

O REPERTÓRIO DINÂMICO DAS CORES NA MÍDIA¹ *Produção de sentido no jornalismo visual*

Luciano Guimarães²

***Resumo:** A partir da descrição do percurso de geração de sentido promovido pela utilização das cores no jornalismo visual, este texto busca demonstrar e exemplificar o dinamismo do repertório simbólico das cores, uma das características do modelo teórico elaborado para a análise e produção das cores na mídia. Algumas situações e condições em que se dá o dinamismo são apresentadas, demonstrando como uma cor-informação se fortalece quando o repertório é totalmente compartilhado, como o uso cotidiano da cor pode pautar a mídia, no uso da cor-informação, como o repertório é alimentado e alterado pela história e por sua natureza dinâmica e como a mídia forma o repertório do receptor.*

***Palavras-Chave:** Cor-informação. Jornalismo visual. Repertório simbólico.*

1. Ontogenia das cores na mídia

Como resultado do desenvolvimento tecnológico na captação e transmissão de imagens, somos colocados diante de uma ampliação exagerada no uso das cores pela mídia jornalística (impresa, televisual ou on-line). Paradoxalmente, não é raro também nos encontramos diante de um processo de petrificação das relações entre cores e seus significados. Ou seja, ao mesmo tempo em que assistimos ao exagero e à conseqüente vulgarização no uso das cores no jornalismo, temos a redução das possibilidades de produção de sentido pelas cores. Com bastante freqüência, lemos e ouvimos que o vermelho é a cor do amor; o laranja, da energia; o amarelo, da alegria; o verde, da esperança; o azul, da tranqüilidade; o violeta, da religiosidade; o preto, do luto; o branco, da paz. Em algumas oportunidades, tenho afirmado, quase como um protesto, que nem mesmo um mundo desprovido de cor seria tão insignificante como o dessa redução que mina aos poucos toda a nossa competência comunicativa diante do uso da cor. Por outro lado, não podemos deixar de constatar que, na comunicação jornalística, as diversas propriedades das cores que

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Produção de sentido nas mídias”, do XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006.

² Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp). lguimaraes@faac.unesp.br.

compreendem as relações semânticas (como ambientar, simbolizar, conotar ou denotar) ou as relações taxionômicas, cujos princípios de organização são paradigmáticos (como organizar, chamar a atenção, destacar, criar planos de percepção, hierarquizar informações, direcionar a leitura etc.), participam diretamente na construção das notícias.

Podemos notar, particularmente nas informações visuais das notícias de natureza política, que essa construção nem sempre corresponde ao que poderíamos considerar jornalismo ético. Ao incorporar valores positivos ou negativos às cores, é possível transferir tais valores a determinada informação, fato, pessoa ou entidade (partidária, empresarial, social etc.) identificada com essas cores. Ou ainda, ao aplicar a essa informação determinadas cores com valores simbólicos e históricos resgatados por determinado contexto, fato, pessoa ou entidade, é possível transferir a elas tais valores, positivos ou negativos. Nas duas situações, torna-se preocupante que a transferência ou a incorporação de valores não seja transparente para aquele que recebe a informação, de forma que ele não tenha como diferenciar o símbolo do simbolizado,³ abrindo margem para uma série de interferências e manipulações na notícia.

Contra a redução dos códigos, tenho procurado demonstrar a construção complexa do repertório das cores (GUIMARÃES, 2004), que pode ser compreendido como a sobreposição dos códigos biofísicos, lingüísticos e culturais, conforme a classificação dos códigos da comunicação proposto por Bystrina (1989, pp. 80-94). Tal estudo inaugurou o conceito de “cor-informação” para designar o conjunto de traços distintivos do uso das cores no jornalismo. Como demonstração da ontogenia⁴ das cores (como uma cor-informação nasce, amadurece, reproduz-se e por vezes morre no sistema simbólico cultural), construí um modelo teórico visando ser um instrumento tanto para a análise quanto para a aplicação das cores na mídia (GUIMARÃES, 2003). Neste texto, pretendo explorar um dos aspectos dessa ontogenia da cor-informação, – a natureza dinâmica do repertório simbólico das cores – e

³ Porque o símbolo e o que é simbolizado são coisas diferentes: "O que se conhece com o nome de consciência crítica é a distância daquele que interpreta em relação ao objeto e o signo" (PROSS, 1980, p. 19). Portanto, é preciso dar visibilidade à relação entre signo e coisa, visando mostrar que o símbolo é repleto de valores e, portanto não pode ser a coisa mesma.

