



A simbologia das cores na interpretação de uma mensagem ¹

Jozieli Camila CARDENAL ²

Gustavo GIARETA ³

Fadep - Faculdade de Pato Branco, Pato Branco, PR

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar aspectos dos componentes presentes na capa da edição de 03/10/07, da revista Veja, e a mensagem verbal exposta, denotativamente e conotativamente, na mesma. A edição foi realizada em “comemoração” aos 40 anos de morte de Ernesto Guevara Lynch de la Serna. Conforme é analisada, a capa se torna riquíssima e seu leque se desdobra mostrando novas mensagens. E é nesse desdobramento que um detalhe se destaca e ganha a capa: a estrela no tradicional quepe do guerrilheiro, que em vez de seguir a seqüência de cores do decorrer do corpo da capa, ganha a tonalidade vermelha. Uma simples e sutil coincidência, ou uma alusão à estrela símbolo do PT?

Palavras Chave: Conotação; Repertório; Semiótica; Simbologia das cores; Veja.

Introdução

Che: A Farsa do Herói – esse é o título da reportagem de capa da revista Veja, edição 2028, de 03 de maio de 2007, que tem como subtítulo: “Verdades inconvenientes sobre o mito do guerrilheiro altruísta”.

A elaboração da capa e da matéria da edição foi motivada pelos quarenta anos da morte de Che, e, principalmente, pelo fato do seu rosto ainda ser reproduzido constantemente em diversas situações mundo a fora. Para isso, Veja conversou com historiadores, biógrafos, antigos companheiros de Che na guerrilha e no governo cubano na tentativa de entender como o rosto de um, conforme descreve a edição, “apologista da violência, voluntarioso e autoritário”, foi parar no biquíni de Gisele Bündchen, no braço de Maradona, na barriga de Mike Tyson, em pôsteres e camisetas, entre outros.

A capa traz o rosto de Che como imagem central, no seu retrato clássico – feito pelo fotógrafo cubano Alberto Korda, em 1960 – formado por fumaça. A estrela do tradicional quepe do guerrilheiro foge da linha contextual do restante da capa – tons neutros, onde o preto prevalece – tomando a cor vermelha, o que, a meu ver, remete uma alusão ao símbolo petista. A fumaça forma o rosto de Che, vem do charuto que o

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo, e-mail : jozieli@hotmail.com

³ Orientador do trabalho, Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: gustavogiareta@terra.com.br

mesmo traz na mão direita em outra foto, situada na parte inferior direita da capa. Nesta foto, em sua mão esquerda, há uma arma.

Abordando um assunto polêmico, a reportagem de capa retrata o, segundo a revista, “mito” que envolve a história de Che Guevara, que é intitulado no título da matéria como “o falso herói”. Com componentes que salientam e enfatizam a posição negativa da revista quanto à imagem de Che – tanto na forma estética de cores e posicionamento dos seus elementos, quanto na forma verbal – a capa mostra o seu posicionamento negativo quanto ao protagonista da edição.

Buscarei demonstrar nesse trabalho, de forma breve – a partir de análises aos elementos gráficos que compõem o corpo da capa, e a relação dos mesmos enquanto compostos por determinadas cores – com base na da segunda tricotomia de Pierce, na psicodinâmica das cores e do repertório – a posição hostil da revista Veja a respeito do guerrilheiro – que usando de componentes semióticos, impõem ao receptor tal posição.

Outro ponto discutido no trabalho é o indício de que a estrela vermelha representa uma crítica ao regime socialista petista. Na matéria, a revista escancara críticas ao sistema criado por Marx, dirigindo-as a autoridades de outros países, poupando o Brasil. .

Abordarei, também, a questão cultural do interpretante, tanto levantada por Pierce, e posteriormente, a importância que o “repertório cultural” do indivíduo exerce na recepção e interpretação das mensagens. Isso será salientado na questão relacionada à estrela vermelha, que remete a idéia de que a crítica que não foi feita de forma direta na matéria foi transferida para a capa, quando o vermelho petista e símbolo do socialismo nacional, deu vida à estrela.

