

O TOM DE ZÉ À LUZ DE UMA SEMIÓTICA APLICADA À COR

Cláudio De Sousa Teixeira¹
Maycon Gustavo Costa dos Anjos²

Instituição: Universidade Federal de Campina Grande

RESUMO: No presente artigo, objetivou-se em analisar o simbolismo cromático do design da capa de disco (LP – Long Play) do músico Tom Zé, produzida no ano de 1968, durante o movimento Tropicália no Brasil. Para tanto, foi utilizada uma abordagem semiótica como metodologia de análise de conteúdo, onde se constatou o uso da cor como instrumento propagador de mensagem perante as mudanças sócio-político-culturais dessa época, veiculando em sua retórica uma mensagem crítica perante a sociedade. A pesquisa chegou à conclusão de que o simbolismo cromático aplicado nessa capa pode expressar uma mensagem que está relacionada a alguns aspectos presentes na sociedade de consumo e na vivência cotidiana do indivíduo: o conceito que se convencionou no imaginário popular de que as cores saturadas e contrastantes são aspectos simbólicos de bem-estar e felicidade, os quais contribuem com as vendas e com a feição de que está tudo bem; de tal modo, por um lado, a “ironia” presente no plano de conteúdo se configura no plano de expressão de forma persuasiva; por outro, a essência e aparência representadas pela “antítese” simbólica das cores desenvolvem um embate antagônico neste mesmo plano de conteúdo, causando reflexão.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica; Cores; Tropicália; Capas de Disco.

ABSTRACT: *In this article, the objective was to analyze the chromatic symbolism of the cover design (LP - Long Play) of the musician Tom Zé, produced in 1968, during the Tropicália movement in Brazil. In order to do so, a semiotic approach was used as a methodology for content analysis, in which the use of color as a message-propagating instrument was verified in the face of socio-political-cultural changes of that time, conveying a critical message to society in its rhetoric. The research came to the conclusion that the chromatic symbolism applied in this cover can express a message that is related to some aspects present in the society of consumption and in the daily life of the individual: the concept that was agreed in the popular imaginary that saturated and contrasting colors are symbolic aspects of well-being and happiness, which contribute to sales and in the sense that everything is fine; so, on the one hand, the "irony" present in the content plane is configured in the plane of expression persuasively; on the other hand, the essence and appearance represented by the symbolic "antithesis" of colors develop an antagonistic clash in the same content plane, causing reflection.*

KEYWORDS: Semiotics; Colors; Tropicália; Disk Layers

¹ Mestre em Design, Programa de Pós-Graduação em Design – UFCG, claudio.sout@gmail.com

² Mestre em Design, Programa de Pós-Graduação em Design – UFCG, maycongustavo7@gmail.com

Introdução

A Tropicália foi um movimento artístico e cultural surgido no Brasil em 1967, em plena ditadura militar, e esse movimento era visto como subversivo pela sociedade, precisamente pelas atitudes críticas e experimentais antagônicas à cultura nessa época, também foi visto como ameaçador pelo governo militar.

Era um movimento estético e, portanto, abrangente, que se propagou em vários campos artísticos por meio dos seus principais representantes, a exemplo das artes plásticas (Hélio Oiticica), cinema (Glauber Rocha), teatro (Celso Martinez), na música (Gilberto Gil, Caetano Veloso, entre outros) e conseqüentemente no design das capas dos discos, também conhecidos como “LP’s” (Long Plays) ou “discos de vinil” (BASUALDO, 2007).

Buscando uma reflexão acerca da identidade nacional, esse movimento resgata o pensamento Antropofágico, lançado em 1928, pelo escritor Oswald de Andrade, o qual defendia que o homem literalmente “devorar” a cultura estrangeira, mas não como forma de aniquilação da cultura nacional e sim como forma de repensar, mesclando-a à cultura nacional (FAVARETTO, 2007).

Esse pensamento “neoantropofágico” tornou possível uma inspiração perante os movimentos estéticos e culturais dessa época nos EUA e Europa, em plena década de 1960, quando grandes mudanças estavam acontecendo (RODRIGUES, 2007). No design gráfico, as mudanças substanciais provocaram uma ruptura na estética das capas de discos utilizadas. O design funcionalista até então propagado pela ESDI, é rompido por um maior experimentalismo, ao ponto de ser considerado pós-moderno, sendo as cores Tropicalistas fundamentais no discurso simbólico da cultura e sociedade em meia a essas capas (RODRIGUES, 2006). Para Joly (1996), a cor é o elemento plástico mais emocional existente na composição.

Não é difícil ver na Tropicália um eixo de mudança para as capas de discos. Do mesmo modo como digeriram em suas composições o arcaico e o moderno, o nacional e o internacional, o pop e o kitsch, os tropicalistas transportaram para as capas dos discos essa mesma polifonia (MELO, 2008, p. 189).