⁴ Ontogênese designa a relação temporal que descreve o desenvolvimento de um indivíduo desde a sua fecundação até a morte, passando por todo o processo embrionário, nascimento, maturação, reprodução e velhice. A escolha desse conceito para especificar o sistema dinâmico de cores tem como objetivo reforçar a idéia de que o estudo de determinada cor-informação deve considerar sua geração (ou fecundação) quando surge uma nova cor-informação, o seu desenvolvimento, como ela cria condições de se reproduzir e conduzir informações da mídia, e até mesmo, em alguns casos, seu esgotamento e desaparecimento do sistema simbólico em uso.

constatar que parte dessa dinâmica é determinada pelos meios de comunicação quando atentos às relações multiculturais implícitas na semiosfera em que tal dinâmica se instaura. Com pressupostos de teorias da mídia e da cultura e tomando por base a Semiótica da Cultura, procurarei caracterizar e exemplificar a natureza dinâmica da formação de um repertório para uso das cores na mídia. Pretendo com isso demonstrar como a natureza cultural da cor pode se tornar relevante para os processos de produção de sentido na comunicação midiática.

Apresento quatro das principais situações para a composição desse sistema dinâmico, procurando demonstrar: 1) como uma cor-informação se fortalece quando o repertório é totalmente compartilhado; 2) como o uso cotidiano da cor pode pautar a mídia, no uso da cor-informação; 3) como o repertório é alimentado e alterado pela história e por sua natureza dinâmica; 4) como a mídia forma o repertório do receptor. A partir dessas quatro situações, apresento as condições em que determinada simbologia da cor entra em um sistema simbólico, caminha para o centro desse sistema fixando-se ali definitivamente ou temporariamente, ou, por outro lado, as condições em que ela migra para a periferia do sistema e se torna latente, quando, ao cair no esquecimento, pode definitivamente sair do sistema simbólico.

2. A organização do repertório simbólico

Mesmo sabendo que as cores não têm autonomia significante, e que, ao contrário, dependem de outros elementos da informação e do contexto, a sua participação na informação visual merece especial atenção. Enquanto a reprodução de formas e texturas exige o aprendizado para o reconhecimento, quando reduzidas às técnicas de reprodutibilidade técnica, as cores provocam as mesmas ações biofísicas de recepção que teriam no mundo natural. Ao passar por todo o processo de produção e de recepção de imagens, a cor pode incorporar valores, regras e códigos constituídos por sistemas ou por campos semânticos de origens diversas (religiosa, política, técnica etc.). Como cada código, sistema ou campo interfere diretamente na maneira como a cor se manifesta (restringindo-a ou conformando-a), muitas vezes a vinculação original fica obscurecida. Ainda assim, a ação da cor sobre o receptor se dará da mesma forma, pelos mesmos canais de recepção e inteligência. Até uma cor resplandecer com vigor na tela ou na página impressa, ela passa por uma série seletiva de adequações, tanto na produção quanto na recepção da informação. Os

resultados dessa adequação aos códigos, sistemas ou campos utilizados, formam camadas de significação que determinam a estrutura narrativa de determinado produto da comunicação. Tais camadas são sobrepostas umas às outras, de forma que às vezes só se pode perceber a camada mais superficial, enquanto outras vezes as camadas são transparentes a ponto de a cor-informação ser praticamente análoga à do mundo da primeira realidade⁵. Ao nos depararmos com um texto cultural da mídia, será então necessário distinguir a participação de cada uma dessas camadas – que funcionam como filtros – na construção da expressão da cor.

Delimitar a atuação de cada uma dessas camadas na composição da informação e, a partir da descrição da ontogênese da cor-informação, determinar como se deu a produção de determinada informação, considerando os valores socioculturais envolvidos tanto na produção quanto no armazenamento, transmissão e recepção é a meta do modelo proposto. Portanto, antes de aprofundar a questão da dinâmica do repertório das cores, precisarei, mesmo que resumidamente, apresentar algumas das características do modelo que serve de base para os trabalhos de análises de cores que venho realizando nos últimos anos.

A partir de uma proposta de realizar um mapeamento do repertório das cores que pudesse enriquecer a produção de imagens na mídia, o modelo que apresento propõe organizar os diversos campos semânticos que determinam a variedade simbólica das cores. Desta forma, quando recorreremos a cores obtidas das imagens naturais, as cores da natureza, as cores de animais, vegetais e minerais, das estações do ano, períodos do dia, diferenças cromáticas de regiões distintas, como cidade, campo, litoral, e as manifestações biofísicas binárias do mundo como luz-sombra, quente-frio etc., utilizamos diversos campos semânticos (que são os grupos de códigos sob determinadas regras) que atuam de forma semelhante no jornalismo visual (*news design*) e que, portanto, agrupamos num subsistema denominado no modelo de *Mundo Natural*. Considerando-se que o jornalismo parte sempre do pressuposto do retrato da realidade (mesmo que inalcançável), considero o subsistema Mundo Natural

