



DESCRIÇÃO DE UM MODELO PARA ANÁLISE E APLICAÇÃO DAS CORES NA MÍDIA

Luciano Guimarães

Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Resumo: Este trabalho traz uma contribuição ao domínio necessário da cor-informação para aplicação na mídia, considerando as particularidades de cada veículo de comunicação (ou mídia) e as particularidades de ambientes culturais diversos. Trata-se de um modelo para a busca pela estrutura lógica de produção e análise de textos visuais, cromáticos, culturais. Descrevo aqui, de forma resumida, as principais características de um modelo pelo qual se pode inferir nas informações cromáticas aplicadas, a criação, o desenvolvimento e a reprodução dos sistemas simbólicos das cores por meio das relações entre as diversas camadas significantes sobrepostas e nem sempre visíveis no resultado final.

Palavras-chave: Cores, Mídia, Projeto Gráfico.

Após o fim do “século das imagens”, com a grande profusão das cores na produção industrial e tecnológica, notadamente nos produtos de mídia, acredito que o momento seja de uma freagem no uso exacerbado das cores, propício para introduzir os pressupostos da *cor-informação* como parâmetro para o uso na mídia. Ou seja, a cor pode ser utilizada com parcimônia e nos espaços que lhe dêem significância e, efetivamente, natureza comunicativa.

A consciência de que a cor pode incorporar significados às informações que são coloridas aumentam a responsabilidade do jornalista ou do designer de notícia. Assim, este trabalho traz uma contribuição ao domínio necessário da cor-informação para aplicação na mídia, considerando as particularidades de cada veículo de comunicação (ou mídia) e as particularidades de ambientes culturais diversos. Trata-se de um modelo para a busca pela estrutura lógica de produção e análise de textos visuais, cromáticos, culturais. Descrevo aqui, de forma resumida, as principais características do modelo proposto, que poderá ser chamado de Modelo Ontogênico das Cores (M.O.C.) (figura 1), um modelo pelo qual se pode inferir

nas informações cromáticas aplicadas, a criação, o desenvolvimento e a reprodução dos sistemas simbólicos das cores por meio das relações entre as diversas camadas significantes sobrepostas e nem sempre visíveis no resultado final.

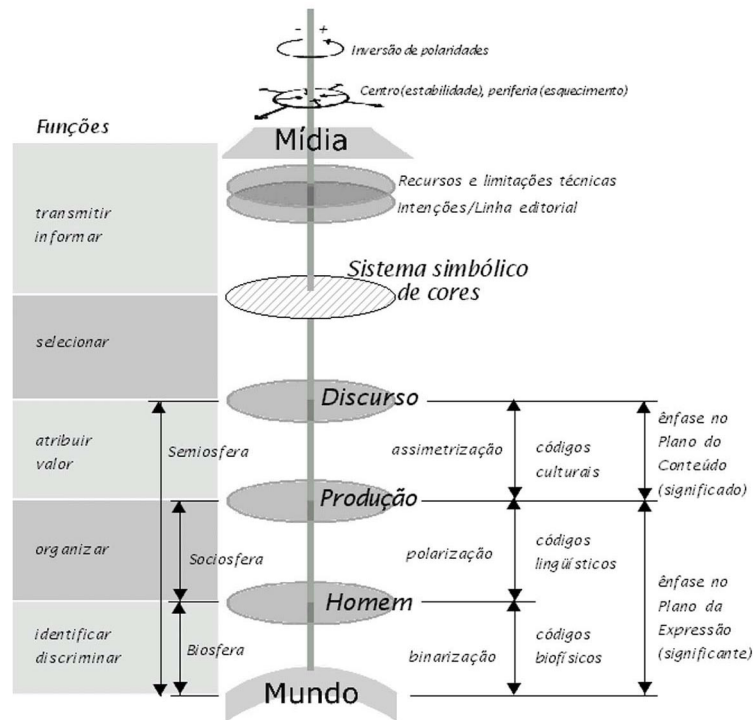


Figura 1. Modelo Ontogênico das Cores

Para a semiótica, *modelo* “designa uma construção abstrata e hipotética, considerada como capaz de dar conta de um conjunto dado de fatos semióticos” (Greimas & Courtés, 1983: 284). Neste modelo para o uso da cor como informação, os fatos semióticos nada menos são do que todo o universo significativo das cores na mídia, com todas as suas possibilidades, seus desdobramentos, suas histórias e seus contextos. A organização de todos os fluxos de geração da simbologia das cores é que possibilitará a precisão na análise e no uso da cor.

