

O vermelho na construção da imagem de Dilma Rousseff

The red in the image construction of Dilma Rousseff

Jéssica Cristina de CAMPOS¹

Luciana Coutinho Pagliarini de SOUZA²

Resumo

A comunicação na interface com a moda sustenta o objeto desse artigo: a produção de sentidos da cor vermelha encarnada nas vestimentas da ex-presidente Dilma Rousseff no período que precede seu primeiro mandato até seu *impeachment*. Nosso propósito consiste em inventariar os sentidos que a cor vermelha suscita, levando em conta o contexto da trajetória política da ex-presidente. Na esteira do vermelho, fotos de Dilma advindas da plataforma digital do jornal Folha de S. Paulo são analisadas, atreladas às especificidades que a semiótica peirceana contempla do signo – seu aspecto qualitativo, existencial e simbólico. A relevância desse artigo se dá pela reflexão de como a cor contribui na produção de sentidos na construção da imagem de políticos.

Palavras-chave: Comunicação. Dilma Rouseff. Moda. Produção de sentidos. Vermelho.

Abstract

Interfacing each other, Communication and fashion sustain the object of this article: the production of red-color senses embodied in the former President Dilma Rousseff's clothing in the preceding period to her first term until her impeachment. Our purpose is to record the senses that red color arouses, taking into account the context of the former president's political trajectory. In the wake of the red, some photos of Dilma coming from the digital platform of the Folha de S. Paulo newspaper are analyzed, in relation to the specificities of sign contemplated by Peirce's semiotics - its qualitative, existential and symbolic aspect. The relevance of this article lies on reflecting how color contributes to the production of senses in the construction of politicians' image.

Keywords: Communication. Dilma Rouseff. Fashion. Production of senses. Red.

¹ Mestranda em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba (Uniso).

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Docente na Universidade de Sorocaba (Uniso).

Introdução

A interface entre moda e comunicação abriga o objeto desse artigo: a produção de sentidos da cor vermelha das vestes da presidente Dilma Rousseff na construção da sua imagem.

Segundo Bernard (2003), utilizamos das nossas vestes para sintetizar ideias, conceitos, desejos e vontades. A roupa comunica e as escolhas que fazemos são representativas da ritualização do nosso cotidiano. Desta forma, podemos utilizar a roupa para veicular mensagem sem a emissão de uma comunicação por palavras, com funções distintas como: informativa, expressiva, normativa e de interação social, como sugere Bernard (2003, p. 80-106).

Na esteira desse autor, expomos ideias sobre a moda e, para a análise de como a cor vermelha nas vestes da ex-presidente produz sentidos, será utilizada a semiótica peirceana.

Percurso metodológico

Para apresentarmos reflexões sobre a produção de sentidos do vermelho na vestimenta da Dilma Rousseff, selecionamos alguns momentos de sua trajetória política. O primeiro deles está representado na foto de campanha da primeira eleição, em que ela aparece junto com o ex-presidente Luís Inácio “Lula” da Silva. Tal escolha se deve ao fato de ser uma de suas primeiras aparições como candidata à presidência. O segundo momento é sua posse como presidente eleita: a primeira mulher brasileira a se estabelecer como chefe de governo.

O terceiro momento diz respeito a alguns eventos que marcaram sua ascensão durante o primeiro mandato (2010 a 2014). Para tanto, apresentamos um painel com quatro imagens que retratam esse período.

O quarto momento mostra o que seria o seu declínio, também composto por um painel contendo quatro imagens da Dilma em alguns dos seus últimos momentos como presidente. A cassação de seu mandato é representada no quinto momento.

Definidos esses *flashes* da carreira da ex-presidente Dilma, faz-se necessária uma análise que nos permita deslindar os sentidos que a cor vermelha assume, de acordo com os fatos vivenciados pela presidente. A semiótica peirceana foi a escolhida por permitir que adentrássemos o espectro da cor vermelha, ora como qualidade, como existente e,

finalmente, como lei. Para esse tratamento do signo/cor, apresentamos a seguir fundamentos da teoria peirceana que vão fundamentar essa empreitada.