⁵ Amparado nos postulados de Freud, Bystrina (1995b) encontra nas seqüências de traumas a que o homem é submetido (traumas do nascimento, da puberdade, do envelhecimento e a antecipação do trauma da morte) a origem de uma segunda realidade, imaginativa, mágica, criativa, cultural, que garante a sobrevivência do homem diante das agruras inevitáveis e implacáveis do mundo da realidade biofísica (a primeira realidade), sendo a morte a pior delas. Para isso não bastaram as adaptações conseguidas pela técnica, isto é, no âmbito da realidade física. Restou como única alternativa a criação de uma outra, de uma segunda realidade (BYSTRINA, 1995b, p. 12). Os sonhos, os jogos, as fantasias, a arte, a religião, enfim, todas as manifestações da cultura que criam uma narrativa paralela são as formas de superação e sobrevivência psíquica do homem perante a realidade biofísica. Para Bystrina, a cultura é a segunda realidade que está inscrita na primeira. As duas realidades são fortemente vinculadas, apenas desfazendo-se tal vinculação em situações patológicas extremas (BYSTRINA, 1995b, p. 18).

como a primeira fonte para a produção das imagens na mídia. Assim, as questões levantadas por Bystrina sobre a primeira e a segunda realidade tornam-se de grande relevância, visto que, quanto mais se afastar das cores do mundo natural, mais distanciamento haverá entre a cor-informação resultado do design da informação e os fatos ou dados que alimentaram a produção de determinada notícia retratada pela mídia.

Com a mesma coerência, em outro subsistema, que chamei de subsistema *Homem*, organizam-se todos os campos semânticos que são determinados pelas capacidades humanas de percepção e cognição, assim como as cores que são determinadas pelas diferenças de gênero, nível sociocultural, faixa etária etc., além das cores vinculadas à produção de imagens semiconscientes, oníricas, alucinatórias etc., que são origem da cultura.⁶ Portanto, consideramos esse subsistema *Homem* como uma primeira camada que pode se sobrepor ao subsistema *Mundo Natural*, já como um primeiro filtro que seleciona, modifica ou acrescenta algo a construção cromática da informação.

Como organizei cada subsistema segundo o tipo de participação das cores (comportamento) na produção da informação jornalística, organizando-os como camadas que se sobrepõem, sobre o subsistema *Homem*, que é particularmente relevante para a definição do jogo cromático que diferenciará visualmente a produção jornalística segundo gêneros, faixa etária, nível socioeconômico etc., outro se coloca, chamado subsistema *Produção*, obtido pelos campos semânticos da produção humana: artesanato, indústria, mídia, jogos lúdicos e esportivos, festas populares e folclóricas, moda e a própria mídia (neste caso, na retro-alimentação do repertório). Neste grupo de campos semânticos, uma das características que determinam a sua coerência em um subsistema separado, por exemplo, é a forma como tais informações ingressam no repertório cromático social: nele, as informações cromáticas são assimiladas socialmente predominantemente de forma arbitrária, embora alguns campos semânticos, como a moda, sejam sazonais enquanto outros, como o de várias festas populares, sejam determinados pela tradição.

E sobre estes, o quarto subsistema para alimentação do repertório das cores é obtido por meio de *Discursos* de toda espécie, sendo os principais os oriundos dos exercícios do saber, da comunicação, da religião, da política e dos conhecimentos mitológicos. Como os discursos são diacronicamente, historicamente e geograficamente localizados, neste

⁶ Segundo Bystrina (1995a), são quatro as raízes da cultura: sonho, jogo, psicopatologias e estados alterados de consciência (enlevo e êxtase).

subsistema podem surgir as variações culturais na simbologia das cores. É importante notar que, diferentemente do subsistema *Produção*, que compõe o repertório a partir da arbitrariedade, o subsistema *Discurso* fortalece-se em sistemas mais complexos de validação dos códigos.

De forma resumida, a ontogenia de qualquer cor-informação pode ser descrita pela participação de cada um desses subsistemas, quando um se sobrepõe a outro, podendo interferir ou não na construção da simbologia da cor naquele contexto. Ou seja, o modelo que serve de apoio à descrição desse percurso de geração de sentido é descrito na inter-relação destes subsistemas, que funcionam como filtros para definir a ontogenia da cor aplicada na mídia. Descreve, por exemplo, as funções que prevalecem em cada expressão da cor nos meios de comunicação e a construção dos códigos binário-polarizados e assimétricos da cor, relacionando-a às etapas de superposição de códigos biofísicos, lingüísticos e culturais.