Contudo, irei expor os componentes que o produtor da capa utilizou para enfatizar o ponto de vista exposto no título, e posteriormente o resultado que chegou, revelando as intersecções apreendidas e articuladas nos diferentes níveis, tanto na produção do sentido da mensagem perante o receptor, quanto à história de Che e a alusão conotativa ao PT.

2. Análise da Capa

Antes de abordar o sentido conotativo da cor vermelha na estrela do quepe de Che, irei analisar, a partir da psicodinâmica das cores e da segunda tricotomia de Pierce, todos os elementos que compõem a capa da revista Veja, edição 2028, de 03 de maio de 2007. Essa análise é necessária para apontar e reforçar a relação entre tais elementos,



que enfatiza a posição negativa da revista, e, posteriormente, a mensagem empregada no corpo da capa – dirigida à estrela.

2.1. Capa da Veja:

De acordo com Luciano Guimarães (2004), desde que surgiu, em 1968, a revista Veja aposta em uma estrutura padrão, composta por uma foto ou ilustração de fundo e uma chamada (manchete que sintetiza o assunto e que pode ser formada apenas pelo título ou ter o acompanhamento de outros elementos verbais, como subtítulo e legenda da chamada).

As análises a seguir foram feitas embasadas numa construção lingüística e cultural, relacionando a mensagem à simbologia das cores.

2.2. A cor Enquanto Elemento de Composição de Uma mensagem: A Psicodinâmica das Cores

A cor, além de ajudar a constituir uma mensagem, é percebida pelo indivíduo de forma com que ele a associe ao o que está sendo proposto. Isso se dá devido às chamadas “sensações cromáticas” causadas por estímulos provocados pelas cores.

As cores constituem estímulos psicológicos para a sensibilidade humana, influenciando no indivíduo, para gostar ou não de algo, para negar ou afirmar, para abster ou agir. Muitas preferências sobre as cores se baseiam em associações ou experiências agradáveis tidas no passado e, portanto, torna-se difícil mudar as preferências sobre as mesmas. (FARINA, 1990, p.112)

A cor quando empregada na composição gráfica de elementos transmissores de mensagens, tem como função, embora não de forma verbal, enfatizar a informação que está sendo vinculada. Cada cor tem um significado, e de acordo com o contexto que é empregada, assume determinados posicionamentos.

Pode-se utilizar das cores que compõem a imagem ou o texto, conforme alega GUIMARÃES (2004, p.124) “para contribuir na apresentação geral da combinação cromática da capa, ou mesmo para realçar uma cor que na imagem terá um conteúdo simbólico”.

3. Os elementos da capa

3.1. O fundo

O fundo tem como predominância espacial a cor preta. Em geral, porem nem sempre, essa cor está relacionada a algo negativo, que impõe autoridade. De acordo com



GUIMARÃES (2004, p. 92), “do medo primordial da morte nasceu o simbolismo do preto ligado ao respeito, temor e, daí, a noção de autoridade”.

A negatividade da cor foi consolidada a partir da concepção ocidental em relação à mesma, como afirma GUIMARÃES:

A morte, desde os primórdios, vinculada ao desconhecido e às trevas, é origem da simbologia ocidental do preto. O preto, além de ser a cor da morte e das trevas, é a cor do desconhecido e do que provoca medo. As representações demoníacas são muito mais tenebrosas quando envolvidas pela escuridão. O demônio preto, o vampiro, o lobisomem etc, são figuras mais aterrorizantes que um curupira verde. (GUIMARÃES, 2004, p. 91)

O preto empregado no fundo é uma nítida remissão a posição da revista exposta nos demais elementos da capa, sobre o grande protagonista da edição.

