outline* para el caso de *Blanco odontológico* (2006-). Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

Con esta forma de usar del color, se han visto también logotipos *tipográficos iconizados*, que son aquellos que reemplazan alguna letra por un icono formalmente compatible con ella o con la actividad de la empresa (Chaves y Belluccia 2008, 33), como el caso de *Caribe Rojo* (1991), donde se ha utilizado una palmera que identifica una zona costera. Este recurso puede también ser explicado desde la retórica tipográfica comprendiendo que se trata de una fusión entre la letra i y el icono vegetal, con lo cual tiene lugar una *interpenetración icónico-tipográfica*, en la que cada signo

mantiene fragmentos propios y “enfatisa las coincidencias en cuanto a forma, estructura y función” (Carrere 2019, 89 y 98). Otro caso semejante se vio en *Ámbar* (2009), una publicación samaria que abordaba temas de interés general, escritos por personal especializado y calificado y dirigido a hombres y a mujeres (2009), que circulaba con los periódicos *El Informador* y *La Guajira*; en sus inicios modificó la tilde para representar la piedra preciosa y utilizó un degradado en las letras, quizá con la intención de sugerir los brillos de la resina fosilizada (Imagen 6).



Imagen 6. Cabezales con intervenciones icónicas que circularon en 1991, 2009 y 2011.

Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

Gente Rosa (2014), por su parte, a pesar de emplear el mismo recurso, al adaptar el ojo¹⁴ de la letra O con una estrella, le confirió un sentido más metafórico, al referir con el cuerpo celeste a personajes de la farándula, con lo que se refuerza el eslogan de la publicación: “Te acerca a las estrellas”. El último tipo de logotipo, el *tipográfico “retocado”*, es aquel que recurre a arreglos particulares para aumentar su singularidad (Chaves y Belluccia 2008, 33); a éste corresponde el de la ya mencionada *Bandera Roja* (1980); en cuyo título se utilizó una redundancia entre la palabra y el color impreso, y un símil que equiparó el movimiento de las letras con el de una bandera.

La otra forma de usar el color ha demandado el uso de franjas del tono mencionado en el título, de tal manera que

usa contratipos.¹⁵ Este recurso, utilizado en pocas ocasiones, se vio desde 1936 en *Cruz Roja*; la otra alternativa, más frecuente, fue imprimir las letras en negro, lo cual se observó desde 1972 en *Tribuna Roja*.

En cuanto a las páginas interiores, algunos periódicos han usado dos tonos en la doble página interior y, en la primera y última planas, como en *Caribe Rojo* (1991-); mientras que han sido pocas las publicaciones que, como *Tribuna Roja* (2010), teniendo acceso a impresiones en policromía, siguen dando prelación al color del título a lo largo de sus páginas interiores, en subtítulos, recuadros y gráficas (Imagen 7); ya que lo que ocurre de manera habitual es que se pierde el criterio de uso del color en las múltiples posibilidades cromáticas.



Imagen 7. Doble página de *Caribe Rojo* impresa a dos tintas y de *Tribuna Roja Negra* en policromía. Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

Tan sólo en dos ocasiones se utilizó el color de forma bastante creativa en los nombres de las secciones. En la primera, utilizó el nombre del suplemento *El Salmón* para iniciar los títulos de las secciones usando el color en el nombre y para el texto restante un tono azul, siempre utilizando esa combinación de color y el mismo tamaño de la tipografía (Imagen 10).

En el otro caso, del presente siglo, se recurrió también al uso de dos colores, el tono fucsia en la palabra que lo menciona, pero subordinado en tamaño y posición a las secciones que, nombradas con una sola palabra, se imprimieron en negro; estas cornisas se colocaron de forma horizontal en la parte superior izquierda de las páginas (Imagen 8).



Imagen 8. Uso del color en las secciones de *Fucsia* (2000-) y *Fucsia Nova* (2003-).

Papel: uso del color para la identificación temática

A pesar de que el tipo de papel de los periódicos ha sido prácticamente estandarizado desde sus orígenes, a lo largo del siglo XIX fue común ver publicaciones periódicas impresas en papeles de colores. Algunas de ellas lo variaban con cada tirada, no siendo evidente que se tratara de un uso conceptual del color, como sí de un criterio estético, el cual, probablemente, estaba supeditado a temas comerciales relacionados con el costo o la disponibilidad del papel.