A base de alimentação da informação jornalística é a realidade. Reproduzindo essa idéia, o modelo tem como alicerce o subsistema *Mundo* e os campos semânticos que nele estão inseridos. As informações que recebemos por meio da mídia foram, de certa forma, emitidas pelo mundo real e transcodificadas para os códigos inteligíveis que têm (ou deveriam ter) a função de organizar os dados para a assimilação do público. A forma como se dá essa transcodificação pode ser estruturada a partir das camadas que são sobrepostas às informações de base, do subsistema *Mundo*. A participação de sistemas e campos semânticos e os níveis de intervenção em cada uma destas camadas representadas pelos filtros determinarão o resultado da intermediação, projetado em um sistema simbólico de cores. Ou seja, o sistema simbólico de cores é a soma de todos os outros subsistemas que são colocados sobre os dados do mundo natural. Ele é a instância estruturada de descrição estruturada de todas as ações de organização das informações cromáticas de determinado fato.

Antes de determinar quais são (do ponto de vista do investigador) ou serão (do ponto de vista do produtor) as cores utilizadas em determinada informação da mídia e as relações que formam o seu sistema simbólico, a informação proveniente das camadas do modelo passa ainda por mais dois filtros. O primeiro é regido pela linha editorial e, portanto, diz respeito às intenções dos atos de informação; o segundo é regido pelos recursos disponíveis e pelas limitações técnicas de reprodutibilidade da informação cromática. Tratam-se de instâncias de conformação à indústria da informação.

Uma imagem pode apresentar coloração final no processo de mediação analógica às cores da cena que lhe deu origem. Nesse caso, não haverá participação de nenhum conjunto semântico de cores dos subsistemas homem, produção ou discurso. Portanto, cada camada é transparente, e o resultado final é a reprodução direta da cor do mundo natural, filtrado apenas pelas características técnicas da imagem televisiva. Pelo modelo, observa-se que nessa imagem há predominância da função de identificação, ambientada na biosfera, em que a simbologia da cor é construída sobre códigos biofísicos e com ênfase no plano da expressão.

3. Descrição e exemplificação das situações e condições do dinamismo

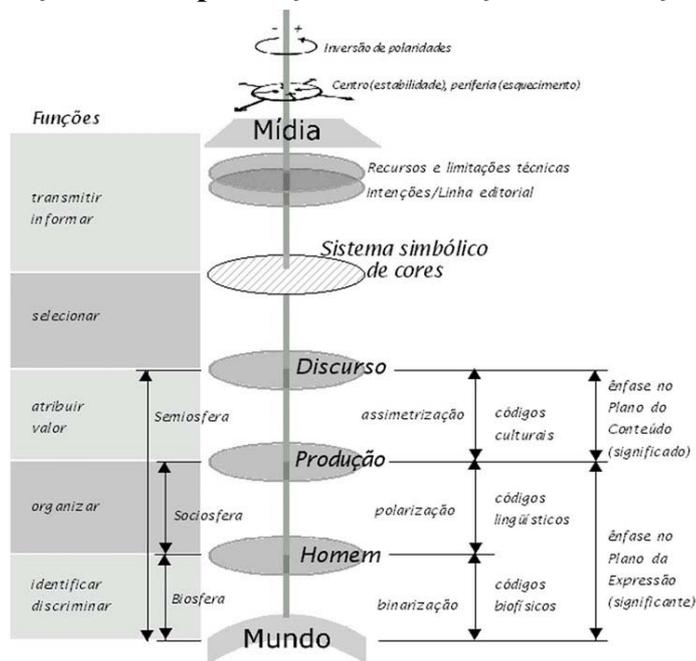


FIGURA 1 – Modelo Ontogênico das Cores

Como se pode acompanhar pelo Modelo Ontogênico das Cores (FIG. 1), a participação ou não participação de cada camada (ou subsistema) determinará algumas características da aplicação das cores nos meios de comunicação, como, por exemplo, quais serão as funções predominantes da mensagem colorida (informar, selecionar, atribuir valor, organizar, identificar), qual é o principal ambiente de semiosis (biosfera, sociosfera, semiosfera) e a principal relação entre os signos do código cromático (binarização, polarização, assimetriação), quais são os códigos predominantes na construção da simbologia das cores aplicadas (biofísicos, lingüísticos, culturais), e qual plano é enfatizado pelas cores (plano da expressão, plano do conteúdo). Seguindo o esquema, pode-se também definir o sistema simbólico das cores utilizadas pelos meios de comunicação, identificando a

participação de seus recursos, suas limitações técnicas e suas intenções e, por fim, se analisarmos uma mesma publicação durante um recorte maior de tempo, é possível investigar a dinâmica do repertório de cores (esquecimento por estabilidade).

Pross (1980, 1989) afirma que são as primeiras experiências que temos com dentro-fora, claro-escuro, alto e baixo, ainda na primeira infância, que determinam como atribuímos valores para nossas experiências futuras, como as obtidas pelas imagens. Somados aos textos culturais introduzidos por meio da camada discurso sobre a construção das cores, que vincularia, por exemplo o claro-escuro a luz e trevas, vida e morte e o céu-inferno na dupla azul-vermelho, o uso das combinações cromáticas pode atribuir valor para as mensagens. Ou seja, determinados pelo contexto, definimos qual é o campo semântico utilizado e, dentro deste campo semântico, a informação cromática antecipa-se aos outros códigos da comunicação e atribui valor para a mensagem. Algo predispõe o leitor para um destes conjuntos de significantes-significados e a informação é atualizada à luz deste repertório.