A semiótica peirceana: fundamentos para a análise

Toda a arquitetura da teoria de Peirce, da qual a semiótica ocupa o centro, se alicerça em três categorias fenomenológicas. Tendo a fenomenologia como porta de entrada de sua teoria, esta quase-ciência “tem por função apresentar as categorias formais e universais dos modos como os fenômenos são apreendidos pela mente.” (SANTAELLA, 2005, p. 07). Depois de muito observar os fenômenos, ou tudo aquilo que aparece à mente, Peirce concluiu que há três elementos formais universais denominados: primeiridade, secundidade e terceiridade.

A primeiridade está relacionada ao acaso, ao sentimento, à originalidade, à possibilidade, à liberdade. Esses atributos possibilitam o estado de contemplação, de encantamento.

A secundidade está ligada às ideias de ação e reação, de dependência, determinação, conflito, é a categoria da comparação, do fato, da realidade, do aqui e agora. Já a terceiridade está ligada à mediação, à memória, à representação, ao pensamento, e à interpretação dos signos. A terceiridade é o *locus* onde se manifesta o signo, “visto que o signo é um primeiro (algo que se apresenta à mente), ligando um segundo (aquilo que o signo indica, se refere ou apresenta) a um terceiro (o efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete)” (SANTAELLA, 2005, p. 7).

A partir dessas categorias, respectivamente, podemos analisar os signos na sua relação com ele mesmo (significação), na relação com o objeto (objetivação) e na relação com o interpretante (interpretação). Na relação consigo mesmo, os signos se apresentam nos seus fundamentos de simples qualidades (qualissignos), no seu aspecto de um existente singular (sinsignos) e no seu aspecto de lei, convenção (legissignos).

Na relação com o objeto, os signos se classificam como ícones, apresentam semelhança com o objeto que representam; índices, são parte do objeto que se referem; e símbolos, signos que representam seus objetos mediante uma convenção.

Na relação com o interpretante, ou seja, na maneira como os signos produzem sentidos, alicerçados nas três categorias, se o signo tem a qualidade como dominante, é a emoção que virá à tona. Se o signo tem como marca o fato de ser existente, provocará

ação/reação, constatação. Se o signo é de lei, produzirá interpretantes mais desenvolvidos, capazes de generalizar, argumentar, traduzir reflexões embasadas na lógica.

O vermelho é cor e, como tal, produz sentimentos que podem vir apenas da sua qualidade de cor (a vermelhidão de uma tela que nos invade o olhar e favorece a pura contemplação). Sob esse modo de “aparecer”, ele será um qualissigno e poderá provocar sentimentos, emoção. Pode ser um existente singular (sinsigno) e, nesse caso, ele estará incorporado em alguma forma: no caso específico deste artigo, as vestimentas da presidente Dilma Rousseff. Finalmente, se a lei for o fundamento que o leva a produzir sentidos, então ele será um legissigno e estará preñado de aspectos culturais, simbólicos, o que o fará representar ideias, pensamentos, convenções. Como legissigno, o vermelho está ancorado na História e na cultura.

A cor na construção dos sentidos das vestimentas

A cor, segundo Dondis (2007), está impregnada de informação e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Por essa razão, é fundamental para comunicadores visuais.

Para esta autora, as cores têm significados associativos compartilhados no ambiente natural, a cor do céu, terra, mar, relva e de um número sem fim desses elementos. A todos eles associamos um significado, mas há aqueles sentidos que ultrapassam esse conhecimento relacionado ao ambiente e ganham sentidos vinculados na cultura. Dondis (2007, p. 64) exemplifica com o vermelho, senão vejamos:

O vermelho que associamos à raiva passou também para ‘a bandeira (ou capa) vermelha que se agita diante do touro. O vermelho pouco significa para o touro, que não tem sensibilidade para a cor e só é sensível ao movimento da bandeira ou capa. Vermelho significa perigo, amor, calor e vida, e talvez mais uma centena de coisas. Cada uma das cores também tem inúmeros significados associativos e simbólicos.