En las más de cien publicaciones colombianas compiladas, tan sólo tres hicieron uso de papeles de colores, o

imprimieron en papel normal un color de fondo. La primera de ellas, la revista literaria *Azul y Oro*, imprimió su carátula sobre un papel de color azul en tinta negra; misma que utilizó en las cuatro páginas interiores, pero sobre papel tradicional (Imagen 9). En el primer y único número, que se conserva en la BNC, que circuló el 28 de julio de 1907, se anunció que en sus páginas se reviviría al poeta Paul Verlaine, y que su objetivo era brindar “una flor romántica y pequeña, que tenga perfume para todos los dolores y dolor en todos sus perfumes; que se abra piadosamente para las almas escépticas y tristes” (*Azul y Oro* 1907, 1).

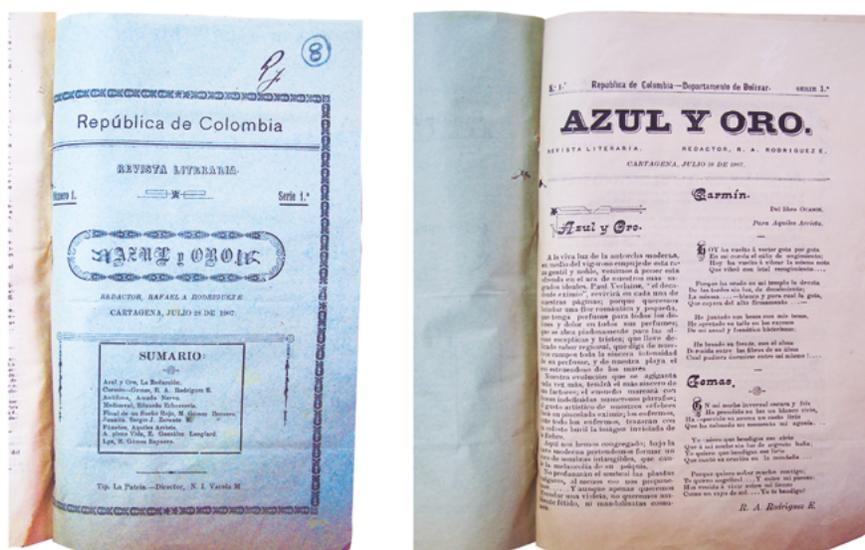


Imagen 9. Carátula y primera página de *Azul y Oro* (1907). Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

Esta publicación circuló en un periodo en el que se revaloró la dimensión simbólica del azul en el ámbito literario, y en el que los escritores franceses lo consideraron como un elemento poético propio del simbolismo, y como una forma de reacción al clasicismo, al positivismo y a la racionalidad (Bernal 2002, 185); hizo parte de la oleada de publicaciones que en sus títulos incluyeron este color, siendo las más comunes las tituladas *Revista Azul*.

Aunque en el mencionado número no se precisó el motivo del título, para Charles Baudelaire, uno de los llamados poetas malditos, la imagen del cielo y del mar estuvo asociada a “la incomparable castidad del azul”, símbolo del lugar donde reinan la pureza y el ideal (184); y quizá para los responsables de la revista ese lugar pudo ser Cartagena, donde se publicó. Este poeta además mencionó la dupla coloreada del título, cuando invitó a su musa al lugar de la inspiración y a recoger “el oro de la bóveda azul”, que es el lugar de la vida interior, y

aseguró que ha sido “Allí [donde] he vivido yo en venturosas calmas, en medio del azul, de oleajes, de esplendores”.