3.2. A fumaça

A fumaça foi elemento escolhido pela revista *Veja* para compor o retrato clássico de Che Guevara – feito pelo fotógrafo cubano Alberto Korda em 1960. O efeito proporcionado pelo uso da fumaça destaca a foto, ressaltando a sua importância no corpo da capa e identificando uma das características de Che: ser fumante.

3.3. Título e Subtítulo

A palavra “Che” está em primeiro plano, justamente por se referir ao tema principal, e também para facilitar a compreensão do leitor. Conforme destaca GUIMARÃES:

Em várias culturas vamos encontrar o amarelo relacionado à loucura, à mentira e à traição. É também a cor dos excluídos e dos reprovados: a cor imposta aos judeus (a estrela de Davi, amarela, que eram obrigados a aplicar nas roupas) e aos condenados pela Inquisição (o hábito amarelo que eram obrigados a usar publicamente). (GUIMARÃES, 2004, p. 89)

O amarelo empregado na nomenclatura de Che foi adotado de maneira negativa – o que salienta a posição da revista quanto ao guerrilheiro – coincidindo com restante do título, que fala por si só. A afirmação é reforçada na afirmação de Pastoreau, apud, GUIMARÃES (2004, p. 89):

A cor dos traidores, dos cavaleiros desleais, dos falsos moedeiros (no século XIV as suas casas eram pintadas de amarelo), cor dos fura-greves, dos trabalhadores que atraíram em favor do patronato, cor dos maridos enganados (já atestado no século XVII). (Pastoreau, Dicionário das cores do nosso tempo, p. 19-20).

O branco e preto, quando usados para compor determinado elemento, realizam o que chamado de harmonia cromática. Segundo GUIMARÃES (2004, p. 76), “combinar cores, seguindo determinadas regras que as inter-relacionam, de forma agradável, é o que podemos chamar de harmonia cromática”.

A frase: A Farsa do Herói, em negrito e em fonte maior, realça o título e a idéia central da matéria no interior da edição.

Título e Subtítulo encontram-se situados na parte inferior esquerda de maneira estratégica, pois, segundo GUIMARÃES (2004, p.51), “[...]os hemicampos visuais são projetados nos centros visuais opostos e [...] o hemisfério esquerdo é o responsável pelo reconhecimento verbal da imagem, e o direito pelo reconhecimento visual”.

3.4. A foto

Che aparece novamente na capa, em outra foto situada na parte inferior direita. O charuto que segura na mão direita é responsável pela fumaça que forma a foto tradicional de Che, situada na parte superior esquerda. A arma que segura na mão esquerda, faz jus a imagem “negativa” da Veja a respeito de Che, pois a mesma pode ser interpretada como símbolo de violência.

O fato de a segunda foto estar localizada no ponto inferior esquerdo remete a importância da primeira, pois de acordo com Popper e Eccles, apud, GUIMARÃES (2004, p. 51) “até agora, os testes experimentais demonstram que há estímulos bem distintos provenientes dos campos visuais direito e esquerdo”.

3.5. O logo da revista

O logo faz parte da identidade gráfica do veículo. Sendo assim, procura-se seguir padrões gráficos. A veja para reforçar a sua identidade, como frisa GUIMARÃES (2004, p. 124), “recentemente, passou a ter preferência à cor vermelha ao moldurar seus logotipos”.

O logotipo deve estar de acordo com a edição, pois é recomendável que o mesmo siga os demais componentes da capa (imagem, texto). Isso é confirmado com a seguinte afirmação:

Com as preocupações básicas de visibilidade, legitimidade, equilíbrio, contraste e harmonia, a cor do logotipo deverá isolar o espaço institucional (mesmo quando a imagem cobre parte do logotipo)e, ao mesmo tempo não se tornar um elemento estranho da capa. (GUIMARÃES, 2004, p. 124)



Embora siga uma linha gráfica sem muitas mudanças, o logo da Veja passou por algumas alterações nesses 40 anos em que o veículo está no mercado:

[...] na década de 70, por exemplo, prevaleciam o branco e o amarelo, e na década de 80, tanto o vermelho, o branco ou o amarelo eram igualmente as cores mais presentes nesse espaço institucional. (GUIMARÃES, 2004, p. 124)

Na edição em questão o vermelho, marca “tradicional” dos logotipos da revista, deu lugar ao preto que predomina o restante do corpo da capa, tendo o branco como contorno das fontes.