A cor tem três dimensões que podem ser definidas e medidas. A primeira é a *matiz*, a cor em si. Cor, então, como pura qualidade ou qualissigno. Existem três matizes primárias: vermelho, amarelo e azul. Cada uma delas tem qualidades fundamentais: o amarelo é a cor mais próxima da luz e do calor; o vermelho é a mais ativa e emocional; o azul é passivo e suave.

Centrando-nos no vermelho, ainda a partir de Dondis, temos que esta cor tende a se expandir. Quando associado através de misturas, são obtidos novos significados: se é misturado ao azul, o significado provocador do vermelho é amenizado, mas intensificado ao misturar-se com o amarelo.

A *saturação* é a segunda dimensão da cor e está ligada à pureza relativa da cor. Saturada é a cor simples, quase primitiva. Para Dondis (2007, p. 66), a saturação “é explícita e unívoca; compõe-se dos matizes primários e secundários” e ainda:

Quanto mais intensa ou saturada for a coloração de um objeto ou acontecimento visual, mais carregado estará de expressão ou emoção. Os resultados informacionais, na opção por uma cor saturada ou neutralizada, fundamentam a escolha em termos de intenção.

A terceira dimensão da cor é a *acromática*, é o brilho relativo, do claro ao escuro, das gradações de tom e de valor. O brilho (luminosidade) corresponde a um valor que equivale a um tom pertencente a uma escala acromática entre o branco (luminosidade máxima) e o preto (luminosidade mínima) na qual a cor corresponde ao se considerar apenas o brilho desconsiderando o matiz. É o tom que a cor assumiria numa versão em preto-e-branco.

Feita essa explanação, à luz de Dondis (2007), importa salientar que o mais emocional dos elementos específicos do processo visual é a percepção da cor. Essa propriedade intensifica a informação visual. A cor não tem somente um significado compartilhado universalmente por meio da experiência, mas um significado que se processa nos meandros da cultura.

Ainda que nossas escolhas cotidianas não se deem tão conscientemente, o fato é que revelamos coisas ao mundo sempre que optamos por determinada cor. Prossigamos na busca da intenção da presidente, a partir de suas escolhas.

Figura 1 - Foto oficial da campanha de Dilma Rousseff



Fonte: Folha de S. Paulo, 3 jul. 2018

A cor vermelha como qualissigno ganha, inicialmente, nosso olhar. Vimos que o vermelho é a mais ativa e emocional das cores, mas nessa imagem a mistura ameniza a provocação do vermelho. A cor branca aparece fazendo um contraponto ao vermelho. O branco, como qualidade, reflete todos os raios de luz, a luminosidade pura.

O vermelho e o branco se fazem presentes na vestimenta da candidata a presidente durante o período eleitoral de 2010. Estando incorporados ao traje, passam a ser existentes, sinsignos, portanto. Na relação com o objeto que representam – o momento em que a candidata Dilma se lança à chapa do Partido dos Trabalhadores (PT) para a presidência da República – o vermelho passa a apontar para o contexto em que a imagem o insere. O vermelho é, aqui, um índice.

O contexto para o qual o vermelho aponta exhibe Dilma Rousseff, na época ministra de Minas e Energia do governo do presidente Lula, ao lado do chefe de Estado, em uma foto/propaganda de sua candidatura. Trata-se da foto oficial de candidatura de Dilma para o PT, em 2010, a fim de suceder o presidente Lula no cargo.