Dos suplementos hicieron uso de un color “rojizo o rosado semejante al de la carne del salmón” (RAE). El primero de ellos titulado *Papel Salmón* (1992-), fue un suplemento cultural, de periodicidad quincenal de *La Patria* de Manizales, que en sus inicios tuvo formato sábana,¹⁶ pero luego lo cambió por tabloide,¹⁷ y utilizó el papel homónimo porque era llamativo y diferente. Sin embargo, a raíz de los sobrecostos que con el paso del tiempo se fueron generando, la publicación —que carecía del apoyo económico proveniente de la publicidad— decidió dejar de lado este elemento y continuar la impresión en papel periódico tradicional.¹⁸

Fue en su número 26 de enero de 1993 en el que se apropió más de este color al emplearlo para las letras mayúsculas iniciales del título, en filetes para inscribir titulares, para

contrastar las imágenes, en el recuadro destinado a la bandera y en elementos gráficos que acompañaban el nombre de los periodistas (Imagen 10); en la actualidad, es una

publicación semanal impresa en papel blanco, que hace uso del color salmón en algunos elementos gráficos.



Imagen 10. Detalle de las primeras planas del suplemento cultural *Papel Salmón* publicadas en junio de 1992 y enero de 1993. Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

El segundo suplemento, de temática financiera, fue propiedad de *El Espectador*; circuló en 2013 y fue titulado *El Salmón*, el cual empleó el que fue el tradicional color de las noticias económicas desde 1893. Éste tuvo su origen cuando Sydney Murray, director del *Financial Times*, para competir contra el prestigioso *Financial News*, y con la finalidad de llamar la atención de una mayor cantidad de lectores, comenzó a imprimir en papel de color salmón, que para entonces resultaba más económico; hasta que, en 1945, se fusionaron las dos publicaciones conservando el nombre de *The Financial Times* y su característico papel (López 2022).

Pero a diferencia de estas publicaciones estadounidenses y de *Papel Salmón*, *El Salmón* no usó este tipo de papel, no por el factor económico, ya que imprimía todo el suplemento con un fondo en una tonalidad baja del color salmón, con lo que obtenía un resultado muy especial en la impresión de sus imágenes en policromía, para las que reservaba el blanco; y acentuaba con un porcentaje más alto de este mismo color, los títulos, filetes, gráficas estadísticas y otros detalles gráficos (Imagen 11).



Imagen 11. Detalle de las planas interiores del suplemento financiero *El Salmón*. Fondo de procedencia: Biblioteca Nacional de Colombia.

Consideraciones finales

La estructura lingüística de los periódicos ha permitido comprender que encontrar el nombre de un color en un título

no necesariamente indica que sea este el término sobre el cual los responsables de la publicación quisieron hacer recaer el sentido, pues algunos títulos engloban el concepto en el título completo, como en el caso de aquellas que incluyen símbolos convencionales como la Cruz Roja, o en publicaciones

tituladas *El Glóbulo Rojo* (1898 y 1907), *El Águila Negra* (1909) y *Ave Negra* (1916-1920); las dos últimas han referido a la capital bogotana, por un vínculo indicial con el escudo capitalino, y a la presencia de un ave de mal agüero.

Dentro de la paleta de color que usan las publicaciones, literalmente no hay claros ni oscuros; estas variaciones se percibieron en tantos tonos “mentales” como personas leían los títulos; además, se generó el efecto Stroop, que se refiere a la sensación que produce la escritura del nombre de un color, en un color diferente al que se menciona, haciendo más lenta la comprensión del color. En el caso colombiano, esta amplitud cromática “mental” quedó interrumpida cuando las publicaciones que incluyeron sustantivos que aludían al color, recurrieron al uso de papeles de colores (1907) y a las tintas para impresión en color (1923), que recalcan el sustantivo cromático del título, y que coloreaban, si no a todas las páginas, al menos a algunas, logrando que el color fuera aprehendido no solo de manera conceptual y visual mediante los signos verbales, sino además por la percepción física y sensorial que en ellos se evidenciaba, eliminando de manera irrefutable esas otras existencias mentales.

La importancia de estudiar el uso del color en los títulos de las publicaciones periódicas radica, como se ha visto, en que permite observar cómo se van retomando, invirtiendo o construyendo los significados, mientras se va transformando la cultura local. Estos procesos reflejan ideologías y mentalidades suscitadas de la necesidad de expresar opiniones o ideas en ciertos ámbitos. En el caso colombiano, ha sido mayoritariamente el político, en especial con el rojo y el azul. Pero, además, el hecho de que tan sólo en unos pocos casos hayan usado el color de forma exclusiva en los títulos, sin la participación de otros términos, evidencia las limitaciones semánticas que tienen los colores a la hora transmitir significados explícitos; esto sugiere que los responsables de las publicaciones prefirieron colorear objetos tangibles, y no utilizar vocablos puramente simbólicos, ya que el color en sí mismo ostenta un alto grado de abstracción, quizá debido a su naturaleza física inmaterial.