As características gráficas dessas capas de discos expressam inovação por meio do experimentalismo, numa abordagem que aproxima arte e design, entre outras características, pelo uso de mensagens presentes nas cores, que ampararam o caráter crítico e ideológico de movimentos da contracultura.

Diante do exposto, o presente estudo busca compreender o uso das cores no design das capas para além de seu papel como recurso de hierarquização gráfica e atração visual, propondo uma reflexão sobre a função da cor. Neste sentido, foi selecionada uma das capas de discos produzidas durante a vigência do movimento: Tom Zé, utilizando para tanto como critério o recorte temporal de 1968, ano em que todas as capas do movimento foram produzidas e o destaque em relação às demais embalagens, pela exuberância de suas cores. O projeto em questão foi elaborado pela Oficina Comunicação Visual e traz nesse invólucro um grande impacto expresso pelas cores saturadas e contrastantes, além de uma diversidade de elementos em sua composição.

Contudo, o objetivo principal desta pesquisa é “interpretar o simbolismo cromático representado na capa deste LP” e especificamente:

- i. Pesquisar a cultura na época como fator estético que influencia no uso e expressão da cor, utilizando a “regra do contexto”, tal qual foi explicitado na introdução deste artigo;
- ii. Compreender as técnicas e influências gráficas aplicadas, inclusive a cor;
- iii. Analisar o simbolismo cromático representado na capa; e
- iv. Elencar as mensagens que podem ser transmitidas ao intérprete a partir das cores.

Conceitos de simbologia da cor

Para O’Connor (2015), a simbologia das cores não só está enraizada na cultura e sociedade como está amparado pela Psicologia das Cores. Para entender os significados se faz necessário considerar também o tempo e a cultura em que o simbolismo é utilizado. Sendo assim, buscar a interpretação do simbolismo das cores, significa não só entender o contexto histórico, mas também a sua inserção na cultural. Ou seja, que tipo de conotações ela vem tomando com o passar dos tempos, considerando inclusive o contexto em que ela está inserida.

O’CONNOR (2015) explica, por exemplo, que o vermelho, em determinados contextos pode inferir romance, perigo, ideologia socialista e dor. Para a autora, as imagens multicoloridas trazem consigo “grupos de pistas” visuais com condicionamento cultural e associações de cores conotativas que contribuem com o significado (ver Figura 01 e 02)



Figura 01 - Cartazes de Cinema com cor simbólica Fonte: O'connor (2015)

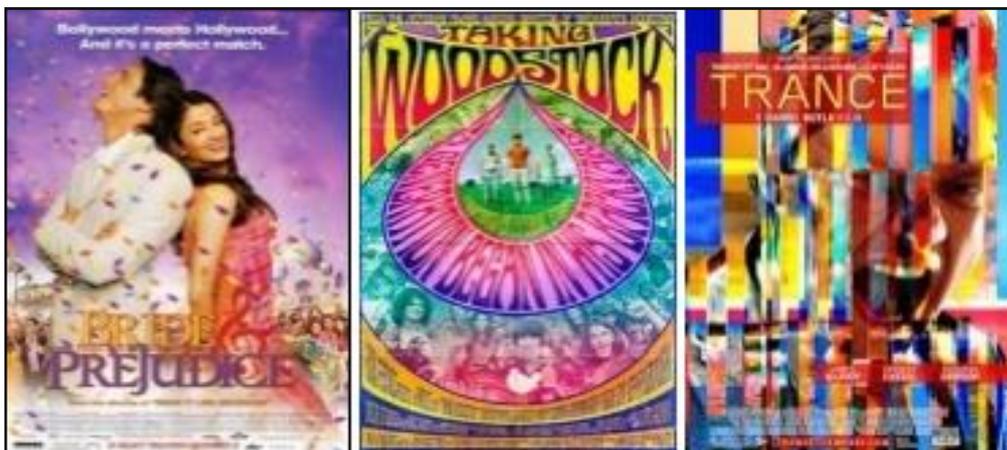


Figura 02 - Cartazes de Cinema com acordes cromáticos (multicoloridos) - Fonte: O'connor (2015)

Observa-se na Figura 01, que o uso da cor traz consigo “um contexto”, podendo denotar facilmente o seu simbolismo de acordo com as pistas apresentadas. Ou seja, o plano de conteúdo é facilmente sugerível. Já no caso da Figura 02, além do contexto apresentado, temos um conjunto de cores, que podem ser interpretados também à luz da Psicologia das Cores e de níveis qualitativos mais profundos da cor, a fim de buscar o seu simbolismo, dependendo do objetivo a que se pretende alcançar.