3.6. Tira superior

O vermelho, o amarelo e o preto presentes em outros elementos que compõem a capa, foram colocados na tira superior, na área correspondente aos destaques da edição.

Usar o vermelho e o amarelo para compor um único elemento também faz parte da harmonia cromática, sendo que cada um, seja no fundo ou na cor das fontes, tem valor simbólico relacionado às informações que estão sendo vinculadas.

O amarelo está compondo a palavra “bancos”, pois “é a cor mais tátil, porque é mais concreta, é a cor da terra, do ouro e do fruto maduro”, conforme explica GUIMARÃES (2004, p. 118). Uma outra cor inadequada mudaria a percepção do leitor e não iria de encontro com a informação.

O vermelho na indicação “guia Veja”, e presente na pimenta espetada por um garfo – além de fazer alusão ao “pecado” – faz referencia ao pecado.

Através da simbologia do vermelho, pode-se observar que a cor é a mais cotada para se referir ao pecado, a proibição e a tentação:

A cor da transgressão torna-se a cor da proibição. O pecado é assimilado também como proibição e interdição e, do medo do tocar no fogo, como perigo. A idéia geral de prostíbulo é a de “casa da luz vermelha”, pela cor dos abatjourns e vinculado às prostitutas, seus batons e lingerie rubros e carmins. Nos textos imaginário-criativos da sedução (anúncios de motéis, filmes eróticos etc.), lábios e línguas vermelhos simulam relações sexuais [...]. (GUIMARÃES, 2004, p. 118)

O preto representaria solidez, o respeito, a importância do elemento, tanto na borda inferior, quanto nas fontes.

4. Analisando a estrela

Embora tenha sido feita até aqui uma análise de todos os elementos que compõem a capa, o último elemento – a estrela – é o mais importante, pois é a partir



dele e da mensagem conotativa exposta no mesmo, que esse trabalho está sendo constituído.

Sendo assim, antes de dar seqüência a análise da capa e seus elementos, tentarei contextualizar, de forma breve, a segunda tricotomia de Pierce e o sentido denotativo e conotativo quando empregados em uma determinada mensagem – no caso, a estrela.

4.1. Segunda Tricotomia de Pierce

Pierce em sua segunda tricotomia relaciona o signo a sua conexão com o objeto que relaciona. Ou seja, no caso da estrela, o vermelho seria o índice, a estrela em si seria o signo, e a estrela petista seria o significado. SANTAELLA contextualiza essa relação da seguinte forma:

Se o signo é algo que traz um objeto para uma relação com um interpretante, então o signo exhibe conseqüentemente cada uma dessas três modalidades: ele é algo em si mesmo, em conexão com um segundo e uma mediação entre um segundo e um terceiro. Esse caráter triádico do signo fornece as três grandes divisões que Pierce mais detalhadamente explorou: (1. signo em si mesmo; 2. signo em conexão com o objeto; e 3. como representação para o interpretante.) (SANTAELLA, 2000, p. 92)

4.2. Sentido conotativo

Mensagens conotativas podem ser intituladas, no meio jornalístico, de “mensagens subliminares”. Esse tipo de mensagem é justamente aquela que passa mascarada, camuflada. Diferente das mensagens denotativas, seu significado cabe a ser interpretado e identificado de acordo com os elementos que a compõem. Sendo assim, atribuo a cor empregada na estrela, como o sentido de uma mensagem subliminar, remete uma alusão ao socialismo e ao comunismo, mais precisamente a estrela do PT.