Los colores han tenido tiempos de vida y resonancias diferentes; algunos han mantenido estables sus significados, otros se trasladaron del ámbito local a la convención universal, yendo y viniendo conforme la sociedad necesitaba de ellos. La semiosis entonces puede darse porque:

1. Algunos colores provenientes de símbolos, insignias o elementos distintivos son reapropiaciones de tipo pragmático, en los que encontraron una identificación histórica, conductual o estética, y generaron una continuidad del uso; pero con rupturas conceptuales, pasando de ser convencionales a accidentales, y llegando a establecer nuevos convenios semánticos, como sucedió con la Cruz Roja y el azul de Millonarios (2009).
2. En las ocasiones en las que el título requirió dos colores, se tomaron los significados individuales y se fueron conjuntando, conformando uno nuevo global, como en *Rojo y Negro* (1905) que nació de la fusión de dos grupos anarquistas, uno que enarbolaba la bandera roja, y el otro, la negra; y *Rojo y Verde* (1990-1991), que tomó el verde de la clorofila y lo conjuntó con los colores institucionales que editaban la publicación.
3. Los cambios de paradigma generados por el avance del conocimiento permiten crear nuevos símbolos que de alguna manera atestiguan esos eventos como en *Blanco Odontológico* (2006-) y *Tribuna Roja Negra* (2010).
4. En colores como el verde, vinculado a las ideologías ecológicas; y el rojo, en su mayoría a la política liberal, la inclusión de otros términos diferentes al color en los títulos, le agrega un nuevo vínculo cultural a través de los objetos, los cuales van expandiendo y matizando los significados.

Michel Pastoureau asegura que “el hecho mismo de mencionar o no mencionar el color de un objeto es una elección muy significativa, que refleja lo que está en juego a nivel económico, político, social o simbólico en un contexto preciso” (2006, 130). En las publicaciones esa elección ha estado en manos de los responsables de titular el periódico. En la centena de títulos compilados, se han detectado dos grupos significativos de objetos; el primero ayudó a la difusión por medios de información y opinión (*Boletín, Revista*), o que parecían en espera de recibirlos al estar de manera conceptual en blanco (*Álbum, Cuadernos, Papel, Páginas*), contar con instrumentos (*Pluma, Tinta*), y estar listos para el discurso (*Verbo*); lo que en definitiva sugiere una acentuada necesidad de opinar. El segundo ha tomado objetos distintivos (*Bandera, Cinta, Divisa, Franja, Pendón, Pabellón, Tribuna*) que expresan una necesidad social por identificarse, en especial, con una tendencia política.

Los demás objetos, de muy variable índole, permiten pensar que cada publicación buscó uno particular, que fuera capaz de complementar el mensaje que querían difundir, de manera puntual y sin equívocos; y, sin embargo, en algunas ocasiones, como en *Álbum Rojo* y *Lirio Rojo*, tuvieron la necesidad de obviar los tonos propios de los objetos mismos para acomodarlos a su color político.

Los colores, además de promover las doctrinas de cada partido, fueron en su mayoría indicio de oposición política; pero los liberales más radicales se manifestaron a favor de un liberalismo puro durante el gobierno de Carlos E. Restrepo, cuando la Unión Republicana acogió a casi todos los conservadores y sólo a algunos grupos liberales, a raíz del surgimiento del Partido Nacional. En el caso de los conservadores, al estar mayoritariamente de acuerdo con las premisas de la

coalición, su manifestación fue menor, pero no menos notoria. Durante esta época, tanto las facciones liberales como las conservadoras pudieron apelar a recursos diferentes al color para sus títulos, y de todas maneras, manifestar su discrepancia política.