Pedrosa (2014), afirma em sua obra, mais precisamente no capítulo “a utilização mística e simbólica da cor”, que o seu uso parte de um processo de transformações que ocorrem na sociedade e na cultura, salientando que “em todas as épocas, as sociedades organizadas sempre tiveram seus códigos completos, ou certos elementos de uma simbologia das cores, atribuindo-lhes frequentemente caráter mágico”, ainda que as mutações que ocorrem com o passar dos tempos se devam ao “desenvolvimento social e cultural”. Entender o significado da cor na sociedade e na cultura envolve entender em que discurso ela está inserida, além do imaginário

se que se desenvolve, considerados aspectos da cultura que constituem a sociedade, entre eles os aspectos econômicos e políticos.

Nesse sentido, O'Connor (2015) afirma a necessidade de uma observação mais ampla e que a interpretação dos significados conotativos perpassam por quatro fatores: percepção (percepção das cores nas imagens visuais), as diferenças sócio-culturais (variação nas associações e significados das cores), o contexto (fatores contextuais que impactam o significado da cor) e os fatores temporais (mudanças nas associações e significados da cor ao longo do tempo).

Dimensões de semiose da cor

O processo de semiose, ou seja, de interpretação dos signos cromáticos, possui dimensões, segundo Caivano (1998). Na dimensão semântica (relação signo com o objeto), Caivano (ibid., p. 391, tradução própria) explica que “[...] cores funcionam como ícones, formando assim uma ligação entre as cores e os objetos que eles representam com base na similaridade” e que essas mesmas cores, por vezes, funcionam como símbolos “arbitrários e convencionais” como as palavras, mas até nesses casos o sistema de ordem das cores se relacionam entre si.

Outro fator importante a ser considerado, segundo o autor, é o fato de que existem funções plásticas diferenciadas que tendem a ser mais enfáticas que outras. Por exemplo: “função plástica estética”, sendo de caráter decorativo, o que Batchelor (2007) chama de utilização da cor como “cosmética”; e a função plástica “simbólica”, ou seja, por convenção na sociedade. Nos exemplos a seguir, a Figura 03 possui mais simbolismo que a Figura 04. Embora ambas possuam essa função em seu conceito implícito. Segundo Caivano (1998), as cores primárias, como vistas nas figuras supracitadas, por serem cores “sem mistura” eram utilizadas como forma de representação simbólica da pureza.

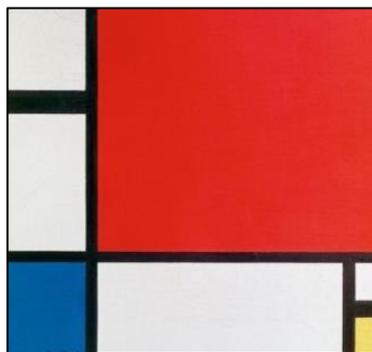


Figura. 03 - Composição II em vermelho, azul e amarelo (PietMondrian, 1930) - Fonte: Caivano (1998)



Figura 04 - Madonna on the Steps; Poussin, 1648 (National Gallery of Art, Washington) - Fonte: Caivano (1998)

De acordo com Teixeira (2018), no nível Semântico há uma relação dos objetos e signos com o que eles denotam. Nesse nível, entram as relações de Ícone (relação de similaridade entre o signo e o objeto); o Índice (relação de proximidade entre o signo e o objeto – sinais, pistas e sintomas); e o Símbolo (relação convencional entre o signo e o objeto, em termos sociais e culturais).

No entanto, Caivano (1998, p. 391, tradução nossa) ressalta: “mas, em muitos outros casos, as cores funcionam como símbolos arbitrários e convencionais (...)”. Sendo assim, autor se refere ao termo "arbitrário" no sentido de um seguimento "lógico" na estrutura do enunciado, ressaltando que mesmo que as cores sejam parcialmente arbitrárias no plano de expressão, o posicionamento do sistema de signos apresentado estará sempre predisposto a comunicar algo, gerando um plano de conteúdo dotado de significados.

Método e técnicas

Na presente pesquisa, utilizou-se como referencial metodológico as pesquisas voltadas para análise da semiótica aplicada, como Santaella (2005) e Pereira (2011), esta última que se baseia no Groupe μ (1993), Peirce (2005) e Saussure (2006), nos estudos que envolvem cor e semiótica. Diante desse referencial, alguns pontos marcantes do estudo que embasaram a análise foram: análise da cor diante de aspectos pouco estudados na retórica expressiva da cor: matiz, saturação e brilho, visto que cada uma dessas esferas possuem suas significações no plano de conteúdo; níveis simbólicos, os quais estão arraigados na sociedade, por convenções culturais que por vezes se perpetuam num contexto histórico; oposições cromáticas, as quais podem ser compreendidas e explicadas linguisticamente através polarizações portadoras significados.