Para ele, estes símbolos de primeira percepção, ainda não narrativa, não discursiva, ou seja, símbolos presentativos, são os primeiros a orientar o homem no processo de fazer-se. São as experiências pré-predicativas, denominadas também de experiências primárias (PROSS, 1980, p. 43).⁷

A apresentação do modelo está vinculada à idéia de inesgotabilidade do repertório e da definição de que ele é necessariamente dinâmico, visto que se comporá do inter-relacionamento de campos semânticos e sistemas simbólicos de manifestações culturais que, embora carreguem em sua expressão sua história particular ou a memória de seus

⁷ As experiências primárias, segundo Pross (1980, p. 43), determinam as relações das oposições binárias dentro-fora, claro-escuro e vertical-horizontal que formam ou conformam a elas todos os demais conceitos com os quais podemos entender os símbolos. São estas experiências primárias que respaldam e dão validade para os demais símbolos, inclusive os construídos pelas imagens. Símbolos estes que inclusive podem ultrapassar a natureza de presentidade e alcançar a natureza discursiva.

Embora a percepção da imagem seja totalizante, com a participação e mútua interferência entre os elementos que a compõem, a leitura não é absolutamente sincrônica, principalmente diante dos vários e diferentes códigos que fazem parte da mensagem. (GUIMARÃES, 2003, p. 68). Do conjunto de elementos da página impressa, a imagem se apresenta inicialmente como um todo e, segundo Pross (1980, p. 34), oferece um amplo campo interpretativo ao indivíduo, que poderia se definir arbitrariamente se não fosse se embasar nas representações já dadas. Ou seja, nas experiências predicativas, primárias: "As experiências de gerações anteriores, conservadas tanto na linguagem como nos símbolos não discursivos, determinam, deste modo, a capacidade perceptiva e expressiva das atuais" (PROSS, 1980, p. 33).

Como o homem está preso na rede de símbolos que o forma junto a seu entorno simbólico, "tomar consciência desta prisão é o primeiro passo até o poder, que pode definir-se como o emprego relativamente autônomo das formas" (PROSS, 1989, p. 50).

precedentes, como afirmaram os russos Lotman e Uspenski (1979), são dinâmicos em seu âmago, dada sua natureza cultural.

Ou seja, uma cor-informação (portanto, uma aplicação de uma cor vinculada a determinado significado, dentro de um conjunto ou campo semântico) pode migrar para o centro de determinado sistema simbólico e ali permanecer e pode também migrar para a periferia do sistema e até mesmo deixar de existir. Podemos relacionar cor-informação e formação do repertório, ou dos campos semânticos das cores, com as condições em que, no momento de geração de nova informação, a cor informação 1) é obtida de um repertório prontamente disponível; 2) é formada (surge como uma nova cor-informação); 3) desloca-se para o centro do repertório, fortalecendo-se, podendo também estabilizar-se no centro, tornando-se uma cor-informação prontamente disponível; 4) desloca-se para a periferia do repertório, enfraquecendo-se; 5) é armazenada na periferia do sistema e torna-se dependente de outros elementos para acessá-la ou resgatá-la; ou 6) desaparece do sistema simbólico (deixa de ser cor-informação e passa a ser apenas uma expressão gráfica de código perdido, como um dado apagado da memória coletiva).

Na primeira condição, em que as cores utilizadas em determinada informação são obtidas de um repertório prontamente disponível, há o benefício da capacidade de antecipação da informação, ou seja, a cor carregada de significados consolidados (pelo tempo e pela repetição) consegue se antecipar aos outros códigos utilizados na mensagem e direcionar a leitura ou agilizar ou intensificar a sua compreensão. Mas há também o prejuízo de eventualmente o significado mais prontamente disponível de uma cor em primeira instância encobrir aquele significado pretendido, alongando o trajeto de recepção e compreensão da mensagem e, em alguns casos, induzir a uma leitura equivocada. É exemplo desse tipo de cor-informação a diferença cromática de saturação ascendente e descendente contrastante. No subsistema *Mundo*, ela é apenas uma separação entre duas expressões físicas em relação a mais ou menos presença de luz e indicam luz e sombra ou dia e noite, mas, no subsistema *Discurso*, respalda uma série de valores culturais como aquela que determina a polarização assimétrica e que determina as diferenças entre céu e inferno, luz e trevas, vida e morte. São nesses valores de claro e escuro, que segundo Pross (1989) compõem uma das experiências primárias ou pré-predicativas da comunicação, que muitos dos designs de notícias se apóiam para justificar as intenções de tornar duas informações de mesmo nível assimétricas: um dos casos ao qual procurei dar visibilidade em 2002 foi a tendência da