En las publicaciones se prefirió el diseño puramente tipográfico de los logotipos, esto es, la *retórica de uso*, que se refiere a todas las formas que se han ido estableciendo por convención, como el uso de mayúsculas y minúsculas, de un solo tipo de fuente o un mismo tamaño, etcétera (Carrere 2009, 21-22). Tan solo el periódico *Caribe Rojo* (1991), y las revistas *Bandera Roja* (1980), *Ámbar* (2009) y *Gente Rosa*

(2011) recurrieron al uso de símiles e interpenetración icónico-tipográfica como recursos retóricos tipográficos.

En cuanto al uso del color impreso, en estas publicaciones se observó que algunas lo usaron de forma conceptual al establecer criterios para su uso, como fondear carátulas y acentuar jerarquías tipográficas, cornisas, letras capitales, y prácticamente destinar el negro para el texto corrido¹⁹. Sin embargo, con el paso del tiempo, suele perderse de vista el uso del color señalado en el título, y en cambio, el diseño gráfico se ve deslumbrado por la posibilidad de potenciar el color mediante la policromía, o coartado por cuestiones económicas.

Hemerografía

“Albores Rojos”, *El Verbo Rojo: órgano liberal independiente*, núm. 17 (diciembre 4 de 1915): 1.

“Al calor de la fragua”, *Nervio Rojo*, núm. 1 (julio 13 de 1933): 1.

Ámbar. Salud y Belleza, núm. 1 (noviembre-diciembre de 2009): 2.

“Apareciendo”, *Álbum Rojo: semanario de variedades*, núm. 1 (septiembre 25 de 1909): 1.

El Arco Iris, del ICOUC, para el cooperativismo, núm. 1 (febrero de 1979): 2.

Azul y Oro, núm. 1 (julio 28 de 1907): 1.

“Bandera Azul”, *Bandera Azul: semanario político, religioso y de variedades*, núm. 1 (abril 29 de 1911): 1.

Bandera Roja: órgano de la sociedad política «Demetrio Dávila», núm. 2, (febrero 19 de 1919): 1.

La Bandera Tricolor, núm. 1 (julio de 1826): 1.

Blanco odontológico: el periódico del gremio odontológico, núm. 1 (marzo 6 de 2006): 2.

La Cinta Roja: política y literatura, núm. 1 (septiembre 22 de 1897): 1.

“Declaramos”, *Azul*, núm. 1 (agosto 13 de 1911): 2.

“Derrotero”, *El Verbo Rojo: periódico político, literario, noticioso y de variedades*, núm. 1 (enero 29 de 1910): 2.

“De una vez”, *Divisa Roja: semanario liberal, ciencias, variedades, artes*, núm. 1 (octubre 23 de 1912): 1.

El Dorado, núm. 33 (1990): 6.

La Estrella Roja: Órgano del Centro Demócrata, núm. 19 (noviembre 17 de 1931): 1.

Flecha Azul: por dios y por la patria, núm. 2 (noviembre de 1937): 6.

La Franja Roja, núm. 1 (octubre de 1991): 1.

El Glóbulo Rojo: informaciones, núm. 1 (octubre 19 de 1907): 1.

- El Glóbulo Rojo: órgano de la Hemoglobina Larroche*. Tipografía Central, 1898.
- “In principio”, *Blanco y Rojo: semanario de intereses generales*, núm. 1 (julio 15 de 1911): 2.
- Luz Verde: boletín informativo*, núm. 12 (julio de 2006): 2.
- Nuestra “Bandera”, *Bandera Azul*, núm. 2 (julio de 1916): 2.
- “Nuestra enseña”, *Fulgores Rojos: periódico liberal*, núm. 1 (junio 11 de 1911): 2.
- “Nuestra labor”, *Verbo Azul: religión política, literatura y variedades*, núm. 1 (noviembre 3 de 1910): 1.
- La Ola Roja: semanario de propaganda socialista*, núm. 1 (marzo 5 de 1920): 1.
- El Pendón Rojo: órgano de la Junta Liberal, político y de intereses generales*, núm. 1 (noviembre de 1912): 1-2.
- Rojo y Negro: órgano de la juventud luchadora*, núm. 1 (agosto 31 de 1905): 1.
- Los Sellos Rojos. Órgano del gran almacén de “los sellos rojos”*, núm. 7 (octubre 29 de 1910): 3.
- “Ultimo reducto”, *La Pluma Roja: órgano del comité liberal de la provincia*, núm. 18 (abril 2 de 1913): 1.
- El Verbo Rojo: laborador de la palabra libre*, núm. 8 (octubre 18 de 1913): 1.