Quanto às técnicas, foram utilizadas as seguintes etapas, baseando-se no método de análise de conteúdo Bardin (2009), a saber: (i) Pré-análise do objeto de estudo; (ii) Revisar os conceitos semióticos e suas aplicações à cor; (iii) Elencar hipóteses relacionadas à cultura da época (regra do contexto); e (iv) Análise e interpretação dos resultados.

Para o estudo de caso, foi selecionada a capa e contra capa do disco de Tom Zé (ver Figuras 05 e 06).



Figura 05 - Tom Zé, 1968 | Capa: OficinaProgramação Visual-SP - Ilustração: Satoru - Fonte: tropicalia.com.br

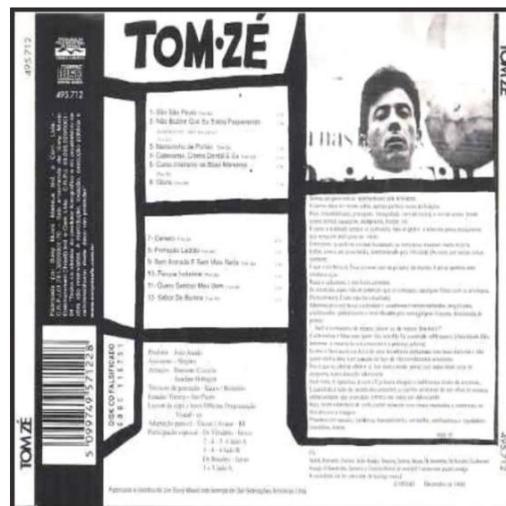


Figura 06 - Tom Zé, 1968 | ContraCapa: OficinaProgramação Visual-SP - Fonte: tropicalia.com.br

Análise e discussão dos resultados

Antes de iniciar a análise da capa de Tom Zé, ressalta-se a partir de O’connor (2015, cap. 10, § 1, tradução nossa) que “a cor é ocasionalmente usada de forma simbólica dentro de grupos sub-culturais na indústria da música”, sendo então entendido que a cor é um signo

plástico de extrema importância na veiculação da mensagem, principalmente em capas de discos, nas quais percebe-se por vezes um certo experimentalismo, entrando inclusive no campo da arte de forma subjetiva.

Qualitativo Icônico

A capa de disco em análise possui uma composição modular simétrica, equilibrada e harmônica tanto nas cores quanto nas formas, nas quais a maioria dos módulos contém elementos relacionados à publicidade e propaganda, entre eles redações publicitárias aliadas a alguns ícones ilustrados, como por exemplo: relógio, creme dental, boca sorrindo e tv. figuras humanas ilustradas rigidamente em preto fazem relação figura-fundo sob a cena ilustrada (ao que se assemelha a um prédio comercial e de serviços): casal no campo superior esquerdo; um homem fazendo leitura de jornal no canto inferior esquerdo; uma fila de pessoas no canto inferior direito.

Destaca-se também a fotografia enquadrada no rosto do músico, localizada ao centro da capa, destacando-se também em relação aos demais elementos plásticos e icônicos por ser o único elemento fotográfico presente.

Vale ressaltar, que na presente pesquisa observou-se a presença de cores complementares análogas (por proximidade) ou por temperatura: no caso, quentes (vermelho e amarelo), as quais possuem níveis altos de saturação (pureza da cor), tratando-se de níveis latentes, passíveis de serem interpretados (ver figuras 07 e 08).

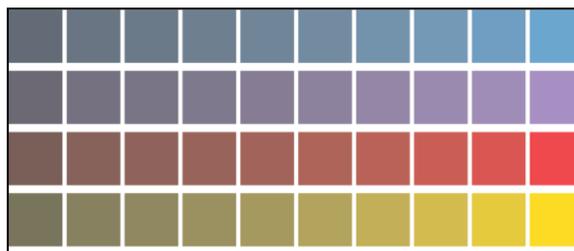


Figura 07 - Nível de saturação das cores, do dessaturado (à esquerda), ao saturado (à direita) - Fonte: Elaborado pelos autores

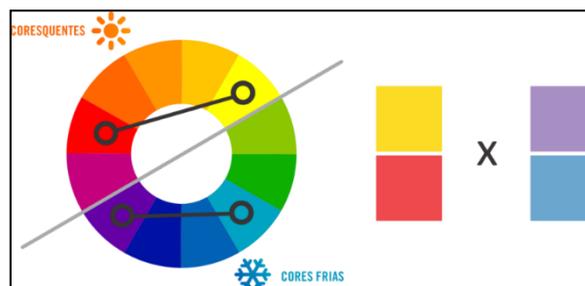


Figura 08 - Contraste obtido entre cores análogas quentes e entre análogas frias – Fonte: Elaborado pelos autores

Também pode-se perceber que: (i) um menor nível de contraste é apresentado no campo das cores frias em termos análogos (por proximidade) entre o azul e a cor violácea (ver Figura 09 A), embora realçado pela subordinação do preto. (ii) um alto contraste é apresentado pelo vermelho sobreposto ao azul (ver Figura 09 B). Além disso, o uso da saturação (grau de pureza da cor) é recorrente em ambos os planos de expressão.