revista *Veja*, no período de vários meses que antecederam as eleições presidenciais, em desenhar todas as capas de assuntos positivos com as cores dos partidos liberais e neoliberais (combinações luminosas de azul e amarelo e eventualmente um pouco de verde) e as capas de assuntos negativos com a predominância do vermelho (tradicionalmente a cor dos partidos de esquerda, trabalhistas, socialistas ou comunistas), marcadamente negativizadas pela presença da atenuação descendente (popularmente dito escurecimento da cor) ou de outros grafismos em preto. Se, por um lado, a natureza biofísica das cores favorece a produção de determinados sentidos para a composição cromática escolhida, de outro é o grau de repetição e redundância que acabará por promover o compartilhamento de repertório e, conseqüentemente, o fortalecimento destas cores-informação no centro do repertório simbólico das cores. No subsistema *Produção*, as cores nacionais estão no centro do sistema simbólico, o que não impediu, por exemplo, que os campos semânticos construídos pelo futebol contribuíssem para que o amarelo fosse mais valorizado no Brasil, o azul na França e o verde no México (em detrimento das respectivas combinações quadricromáticas ou tricolores das bandeiras).

Na segunda condição, pode-se constatar que uma nova cor-informação só surge diante de uma nova informação e, segundo a proposta de investigação da ontogenia das cores, vinculada às características de uma das camadas ou subsistemas que lhe dá sustentação. Por exemplo, apoiadas nas características cromáticas naturais, as mensagens produzidas em videografia em telejornais ou no design gráfico de páginas de jornais e revistas sobre o tenista brasileiro Gustavo Kuerten, na época em que foi o campeão em algumas edições do torneio de Roland Garros, recorriam ao matiz de terra alaranjada característica do piso de saibro (uma areia feita a partir do barro base do tijolo) utilizado na competição.

Na terceira condição, em que há o fortalecimento de determinada cor-informação que podemos descrever como sendo o deslocamento da cor para o centro do sistema simbólico, também podemos exemplificar como o uso cotidiano da cor pode pautar a mídia, no uso da cor-informação: Embora a primeira expedição tripulada a chegar à Lua (Apolo 11, em 1969) vestisse macacões brancos, os filmes e seriados de televisão no final da década de 1970, como *Perdidos no espaço – Lost in Space* (EUA, 1966-1968) projetavam um universo futuro bastante prateado (geralmente retratavam um cenário ficcional do final do século XX). O fato é que nosso imaginário de virada de século foi construído com a predominância do prateado, de tal forma que toda a produção cultural, da mídia à moda, passando por design de carros e

por objetos pessoais o prateado ressurgiu, juntamente com o tradicional branco do reveillon como se tivéssemos finalmente alcançado a era prateada da ficção científica imaginada em 1966.

Uma série de aplicações do uso da cor rosa pode servir de exemplo para demonstrar as outras condições de dinamismo do sistema simbólico das cores: quando a cor-informação desloca-se para a periferia do repertório, enfraquecendo-se; quando é armazenada na periferia do sistema e torna-se dependente de outros elementos para acessá-la ou resgatá-la; ou quando desaparece do sistema simbólico e é apagada da memória coletiva. No centro do sistema simbólico reside a cor rosa vinculada ao conceito de feminino, principalmente quando não há a oposição paradigmática com o universo masculino. Quando há, a oposição quase sempre tende à oposição azul-masculino *versus* vermelho-feminino. Em várias mensagens jornalísticas em que se pretende destacar a natureza feminina da informação, surge prontamente a cor rosa como opção no processo criativo e, aqui, a vinculação da cor com os aspectos biofísicos da luz e da própria suavidade da flor e de um conceito generalizado da natureza feminina são inevitáveis. Mas se a cor-informação “rosa feminino” está no centro do sistema simbólico, podemos também afirmar que quase ao centro está a cor rosa como manifestação do universo gay, no sentido de homossexual masculino festivo, alegre. É a cor preferida dos *drag queens*. No entanto, migrou para longe do centro do sistema a utilização negativa do rosa com a conotação de homossexualidade presente nos uniformes dos prisioneiros dos campos de concentração nazistas, onde o triângulo invertido em rosa indicava aqueles que eram homossexuais masculinos (STÖLTZ, 1995, p. 468). Em rosa para homossexuais masculinos, preto para homossexuais femininos, além de outras cores para outras designações, o triângulo invertido indicava instabilidade, uma forma negativa enquanto o rosa notadamente era a cor de pigmentação de qualidade inferior dos impressos utilizados pela indústria gráfica da Alemanha na época. Um dos padrões de resolução para a binariedade-polarizada-assimétrica dos códigos culturais, segundo Bystrina é a inversão (1989, p. 92), como a que se dá com a cor rosa quando, já na década de 70, os ativistas de movimentos de afirmação gay tentam recuperar o triângulo rosa como marca afirmativa e, ao mesmo tempo, de memória da barbárie e alerta. A ONG *AIDS Coalition To Unleash Power*, por exemplo, seguindo a estratégia de inversão, também inverte o triângulo para a posição equilibrada (giro de 180 graus). Com a transformação do negativo em positivo, a cor se transformou na cor do gay festivo e, como cor próxima do centro do sistema simbólico,