Obras citadas

- Academia Española. 1979. *Diccionario de autoridades*. Madrid: Gredos.
- Bernhard, Jim. 2007. *Porcupine, Picayune & Post. How Newspapers Get Their Names*. Columbia: University of Missouri Press.
- Bernal Muñoz, José Luis. 2002. “El color en la literatura del modernismo”, *Anales de Literatura Española* (15): 171-191.
- Caivano, José Luis. 1995. “Color y semiótica: un camino en dos direcciones”, *Cruzeiro semiótico* (22-25): 251-266.
- Caliandro, Stefania. 2012. “Ocho tesis a favor (¿o en contra?) de una semiótica del color”, *Tópicos del seminario* (28): 21-38.
- Carrere González, Alberto. 2009. *Retórica tipográfica*. Valencia: UPV.
- _____. 2019. “Recursos de interpenetración tipográfica. Fundamentos y tipología”, en *El arte de la edición y la tipografía*. México: UACJ.
- Chaves, Norberto y Raúl Belluccia. 2008. *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.
- Chaves, Norberto. 2008. *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas*. 1981. Barcelona: Don Bosco.
- Ferrer, Eulalio. 2007. *Los lenguajes del color*, México: FCE.
- García, Claudia M. y Emilio Quevedo. 1998. “Uncinariasis y café: los antecedentes de la intervención de la Fundación Rockefeller en Colombia: 1900-1920”, *Biomédica* (18): 5-21.

- García-Page Sánchez, Mario. 1990. “Los nombres de los colores y el sustantivo ‘color’. Morfología y sintaxis”, *Thesaurus* (2): 305-331.
- Garrido, Antonio. 2016. “El color rojo: una semiótica política”, en César Colino, Jaime Ferri, José A. Olmeda, Paloma Román y Josefa Rubio Lara (edits.), *Ciencia y política. Libro homenaje a Ramón Cotarelo*. Valencia: Tirant lo Blanch, 741-765.
- Gómez Guacaneme, Martha Isabel. 2005. “De fauno a fauna periodística colombiana”, *Ensayos resultantes de Trabajos de Grado*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 25-39.
- _____. 2017. *La Fauna como símbolo de la prensa mexicana en los siglos XIX y XX*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliográficas.
- _____. 2019. “El color como signo en los títulos de las publicaciones periódicas: México y Colombia”, *Sociosemiótica y cultura. Principios de semiótica y modelos de análisis*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales, 347-366.
- _____. 2022. “Don Quijote de la Mancha en la prensa mexicana”, *Prensa periódica, géneros e historia literaria. Siglos XIX y XX*. México: Instituto de Investigaciones Filológicas (IIFL), Instituto de Investigaciones Bibliográficas (IIB) (en prensa).
- González Díez, Laura y Pedro Pérez Cuadrado. 2006. *Cabeceras, cabezotes, cabezales, rótulos, logotipos y manchetas*. Madrid: Jacaryan.
- Instituto colombiano de cultura. 1995. *Catálogo de las publicaciones periódicas del siglo XIX*. Bogotá: Biblioteca Nacional de Colombia, Hemeroteca Nacional de Colombia,
- Pastoureau, Michel. 2006. *Una historia simbólica de la Edad Media occidental*. Buenos Aires: Katz.
- Ricœur, Paul. 2003. *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*. México: Siglo XXI.
- Tristán Fernández, José Miguel, Fernando Ruiz Santiago, Carmen Villaverde Gutiérrez et al. 2007. “Contenido simbólico de la bata blanca de los médicos”, *Antropo* (14), 37-45.
- Wittgenstein, Ludwig. 2003. *Observaciones sobre los colores*. España: Paidós Estética.