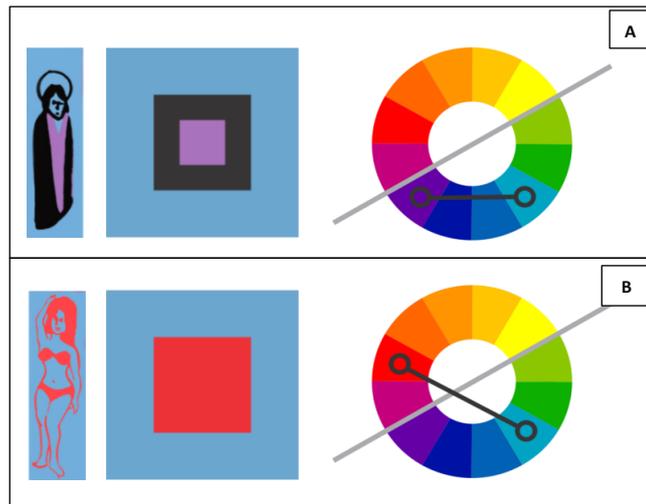


Figura 09 – Contrastes: (A) Menor contraste – análogas entre o azul e a cor violácea e (B) maior contraste entre o vermelho e azul - Fonte: Elaborado pelos autores.

Na composição da capa, os contornos rígidos pretos realçam as cores de forma substancial, funcionando de forma subordinada na composição e auxiliando, além disso, numa melhor fragmentação dos módulos, em termos de percepção.

Outro fator qualitativo está na organização das cores azul e amarelo, provocando mais uma vez um estado latente (ver Figura 10).



Figura 10 - Oposição cromática entre o azul - Fonte: Elaborado pelos autores

Singular Indicativo

Aos perseguir os indícios apresentados e considerando a regra do contexto em que essa capa se insere (cultura e época), além do repertório do interpretante, faz-se um contraponto com a corrente artística *Pop Art*, em virtude da sua proximidade estética no plano de expressão e de conteúdo, tendo em vista o indício maior na publicidade e propaganda, e se enfatizando principalmente pelas cores saturadas e contrastantes (ver Figura 11).



Figura 11 – Anúncios publicitários e cores atraentes - Fonte: Elaborado pelos autores

Essa corrente artística (*Pop Art*), segundo Banks e Fraser (2007), ela faz uma contraposição ao expressionismo, onde o épico é substituído pelo mundano e na qual pintura é utilizada como forma de chamar atenção para o consumismo pós-guerra, utilizando para tanto a estética dos quadrinhos e da publicidade, e nisso se incluem as cores. Contudo, tem mais haver com o cotidiano do indivíduo, utilizando cores atraentes e comerciais (aquelas que atraem as massas) (ver Figuras 12 e 13)



Figura 12 - Marilyn Monroe, tela de Andy Warhol (1964) -Fonte: artemaior.files.wordpress



Figura 13 - Andy Warhol (1967) - Fonte: collection.warhol.org

Os índices apresentados na capa de Tom Zé, fragmentam-se em elementos icônicos e plásticos que remetem à estética da *Pop Art* justamente por dialogar com o conceito de cotidiano (mundado) e a publicidade e propaganda, das quais somos “bombardeados” diariamente desde o seu avanço na década de 1960. Nesse sentido, a exuberância das cores tem uma função fundamental de relacionamento com a sociedade.

Conceitual Simbólico

Para Banks e Fraser (2007), essas cores (*Pop*) possuem um efeito desorientador dependendo da maneira que são aplicadas, podendo se relacionar ao vulgar, ao exagerado, mas “se tornaram icônicas perante a sociedade”. Da mesma forma, subentende-se então que, por convenção, a “**exuberância e otimismo**” citadas por Andy Warhol, também pode ser conduzida a um imaginário popular através de seus matizes, o que contempla também os aspectos culturais. Isso compactua com o pensamento Wilson (1975, p. 4), quando ele explica que:

O pop está enraizado no ambiente urbano. Não somente enraizado: o pop contempla aspectos especiais daquele ambiente, aspectos que por suas associações e nível cultural pareciam à primeira vista incompatíveis como Temas.