De acordo com GUIMARÃES (2004, p. 52) o uso desse tipo de mensagem seria o antijornalismo, justamente por ir contra a ética da profissão, pois, direta ou indiretamente, está persuadindo o leitor a relacionar a crítica em questão, com o simbolismo da mensagem. E explica:

[...] Corre-se o risco de atribuir sublinarmente àquela informação que é evidente ou foi criada para ser evidente, que usa recursos como fusões de imagens, formas, letras e cores que combinadas se referem diretamente a outra figura, cores que remetem a algo que acrescenta valor a imagem, etc. (GUIMARÃES, 2004, p. 52)

Atribuir uma característica a um objeto, quanto tal está fora do contexto, pode ser indícios de que ali haja uma mensagem conotativa (subliminar), conforme enfatiza GUIMARÃES (2004, p. 52) “A aplicação da cor a um objeto que, normalmente, não



teria essa coloração, força o leitor a perceber a importância da cor na cena e buscar seu significado”.

Sabe-se que no período de censura e repressão, impostas pela ditadura militar (1964 a 1985), usava-se de mensagens subliminares (“entre linhas”) no jornalismo brasileiro, justamente para escapar do controle. Embora estejamos em pleno período democrático, esse tipo de mensagem não foi extinta, como reforça GUIMARÃES (2004, B: p.53) “[...] esses recursos [...] são hoje utilizados para alterar de forma obscura o imaginário daqueles que consomem mídia[...]”.

5. O vermelho na Veja

5.1. Aplicação da simbologia do vermelho nas capas da Veja

A revista *Veja*, surgiu no tumultuado ano de 1968, e seu primeiro exemplar tinha o vermelho como cor predominante. A manchete estampava: “O grande duelo no mundo comunista” com fundo vermelho ressaltando a sombra da foice e do martelo, em preto.

No mesmo ano, temas ligados à simbologia do vermelho, como protesto e rebelião, foram destaques das capas vermelhas da *Veja*.

Outro indicio de que o vermelho empregado à estrela refere-se ao PT, é o fato de que a *Veja* usa da cor para representar a esquerda – embora o Partido dos Trabalhadores atualmente seja a direita, a cor vermelha na sempre esteve relacionada ao mesmo, seja pela cor da bandeira ou da estrela do partido, ou do regime socialista.

De acordo com GUIMARÃES, o uso das cores utilizado como recurso pela *Veja* para designar os partidos políticos no país, entre direita e esquerda, se deu nos últimos anos:

[...] centro direita e direita, PSDB – PFL, azul-amarelo como combinação de cores [...] e da oposição [...] representada pelo Partido dos Trabalhadores – PT, da esquerda, e o vermelho como cor. (GUIMARÃES, 2004, B: p. 53)

Ou seja:

[...]quando não relacionado a assuntos como saúde, ou violência, o vermelho passou a ser utilizado pela *Veja* “para representar a esquerda [...] acompanhada da negatividade do preto, ilustrar todas as capas que trataram de escândalos, corrupção, golpes, etc. (GUIMARÃES, 2004, B: p. 54)

Coincidência ou intencionalidade, a questão é que a referencia da estrela do quepe de Che, ao símbolo do PT, somente fará parte de contextos positivos ou negativos

perante o receptor, de forma denotativa ou conotativa, se o mesmo tiver conhecimento sobre o assunto, através da formação do seu repertório.

4. Repertório

Anteriormente, mostrei os sentidos denotativos e conotativos em uma mensagem. Abordei também a simbologia do vermelho, e a sua relação enquanto cor na linha editorial da Veja. Porém, a percepção desses elementos não seria possível se não houvesse “repertório”.