Blogs y páginas web

- Alcaldía de Municipio de Remedios–Antioquia, http://www.remedios-antioquia.gov.co/informacion_general.shtml#simbolos.
- Blog de historia, <http://historiadisenos5sed.blogspot.com/2010/11/argos-la-compania-de-cemento-argos-se.html>.
- “Breve historia del taxi” en https://www.fotosdebarcelona.com/docs/Breve_historia_del_taxi.pdf.
- Chicagology, <https://chicagology.com/notorious-chicago/1920taxiwars/>
- Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (RAE), <https://dle.rae.es/>
- Glosario gráfico. Un diccionario de artes gráficas, diseño y materias afines*, <http://www.glosariografico.com>. Consultado mayo 5 de 2022.
- International Co-operative Alliance (ICA), “Introduction to ICA” en <http://web.archive.org/web/20120728201419/http://www.ica.coop/ica/index.html#logo>.
- López, Alfred. Blog 20 minutos, ¿Por qué los periódicos de información económica suelen ser de color salmón?, <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/tag/periodico-en-papel-salmon/>.

Mineros S.A., “Quienes somos” y “Notas Oro”, tomado de <http://www.mineros.com.co>.

Movimiento Obrero Independiente y Revolucionario, <http://moircosmos.org/semblanza-francisco-mosquera.html>.

“El pleito por eslogan de Argos”, *El Espectador*, octubre 8 de 2013, en <http://www.elespectador.com/noticias/economia/el-pleito-eslogan-de-argos-articulo-451312>.

“Símbolos del cooperativismo” en <https://www.coopeduc.com/biblioteca-virtual/historia-del-cooperativismo/simbolos/>

Wikipedia, Cantón de Schwyz, https://es.wikipedia.org/wiki/Cantón_de_Schwyz#Toponimia

Wikipedia, Cúcuta deportivo, https://es.wikipedia.org/wiki/Cúcuta_Deportivo#Escudo.

Wikipedia, Estrella Roja, https://es.wikipedia.org/wiki/Estrella_roja

Notas

1. Sobre este tema, se pueden consultar los siguientes textos de la autora: “De fauna a fauna periodística colombiana”, *La Fauna como símbolo de la prensa mexicana en los siglos XIX y XX* y “El color como signo en los títulos de las publicaciones periódicas: México y Colombia”. Disponibles en <https://faunayotrosbichos.blogspot.com>.
2. “Don Quijote de la Mancha en la prensa mexicana”, *Prensa periódica, géneros e historia literaria. Siglos XIX y XX* (en prensa).
3. La fuente principal de información para constituir este documento fue el Catálogo del Patrimonio Bibliográfico OPAC de la Biblioteca Nacional de Colombia (BNC). La búsqueda a priori genera un aparente mayor número de publicaciones de las que aquí se reportan; sin embargo, esos listados corresponden a versiones en papel, microfilm y a recursos electrónicos de una misma publicación. Puede tratarse de publicaciones extranjeras o inclusive de artículos cuyos títulos incluyen nombres de color y que no se relacionan con el tema de este artículo. Las valoraciones están supeditadas a los ejemplares que han sido resguardados en la BNC, siendo lo más usual contar solamente con algunos números de cada título. Unas pocas publicaciones fueron encontradas en páginas de internet.
4. Policromía: en las artes gráficas, este término se refiere a la impresión de varias tintas, en especial a las cuatricromías, que es el sentido en el que se usa el término en este texto. Cuatricromía: es “la impresión a todo color mediante el uso combinado de cuatro tintas básicas: Cian, Magenta, Amarilla y Negra” (*Glosario gráfico*).
5. Para profundizar sobre el concepto color desde el campo lingüístico véase el texto “El color como signo en los títulos de las publicaciones periódicas: México y Colombia”, 337-340.
6. Paul Ricœur la define así: “la oración no es una palabra más grande o más compleja, es una nueva entidad. Una oración es una totalidad irreductible a la suma de sus partes. Está hecha de palabras, pero no es una función derivativa de sus palabras. Una oración está hecha de signos, pero no es un signo en sí” (2003, 24).
7. El tema de los derechos de autor entre la firma publicitaria TBWA Colombia y el publicista Luis Alfonso Tejada, quien alega ser el creador del eslogan, se puede leer en “El pleito por eslogan de Argos” (*El Espectador*, 2013).
8. En España, “en 1924, el Ayuntamiento aprobó un Código de Circulación que, entre otras medidas, hizo obligatorio el uso del taxímetro e impuso una raya pintada bajo la ventana de los pasajeros y la parte posterior de cada taxi para identificarlos mejor. El color variaba según la tarifa: blanca, 40 céntimos por kilómetro; roja, 50 céntimos; amarilla, 60 céntimos y azul, 80 céntimos por kilómetro” (“Breve historia del taxi”). El lingüista Antonio Alatorre mencionó que “en la capital mexicana se distinguía cinco clases de taxis: camarones, canarios, cocodrilos, salmones y cotorras, visibles a larga distancia por sus contrastes y obvios colores”. También se menciona que era el color de los buses que llevaban a San Rafael, donde el color era un distintivo de las rutas o colonias urbanas que recorrían (Ferrer 2007).