encobre quase totalmente a utilização negativa do passado, embora, ainda seja também utilizada com uma variação na mensagem que vai do deboche ao preconceito.

Outro momento da história das cores na mídia é exemplar para a dinâmica do repertório, no que se refere à movimentação temporária de cores no sistema, quando foi vinculada à cor de uma pasta encontrada em 1995 com documentos reveladores sobre doações de banqueiros a parlamentares na eleição de 1990, conhecido como o “escândalo da pasta rosa”. Na sua edição de retrospectiva do ano (3/jan./1996), a revista *Veja* publicou uma charge em que o então governador da Bahia, Antônio Carlos Magalhães, vestia-se como Papai Noel, porém, substituindo o vermelho por rosa e uma grande pasta rosa no lugar do saco de presentes. Durante não mais que dois meses, a cor rosa foi utilizada como marca de corrupção. A cor rosa, nesta configuração pejorativa na política, em pouco tempo, e principalmente devido o abafamento do escândalo durante aquele ano de gestão de Fernando Henrique Cardoso, já havia migrado para a periferia do sistema, deixando o centro novamente ocupado pelas informações que se referem aos universos feminino e gay. Curiosamente, em poucos meses, essa charge já produzia a equivocada leitura de ser o governador homossexual e não aquela designação primeira de corrupto ativo que figurava como o primeiro da lista de beneficiados pelo esquema de financiamento irregular de campanhas políticas com dinheiro do sistema financeiro nacional. Nesses exemplos com o rosa, fica evidente como o repertório é alimentado e alterado pela história e por sua natureza dinâmica.

O uso da cor-informação já solicita dos jornalistas e news designers um cuidado responsável. O dinamismo do sistema pode provocar interferências de toda natureza no jornalismo e há de se considerar a responsabilidade da mídia de formar o repertório simbólico das cores de leitores, internautas e telespectadores. Logo após os atentados terroristas em Nova York, em 11 de setembro de 2001, boa parte da mídia impressa, on-line e televisual apresentou as notícias com predominância no uso do vermelho e do preto. Tratando-se de um cenário de terror, a configuração cromática das notícias estava adequada para o momento. Em um segundo momento, o foco de atenção do jornalismo ocidental também se voltou para uma tentativa de compreender o universo islâmico e grandes matérias passaram a retratar as sociedades do Oriente Médio. No entanto, pôde-se perceber que, ao se retratar a cultura islâmica, não houve imediatamente a troca do campo semântico cromático, então marcado pelas cores que representariam o terror. A combinação do vermelho e do preto remontavam

um cenário assustador mesmo quando não era mais esse o foco das grandes reportagens. Houve uma contaminação de cores. Ou seja, valores negativos foram incorporados na representação de toda uma sociedade. Somente aos poucos, a cor que melhor representa o mundo islâmico (verde, a cor sagrada do Profeta) foi introduzida em nosso repertório ocidental, inicialmente por meio do desenho da bandeira verde (com a lua e a estrela) e, depois, com autonomia, em títulos, boxes, fios, molduras etc. A seguir, e permanecendo até hoje, esse verde sagrado tornou-se disponível em nosso repertório.

É interessante observar que o nivelamento a um repertório mínimo de cores leva a interpretações imediatas e impede que o receptor procure (com um pouco de esforço intelectual) compreender o universo cromático de outras culturas, de outras sociedades, de outras camadas sociais, de outros receptores diferentes de si. Nivelada, reduzida e globalizada, a cor deixa de comunicar além da paleta reduzida de significantes e de significados. Mesmo dentro de um país como o Brasil, em que predomina a formação católica, os códigos das cores não são explorados pela mídia de forma adequada. Não são todos, por exemplo, que conhecem as cores litúrgicas do catolicismo, originariamente oficializadas pelo Papa Inocêncio III, no século XII, o que se tornou evidente com o grande número de fotos, ilustrações e infográficos tanto do Papa João Paulo II, durante o seu martírio e morte, quanto do Papa Bento XVI, seu sucessor. Como desde 1978 não havia sucessão papal, a imagem formada em nosso repertório era a da vestimenta branca e detalhes em amarelo ou dourado.