Ao escolher as vestes para se apresentar à nação, Dilma usou um blazer com formas predominantemente retas. Esta forma remete à ideia de ordem e controle, em detrimento da modelagem que segue o corpo feminino, curvilíneo, apresentado por Lurie (1997, p. 221). Outro ponto a ser observado sobre o blazer é que o corte alongado remete a ares masculinizados, ligados ao tradicional. Já a ausência do decote emite uma mensagem de resguardo. Conforme Sabino (2007, p. 17), “(...) a ausência de decote —

fechado, mostra recato e vontade de pouco se mostrar; quadrado — suas formas retas diminuem o volume e mostram firmeza (...).”

Dilma usa também alguns acessórios. Podemos ver o colar e brinco de pérolas, pedra preciosa que, segundo O'Hara (1992) e Sabino (2007), remete à ideia de sólidas qualidades morais, mostrando o valioso, a riqueza e a fortuna, escolhidos os objetos para fazerem-se caber no ambiente majoritariamente masculino.

Lula, em contrapartida, veste uma camisa social azul claro e um agasalho na cor bege. “O azul claro é a cor que foi mais vezes citada como a cor da simpatia, da harmonia, da amizade e da confiança. Esses são os bons sentimentos, aqueles que só se comprovam em longo prazo, florescendo, em geral, com o passar do tempo e tendo sempre como base a reciprocidade” (HELLER, 2013, p. 23). Já o bege, remete à calma e passividade. Tais cores demonstram parceria por meio da “amizade e confiança” depositadas à sua candidata, fazendo-se segundo plano para deixar que Dilma assuma o papel de herdeira do cargo e da cor típica do partido de ambos. O vermelho, nesse instante, carrega a simbologia do PT sob as bênçãos de sua principal liderança.

Figura 2 - Dilma eleita no seu primeiro mandato



Fonte: Folha de S. Paulo, 3 jul. 2018

Um vermelho saturado se destaca entre as cores branca e azul (escuro e claro). Sendo saturada, esta cor se expande, torna-se ponto focal, atrai o olhar para a esquerda da composição. O vermelho vivo se materializa na camisa da agora presidente eleita Dilma Rousseff. Vermelho e momento festivos. O PT em vermelho vivo grita a vitória. A posição da presidente à esquerda do olhar do intérprete personaliza o partido e acentua sua

ideologia. Investe-se, assim, do caráter simbólico, decorrente do predomínio do legissigno. Vejamos a simbologia do vermelho nas palavras de Heller (2013, pp. 17 – 289):

Vermelho - É a mais antiga de todas as cores. O vermelho é a cor de todas as paixões – do amor ao ódio, a cor dos reis e do comunismo, a cor da felicidade e do perigo. É a cor dominante de todas as atitudes positivas em relação à vida, força, da liberdade, dos trabalhadores, do socialismo, das correções, da redução.

No momento político representado pela foto, os valores simbólicos ganham a dimensão conivente com o propósito da escolha da roupa pela presidente. Passemos para o próximo momento da presidente Dilma, representativo de seu período de ascensão.

Figura 3 - Ascensão de Dilma Rousseff



Fonte: Elaboração das autoras com imagens recolhidas do portal Folha de S.Paulo. Acesso em: 4 jul. 2018.

O vermelho, nas imagens acima, apresenta-se saturado nas três primeiras, menos saturado na última. Apresenta-se, respectivamente, ora incorporado num boné; ora na camisa, no casaco. Suas representações simbólicas se dão como pertencimento ao partido e às suas ideologias vislumbradas no ato público de ser “coroada” com o boné do PT. Em duas das fotografias, o ex-presidente Lula se posta ao lado de Dilma Rousseff, transferindo-lhe não somente o poder, mas a própria cor característica do partido criado por ele.

A última cena traz um vermelho mais fechado, reservado, menos saturado, portanto. Divide espaço com Barack Obama, àquela época presidente dos EUA, figura de grande popularidade e poder.