E quais são os aspectos simbólicos dentro do contexto apresentado pela capa? De forma menos explícita há o uso saturado e contrastante das cores (conforme imagem da capa), remetendo ao uso simbólico do “**otimismo**”, como acontecem nas ofertas publicitárias (ver fig. 13, abaixo) e do impulso fisiológico da cor, já que o vermelho, que faz parte das “cores das massas”, está no último grau do *spectro* visível da cor (ver Figuras 14 a 16).



Figura 14 - Anúncio da venda bolhas balão em quadrinhos de estilo *Pop-art*; cores das massas (vermelho e amarelo) - Fonte: Pop-art-styled-sale-announcement-comic-balloon-bubbles

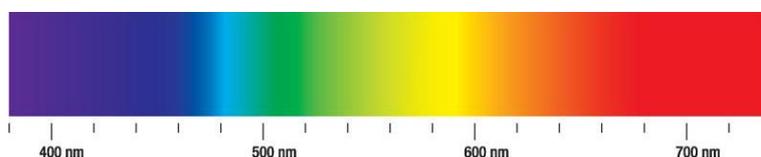


Figura 15 - VERMELHO: Espectro Cromático Visível 700mμ - Fonte: Elaborado pelos autores



Figura 16 – Análise do uso da cor vermelha na capa, com ênfase no nome do cantor – Fonte: Elaborado pelos autores

Em outro nível simbólico, verificando a retórica plano de expressão, com base na aliteração (Caivano, 1998), os fonemas idênticos dos ícones (mulher e sorriso), apresentados na cor quente, como vista, mais intensa do *spectro*, realça o nome do cantor, ao tempo que o relaciona com **hedonismo** (prazer), devido aos mesmos ícones (mulher de trajes íntimos, sorriso/baton) – (ver Figuras 17 C e 17 D).

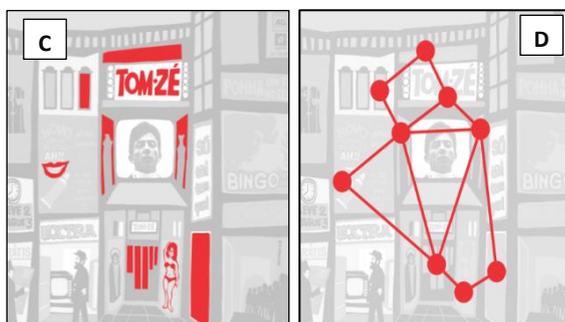


Figura 17 - (C) Cores vermelhas realçam a tipografia, elemento diferente do todo e (D) Recorrência e abrangência da cor

Fonte: Elaborado pelos autores

No pós-guerra, o vermelho era símbolo de uma alegria de viver renovada. Logo em seguida veio a era do consumismo, e o vermelho, a cor dos anúncios publicitários, se converteu em símbolo de bem-estar. HELLER (2013, p. 73).

Ainda sobre o vermelho, Dos Santos (1987) explica ser uma das “cores das massas”, quando fala da singularização do banal, em que “(Andy Warhol empilha caixas de sabão dentro de uma galeria e diz que é escultura) ou pela banalização do singular (quando Roy Lichtenstein repinta em amarelo e vermelho, cores da massa, a Mulher com chapéu Florido, de Picasso).” Se impõe nesse instante uma polarização em um mesmo plano, o que acontece na capa de Tom Zé (**singular/banal**).

Nas Figuras 18 E e 18 F, observa-se que a relação simbólica também se estabelece nesse plano a partir da cor fria azul, que ao tempo que se refere ao céu por semelhança, também se relaciona com a refrescância do creme dental, criam uma aliteração para a tipografia, elemento diferente do todo, presente no campo inferior central.

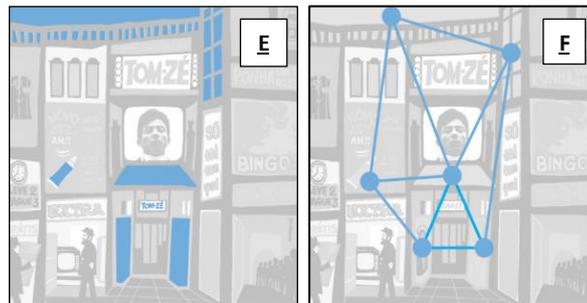


Figura 18 - (E) cores azuis realçam elementos icônicos (creme dental e céu) e (F) recorrência e abrangência da cor - Elaborado pelos autores

No entanto, consideradas as oposições cromáticas estabelecidas (vermelho/azul, conforme referenciada na Figura 10), há um embate (antítese) em um mesmo plano de expressão, tratando-se de oposições (Ver Figura 19 G a M) resultam-se nas seguintes oposições semânticas: **frio (creme dental)/quente (lábios)**; **celeste (céu)/terreno (mulher de trajes íntimos)**.