4. A natureza cultural contemplada pelo sistema dinâmico

Tendo explorado as relações possíveis na dinâmica do sistema simbólico das cores, por fim, gostaria de fazer alguns breves apontamentos sobre a natureza cultural que compõe o pano de fundo que estrutura a variedade de usos das cores. Ao comparar, por exemplo, dois universos culturais diversos, e, no que se refere às cores, antagônicos, como o brasileiro e o alemão, percebe-se que o modelo que dá sustentação à abordagem das cores na mídia que faço não tem a intenção de fornecer respostas simples e práticas para o uso de cores mas, ao contrário, propõe a compreensão da cor a partir de sua complexificação e descrição estruturada.

Enquanto a identidade brasileira foi marcada pela miscigenação, fundindo e assimilando, construindo e reconstruindo a sua identidade a partir da soma de diferenças, a

alemã foi marcada por uma busca constante pela construção e delimitação da identidade própria, isolando cada vez mais sua cultura, lutando para marcar o que é exclusivamente alemão. Essas diferenças marcam profundamente a cultura dos dois países.

Formaram o comportamento cromático alemão, a Heráldica medieval europeia (de simbologia racional e arbitrária, padronizada, determinada pelos códigos lingüísticos da comunicação), o monocromatismo austero da reforma protestante de Martinho Lutero, tratados científicos e racionais como os de Goethe, Schopenhauer, Wittgenstein, e, posteriormente os estudos de Kandinsky, Albers, Ittens protagonistas do projeto que foi levado de forma mais radical pela Bauhaus: “O objetivo final de toda atividade criativa é a estrutura” dizia o manifesto Bauhaus (DROSTE, 2001, p. 22).

De forma antagônica, três manifestações cromáticas formaram a soma que resultou a base do comportamento cromático brasileiro: a representação indígena, que formou uma segunda realidade, fantástica, mitológica e de comunicação com o mundo espiritual, de códigos culturais, e com uso das cores como informação, organizando visualmente as faixas etárias, os sexos e o status social, como explica Aguiar (2000, p. 35), a colonização portuguesa, que trouxe a liturgia católica, as cores barrocas, às novas concepções de religiosidade, e a arte dos africanos escravizados, que formou um universo mágico e a comunicação com os espíritos e as divindades da segunda realidade, convidados em rituais para nossa primeira realidade, com uma simbologia menos metafísica e muito mais estruturada (passível de narração). O simbolismo da cor brasileira tornou-se mais complexo, mais bipolarizado e assimétrico e enriqueceu-se com o carnaval, as festas populares e religiosas e o futebol.

A título de ilustração e conclusão, propomos a comparação entre as capas da *Veja* que reproduziram a imagem do presidente Lula, desde sua primeira aparição pública destacada com as capas da *Der Spiegel* que reproduziram a imagem do chanceler alemão Gerhard Schröder. Enquanto as cores participam diretamente na construção das informações que trazem o sindicalista, o candidato ou o presidente Lula, nas capas de *Der Spiegel* o chanceler Schröder é representado com a limpeza cromática típica da iconofobia protestante. Quando foi preciso diferenciar Schröder de outros candidatos, a imagem se estruturou em um cromatismo paradigmático característico da heráldica: cada linha política pode ser identificada pelas suas cores. Isso nos dá a dimensão de como é preciso dominar os códigos específicos da cultura cromática de cada sociedade, se quisermos analisar a sua aplicação.

Estudar o estado atual de uma publicação implica considerar a cultura da cor como resultado desse percurso histórico.

Referências

- AGUIAR, N. **Artes indígenas: Mostra do Descobrimento Brasil+500**. São Paulo: Fundação Bienal, 2000.
- BYSTRINA, I. **Semiotik der Kultur: Zeichen – Texte – Codes**. Tübingen: Stauffenburg, 1989.
- BYSTRINA, I. **Tópicos de Semiótica da Cultura**. (pré-print). São Paulo: Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, 1995a.
- BYSTRINA, I. **Semiótica da Cultura**. (manuscrito). Trad. Aurora Bernadini. São Paulo: Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, 1995b.
- DROSTE, M. & Bauhaus Archiv. **Bauhaus: 1919-1933**. Köln: Benedikt Taschen, 2001.
- GUIMARÃES, L. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. 3ª. ed. rev. São Paulo: Annablume, 2004
- GUIMARÃES, L. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.
- LOTMAN, J. M., USPENSKI, B. “Sobre el mecanismo semiótico de la cultura”.in: LOTMAN, J. M e ESCOLA DE TARTU. **Semiótica de la cultura**. Madri: Cátedra, 1979. p. 67-92.
- PROSS, H. **La violència de los símbolos sociales**. Barcelona: Anthropos, 1989.
- PROSS, H. **Estructura simbólica del poder**. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.
- STÖLTZ, C. **Deutsche Geschichte in Bildern**. München/Berlin: Koehler & Amelang, 1995.