Repertório corresponde a audiência cultural que cada indivíduo possui, e que faz, a partir da relação do que conhece, com que o mesmo tenha uma percepção mais aprofundada de elementos de informações. Através de um repertório apurado, é possível que o interpretante tenha uma fácil percepção de mensagens denotativas e conotativas.

A comunicação é uma função do código e do repertório, que, por sua vez, estão na dependência da informação. Informação não é uma “coisa”, mas uma relação estatística entre o que se conhece e o que não se conhece, entre o previsível e o imprevisível. (PIGNATARI, 2004, p. 53).

Na matéria “Farsa do Herói”, a veja faz críticas ao regime socialista e a alguns revolucionários estrangeiros, porém não se refere ao Brasil. A crítica que não foi feita na matéria, foi transferida para a capa, quando a estrela do quepe de Che ganha a cor vermelha, passando a ser a estrela símbolo do PT.

Mesmo que escondida no conjunto que é recebido quando se vê ou se lê uma capa de revista, a cor contribui na formação da informação e, muitas vezes, é ela que organiza ou contextualiza o conjunto ou cria a predisposição do leitor para receber aquele exato conteúdo. Uma cor que não esteja de acordo com a informação trazida pelos outros elementos verbais e não-verbais pode tornar a informação da capa ambígua [...] ou causar estranhamento no leitor, que procurará um outro sentido para a cor. (PIGNATARI, 2004, pág. 53).

Acredito que nem todos terão a mesma percepção quanto a mensagem conotativa empregada na cor da estrela. Isso ocorre, pelo fato de que a interpretação de uma mensagem pode ser variável, de acordo com o perfil de cada indivíduo. Sendo assim, uma mesma mensagem pode ser percebida de maneiras diferentes, pois cada receptor terá uma leitura particular e própria.

O problema da cultura reside justamente nos conflitos, antagônicos e não-antagônicos, entre os diversos repertórios, que tendem a coincidir com a divisão da sociedade em classes sociais. (PIGNATARI, 2004, pág. 53).

Considerações



Foi possível concluir com o presente trabalho, através da análise feita – a partir das teorias que emergem a psicodinâmica das cores, a segunda tricotomia de Pierce e o sentido conotativo em uma mensagem – que as cores são elementos fundamentais na composição de uma mensagem, pois transmitem uma comunicação a ser interpretada, independente se estarem expostas em forma verbal ou não. E mais, que as mesmas, em alguns casos podem estar relacionadas com mensagens conotativas.

Contudo, um elemento fundamental para a percepção do receptor dentro de uma mensagem, é o “repertório”. A bagagem cultural do indivíduo é um fato fundamental que o fará interpretar de forma correta, ou não, a mensagem que está sendo exposta ao mesmo.

Por fim, acredito que, enquanto ocupar a posição de futura comunicadora social, não posso deixar de analisar as coisas que me cercam com o olhar atento, analisando a simbologia de tudo o que a mim é proposto. De forma neutra e imparcial, como “futura jornalista”, devo ter um olhar crítico perante o mundo. Olhar esse que pode ser nivelado com o auxílio da semiótica.

Referências bibliográficas

FARINA, Modesto. São Paulo: Psicodinâmica das Cores Em Comunicação, Edição 4, 1990.

GUIMARÃES, Luciano. São Paulo: A cor como informação, Edição 3, 2004.

GUIMARÃES, Luciano. São Paulo: A cores na mídia. Edição 3, 2004.

PIGNATÁRI, Décio. São Paulo: Contra comunicação. Edição 3, 2004.

SANTAELLA, Lucia. São Paulo: A Teoria Geral dos Signos: Como as linguagens significam as coisas, Edição 1, 2000.

SCHELP, Diogo e TEIXEIRA, Duda. Especial Che, São Paulo: Revista Veja, Edição 2028, 3 de outubro de 2007, p. 84, 85, 86, 87, 88, 89,

IMAGEM: <http://vejaonline.abril.com.br>. Acessado em: 05 de junho de 2008.

Anexo