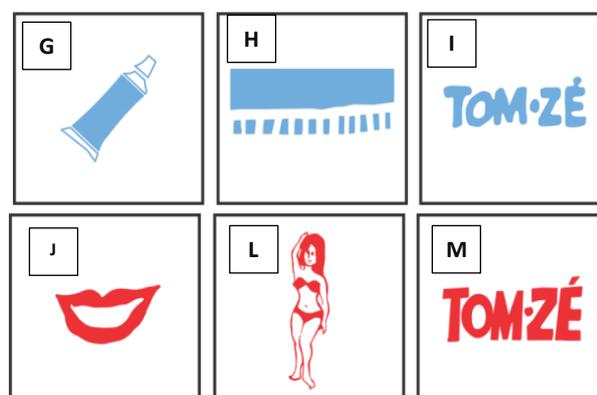


Figura 19 - Ícones plásticos e icônicos e suas oposições vermelho/azul - Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos elementos da capa

Quanto à saturação já explicitada anteriormente que o simbolismo presente nesta capa está também se dá pelo seu grau de pureza da sua cor. Pereira (2011, p. 89) cita Benjamin Wright e Lee Rainwater (1962) para explicar que: quanto mais escura ou saturada é uma cor, mais corresponde à noção de felicidade; quanto mais escura ou saturada é a cor, mais é associada à energia.

Entende-se nesse sentido que, na capa analisada, se menos saturada o fosse, seria melancólica. No entanto, como a saturação que se faz presente é saturada, sugere **felicidade**

Quando foram observados os contrastes apresentados na Figura 09, percebe-se que o baixo contraste (Azul x Violácea) gera **contenção**. No entanto, o alto contraste (Vermelho x Azul) se sobressai gerando **ostentação**, configurando-se no mesmo plano. Ou seja, um acorde cromático se contradizendo. Essa contradição não aparece apenas nas qualidades da cor. Aparecem também em seus matizes em alguns casos. Heller (2013) explica que em um "acorde cromático" (conjunto de cores), devemos considerar o principal sentido de cada cor e verificarmos a consonância entre eles, de modo a definir qual o sentido deste acorde. Para a autora (p. 36), “[...] essas oposições serão aplicadas de maneira fundamental na simbologia” e que se essas oposições comparecem em um mesmo plano de expressão e conteúdo numa composição artística, o efeito contraditório resultante não passará despercebido (ver Figura 20 N e O).

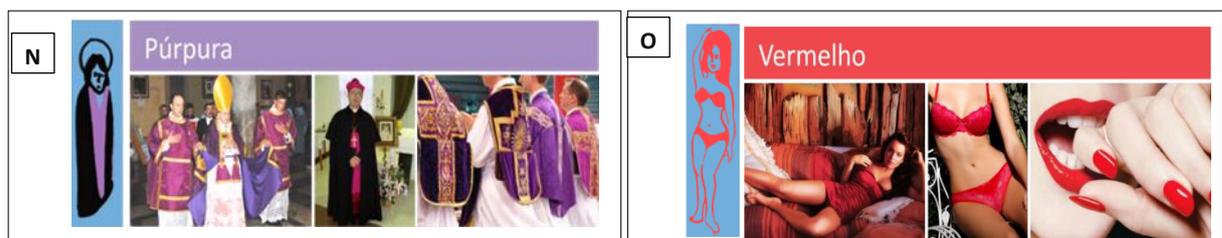


Figura 20 - Oposição cromática simbólica presente na capa - Fonte: Elaborado pelos autores

A oposição cromática de caráter simbólico é ainda mais enfática quando observamos as ilustrações e as cores apresentadas na capa em análise, relacionando-as com o que a sociedade convencionou em termos de sentidos. Como se vê, a oposição das cores (Figura 19, acima), pode sugerir semanticamente: **moral/ imoral; idealismo/realismo; essência/aparência; divino/profano; espiritual/material; austeridade/ostentação; discrição / vaidade.**

Portanto, ao longo deste trabalho, pode-se verificar diversas formas de se analisar o poder semântico da cor e as diversas formas em que os significados se apresentam, o que

consequentemente dialoga com o simbolismo cromático apresentado. No Quadro 1 apresenta-se a síntese das interpretações do simbolismo cromático.