9. Durante la Revolución Española (1931), cuando se quiso eliminar la controversia entre dos grupos anarquistas, “Bandera Roja y Bandera Negra a la hora de elegir la bandera con la que habrían de manifestarse el 1º de mayo de ese año la CNT y la FAI. Los primeros incidían principalmente en la cuestión obrera y los segundos mantenían posturas más radicales. La cuestión fue resuelta fundiendo las dos banderas por la diagonal a propuesta de García Oliver que militaba en Bandera Negra”. (<http://bandera-rojinegra.blogspot.com>). Así se logró también diferenciarlas de las banderas nacionales.
10. Paloseco: “tipo de letras sin remates” (Pohlen 2011, 614).
11. Los colores significan: “rojo, valor y coraje; naranja, visión de posibilidades del futuro; amarillo, yo desafío en casa, familia y comunidad; verde, el crecimiento de ambos e individual; celeste, horizonte distante y la necesidad de ayudar; azul, pesimismo que recuerda la necesidad de ayuda a sí mismo propio y al otro a través de la cooperación; violeta, belleza, calor humano y compañerismo” (“Símbolos del cooperativismo”).
12. El color rojo, “ha sido adoptado por muchas formaciones de izquierdas, principalmente partidos socialistas y comunistas, como el Partido Laborista del Reino Unido, el PSOE y el PCE en España y sus equivalentes chilenos o argentinos, o fuerzas progresistas y reformistas históricamente como el PRI mexicano, el Movimiento Quinta República de los chavistas venezolanos o los partidos colorados de Uruguay y Paraguay” (Garrido 2016, 751).
13. Fondear: “en artes gráficas, una forma ya un poco anticuada de referirse a un fondo de color continuo y liso” (*Glosario gráfico*).
14. Ojo: “Una letra está formada por una forma y una contraforma. La contraforma es el espacio blanco incluido dentro de los caracteres (por ejemplo en la letra *o*). La forma de la letra es el ojo. En el tipo de plomo, el ojo es la letra de plomo” (Pohlen 2011, 613).
15. Contratipo: se refiere a “la impresión en negativo de una tipografía” (González y Pérez 2006, 22).
16. Sábana: “formato de periódico de papel prensa de página grande y alargada típico del mundo anglosajón. Su tamaño varía bastante pero el promedio ronda los 40 cm. de ancho por 60 de alto. En Australia y nueva Zelanda, llegan incluso al tamaño A1 (594 mm x 841 mm.)” (*Glosario gráfico*).
17. Tabloide: “es un tipo de periódico con dimensiones menores que las ordinarias, que contiene fotograbados informativos. Usualmente su formato es de 432 x 279 mm.” (Wikipedia).
18. Agradezco a Gloria Luz Ángel Echeverri, editora de *Papel Salmón*, que generosamente me ha facilitado imágenes del primer ejemplar de este periódico, me ha compartido información referente al nombre y a la publicación y me ha permitido publicar las imágenes de las primeras planas que acompañan este artículo. Vía correo electrónico, mayo 25 de 2015.
19. Texto corrido: “texto compuesto de un mismo cuerpo y medida, que se presenta continuo y uniforme por carecer de títulos y subtítulos” (*Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas*, 155).