As quatro imagens distintas têm em comum momentos da ascensão política da presidente Dilma Rousseff. Ao usar o vermelho como base de suas vestes, ela consolida as suas raízes e reforça a sua imagem como presidente popular e disposta a comunicar ao mundo sua posição.

Uma pessoa com uma peça vermelha pode inicialmente buscar um estímulo, pretende aumentar a estima ou dissemina uma ideologia centrada em princípios do socialismo, por exemplo. Apesar destes significados, ao escolher um vestido desta cor, a mulher não está construindo apenas uma significância de partidarismo, ela pode disseminar o desejo de sedução, se a veste for construída com formas justas (...) podendo até um boné vermelho remeter aos movimentos sociais (OLIVEIRA, 2015, pp. 21-22).

Figura 4 - O declínio de Dilma



Fonte: Elaboração das autoras com imagens recolhidas do portal Folha de S. Paulo.

Acesso em: 5 jul. 2018.

No painel montado com quatro fotografias da presidente, o vermelho aparece muito timidamente. O jogo do saturado (fundo) com o não saturado (figura) traz equilíbrio, mas são apenas detalhes, fragmentos, que acompanham a ex-presidente.

Trata-se de momentos do segundo mandato da presidente Dilma Rousseff, entre 2015 a 2016. A ausência do vermelho em suas vestimentas é significativa. Tal “silêncio” é revelador do afastamento, da crise; é perceptível na fisionomia fechada, sem brilho. Não por acaso, o que imperou nesse período do segundo mandato foram manifestações constantes decorrentes da insatisfação do povo com o que se denominou “estelionato eleitoral”, ou seja, as maquiagens eleitoreiras estavam se fazendo visíveis, o que impulsionou e, mais tarde, concretizou o *impeachment* da ex-presidente.

O vermelho passou a não ser a marca das vestimentas da presidente desde a campanha para a segunda eleição. A intenção era se afastar das denúncias que atingiam o partido e tonar-se mais próxima dos “outros” brasileiros.

Nota-se nas roupas com que Dilma se veste nas fotos acima a neutralização do preto, branco, cinza e azul, que ganham destaque na vestimenta da presidente. Com esta intenção, é possível perceber seu desejo de desvincular sua imagem da dos condenados, ao não optar pelo uso da cor partidária.

A mudança do vermelho para outras tonalidades leva-nos aos sentidos de cada cor. Na esteira de Heller (2013), do vermelho de uma nova ideologia para o azul da fidelidade; o vermelho da cor da felicidade para o preto da ambivalência dos sentidos. O vermelho do amor e ódio para o branco da ressurreição, do bem e da perfeição. O vermelho do início, do sangue e da vida para o cinza do secreto, do passado e do esquecimento. Apesar desse afastamento do vermelho, Dilma continua com as formas retas do blazer e continuando a impor a ordem e o controle em cada nova aparição.

Figura 5: A 'queda' de Dilma



Fonte: Folha de S. Paulo, 4 jul. 2018.

A figura 5 é representativa da queda da presidente Dilma Rousseff com o processo de *impeachment* ocorrido no final de 2016.

O vermelho novamente silencia. Silencia também seu partido, sua ideologia, suas promessas. Aqui é substituído pelo bege e preto. O blazer estruturado também é substituído por linhas curvas e mais leves, além de conter um bordado de flores na mesma cor da peça.

Nesta nova fase, a predominância das cores neutras em sua vestimenta demonstra a centralização dos seus objetivos (HELLER, 2013). A modelagem da sua vestimenta mais simples indicia sua tentativa de proximidade com o povo. O blazer menos estruturado, substituindo linhas retas por linhas curvas, sugere liberdade e descontração, afirma Lurie (1997, p. 221), intensifica a feminilidade também por conta dos bordados, finos e discretos. A combinação do bege e do preto instala a ambiguidade, considerando-se que o primeiro remete à calma e passividade, enquanto o segundo sugere o fim, poder, negação e elegância, duro e pesado (HELLER, 2013).