SÍNTESE DAS INTERPRETAÇÕES DO SIMBOLISMO CROMÁTICO		
Analisado	Signos	Significados
Contexto	Cores saturadas, contrastantes/ Signos icônicos de publicidade e propaganda	Sociedade de consumos/pop art/ otimismo = persuasão
Saturação	Alta	Felicidade = Otimismo/felicidade
Matizes (Acordes cromáticos)	Amarelo, vermelho, azul e violácea	Otimismo, energia, infinito e espiritualidade = consonância positiva
Predominância da cor	Violácea	Espiritualidade = essência, em detrimento da aparência
Oposição cromática 1	Mulher sensual x santo = vermelho x violácea	Ostentação x austeridade = aparência x essência
Oposição cromática2	Mulher sensual x céu = vermelho x azul	Celeste x mudado = Divino x profano

Quadro 1 - Síntese dos significados do simbolismo cromático - Elaborado pelos autores

Nesse contexto, ressalta-se também que a pesquisa recorreu ao texto da contracapa como forma de estabelecer um contraponto diante do que foi explorado até o presente momento, onde verificou-se também a presença de “**antítese**” e “**ironia**” na retórica linguística, dialogando com o texto não verbal (cromático) presente na capa. As oposições semânticas constatadas foram: **aparência/essência**; **realidade/ ilusão**; **felicidade/tristeza**; **fé/descrença**. Trata-se de uma crítica ao consumismo, contexto em que, na mensagem publicitária, as cores vibrantes ou "cores das massas" convencionaram-se como indutoras de consumo, atraindo e seduzindo consumidores.

Considerações Finais

As cores aplicadas a essa capa tem em sua retórica uma mensagem de persuasão. Ou seja, de sedução; sendo assim, verifica-se aqui uma capacidade que o *design* possui de conectar-se aos anseios da sociedade, considerando que as “cores das massas” convencionaram-se como indutor de consumo; o uso simbólico das cores apresentado de forma contraditória nas polarizações em um mesmo plano de expressão e conteúdo, sugerem o uso de figuras de linguagem na retórica (ironia e antítese); as cores e as mensagens elencadas sugerem uma crítica subjetiva ao consumismo, ao mesmo tempo em que abre uma reflexão acerca da aparência e essência.

Por fim, é importante frisar que o hibridismo semiótico apresentado nessa capa, não se apresenta de forma objetiva, o que se verifica em suas contradições. Diante disso, o plano de conteúdo no processo de semiose, passa a ser crítico e irônico, em sua retórica expressa por meio das cores.

Referências Bibliográficas

- BANKS, Adam, Tom FRASER. **O guia completo da cor**. São Paulo, SP. Editora SENAC (2007).
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BATCHELOR, David. **Cromofobia**. São Paulo: Editora Senac, 2007. Trad. Marcelo Mendes.
- BASUALDO, Carlos. **Tropicália: uma revolução na cultura brasileira (1967-1972)**. Editora Cosac Naify, 2007.
- CAIVANO, José Luis. **Color Theory as a contribution to visual semiotics, and general semiotics as a paradigm for the study of color**. 1998.
- DOS SANTOS, Jair F. **O que é pós-moderno**. 9ª Edição .Ed. Brasiliense (1991)
- FAVARETTO, Celso F. **Tropicália: alegoria, alegria**. 4. ed. - Cotia, SP: Ateliê editorial, 2007.
- GROUPE μ. 1993. Sistemática del color. In: (Trad.) **Manual T. Carmona. Tratado del signo visual: para una retórica de la imagen**. Annablume, 2002.
- HELLER, Eva, 1948-2008. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Tradução Maria Lúcia Lopes da Silva. 1. Ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.
- JOLY, Martiny. **Introdução à análise de imagem**. 6. ed. Campinas: Papirus, 1996.
- MELO, Chico Homem de. **O design gráfico brasileiro: anos 60**; Chico Homem de Melo (Org.) 2ª. Ed. São Paulo: Cosac: Naaify, Ed. 2008.
- O'CONNOR, Zena. **Color Symbolism: Individual, Cultural and Universal**. Eletronic publication by eBook Production, Sydney, Australia. 2015.
- PEIRCE, Charles Sanders (2005). **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva.
- PEDROSA, I. **Da cor à cor inexistente**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.
- PEREIRA, C. **A cor como espelho da sociedade e da cultura: um estudo do sistema cromático do design de embalagens de alimentos**. São Paulo: FAU -USP, 2011.

RODRIGUES, Jorge Caê. **Anos fatais: design, música e Tropicalismo**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

RODRIGUES, Jorge Luís Caê. **Tinindo, Trincando: o design gráfico no tempo do desbunde**. Conexão-Comunicação e Cultura 5.10, 2006.

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

SAUSSURE, Ferdinand. 2006. **Curso de linguística geral**. (trad.) Antônio Chelini, José P. Paes e Izidoro Blikstein. 27ª. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

TEIXEIRA, Cláudio De Sousa. **A cor como signo de contracultura nas capas de discos da tropicália**. 2018. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Campina Grande 2018.

WILSON, Simon. **A Arte Pop**. Ed. Labor S.A. Barcelona (1975).