Quanto aos acessórios, Dilma persiste na discrição ao substituir a pérola por brincos e correntes dourados. Ó'Hara (1992) e Sabino (2007) defendem que o dourado do ouro transparece o valioso, riqueza, fortuna, remetendo às ideias sólidas e qualidades morais.

São estes valores que a ex-presidente tencionava apresentar para, talvez, com eles sair de cena com dignidade.

Considerações finais

Neste artigo, depositamos no vermelho nosso olhar, buscando desvelar seus aspectos qualitativos, existentes e simbólicos na produção de sentidos das vestimentas da ex-presidente do Brasil, Dilma Rousseff.

Atrelada a diferentes momentos da carreira política de Dilma Rousseff, no período que antecedeu sua primeira eleição até o *impeachment*, a cor vermelha perpassou seu pertencimento ao Partido dos Trabalhadores (PT), sua identificação com a ideologia do PT e sua ascensão na política. O padrão e repetição do vermelho nas escolhas da sua vestimenta constroem sua imagem de forma sólida, desenvolvendo-a em conjunto com a cor do seu partido.

Porém, já na campanha eleitoral para o segundo mandato, fatos que comprometiam o partido vieram à tona, provocando a indignação da população. O afastamento do vermelho é altamente significativo, pois que insistir em sua ideologia, em seu significado simbólico seria estar conivente com os fatos comprometedores da sua moral. O vermelho se agiganta em valor, tornando-se, neste período, a representação da desonestidade, da fraude, da inconfiabilidade.

Também é perceptível que, ao escolher durante grande parte do seu mandato modelagens alongadas com linhas retas e estruturadas, a presidente mostra um pertencimento ao universo masculino e tradicional, comum no território político. Aliados à ideia de masculinidade, vêm sentidos tais como coragem, poder de decisão, mas ao trazer o uso do decote ou gola no formato redondo, comum nas últimas vestimentas, além do caimento mais leve, a ideia de elegância e feminilidade se sobrepõe à anterior. Tais escolhas a distanciavam da imagem antiga de uma mulher intocável.

Assim, pudemos perceber na análise da cor vermelha, em seus níveis – quali, sin e legissigno – que seguem as categorias peirceanas – primeiridade, secundidade e terceiridade – a qualidade da cor nos atributos que a distinguem das outras e a torna prehe de sentidos; a cor como um existente que se encarna na vestimenta de uma figura política da maior importância no país e aponta para o contexto em que se fez presente, bem como sua ausência; finalmente, nas construções simbólicas que vêm agregar significados ideológicos que extrapolam os anteriores, significados atrelados a padrões culturais, sociológicos e históricos.

Vermelho/vestimenta se apresentaram inscritos na interface Comunicação/Moda como produtores de sentidos capazes de desvelar a construção da imagem da presidente Dilma no período recortado para este artigo.

Referências

A CAMPANHA de Dilma Rousseff em 10 fotos. **Folha de S. Paulo**, 2010. Disponível em: <<https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/29843-a-campanha-de-dilma-rousseff-em-10-fotos>> Acesso em 03 jul. 2018.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de Símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.

DONDIS, Donis A. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DRIGO, Maria Ogécia; SOUZA, Luciana C. P. **Aulas de semiótica peirceana**. São Paulo: Annablume, 2013.

DUAS visões juristas contra e favor avaliam pedido de impeachment. **Folha de S. Paulo**, 2016. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/02/1256272-duas-visoes-juristas-contra-e-a-favor-avaliam-pedido-de->

impeachment,a67e5b1d8785cd72e7656fac0563d5339d1vy88p.html> Acesso em 04 jul. 2018.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

LURIE, Alison. **A Linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1997.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

OLIVEIRA, Karla. **A roupa da presidente: uma análise de comunicação pelas vestes**. 2015. 81 f. Monografia (Departamento de jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2007.