O que intenciono comprovar é que, paradoxalmente, um modelo instrumental de caráter generalizante contribuirá para a não-banalização das leituras de textos fundados em informações cromáticas, pois a banalização dos argumentos sob os quais se costuma “ler” textos cromáticos está fundada justamente no uso limitado de significados, muitos inclusive considerados equivocadamente universais.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Semiótica da Comunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

Primeira etapa da descrição: os princípios

Dessa forma, o M.O.C. não deverá servir como um dicionário das cores, onde diretamente se revelaria a relação entre significantes e significados, mas sim uma estrutura de orientação para a compreensão e o uso da cor como informação. O modelo não almeja esgotar o repertório do universo das cores, e sim indicar comportamentos para o uso consciente ou para a análise objetiva dos textos de cor-informação. Esse é o *primeiro princípio* deste modelo.

O *segundo princípio* do M.O.C., e que também está vinculado à idéia de inesgotabilidade do repertório, estipula que ele será necessariamente dinâmico, visto que se comporá do inter-relacionamento de campos semânticos e sistemas simbólicos de textos culturais que, embora carreguem em sua expressão sua história particular ou a “memória dos estados precedentes” (Lotman, Uspenskii & Ivanov, 1981: 43), são dinâmicos em seu âmago, dada sua natureza cultural.

O *terceiro princípio* do M.O.C. diz respeito à sua falibilidade. Este modelo, parte da pesquisa *As cores na mídia* (Guimarães, 2002), assim como a apresentada em *A cor como informação* (Guimarães, 2001), tem a intenção de sustentar uma nova abordagem para o uso da cor em textos informativos. Porém, nem todo dado analisado – em nosso caso, textos da mídia – corresponderá ao previsto. Essa possibilidade de não-conformidade entre teoria e dado ocorrerá em algumas circunstâncias que é possível precisar:

a) Primeiramente, o próprio modelo tem a intenção de sistematizar e fundamentar um uso consciente da cor, tanto por quem produzirá quanto por quem receberá os textos em cor-informação. Logo, partimos do pressuposto de que nem todos utilizem a cor com a consciência desejada.

b) Em segundo lugar, nem todas as vezes que a cor aparece com predominância num texto visual – seja a predominância espacial, seja a predominância semântica ou a garantida pela atenção que concentra no padrão visual em que aparece – é utilizada como cor-informação. E nem sempre deve assim ser. Há textos visuais que, mesmo na mídia, têm outras intenções ou funções, como a estética, sinestésica, psicológica, etc., ou sofrem de outras motivações como limitações e imposições técnicas.

c) E, em terceiro lugar, um determinado texto visual, pode ter adotado, de forma equivocada, um sistema simbólico de cores. O uso da cor induzirá a análise ao erro. Ou seja, o M.O.C. tem a intenção de permitir a análise de textos visuais de mídia com recursos de cor, considerando-se a intenção declarada, a não-declarada, a camuflada, consciente ou inconsciente do produtor da informação, mas não tem a capacidade de ultrapassar o limite do erro (quando, por exemplo, problemas técnicos invertem cores no processo de impressão), embora possa muitas vezes ajudar a detectá-lo, assim como não conseguirá encontrar significância onde houve uma aplicação aleatória ou com algumas motivações que não são do âmbito da intenção comunicacional.

Segunda etapa de descrição: os filtros

Há certamente um vínculo indelével entre mídia e realidade. De um lado, a mídia alimenta-se da realidade (dos fatos do mundo real) na qual se inscreve e pratica seu poder de transformação; por outro lado, a realidade não existe sem mediação, idéia defendida por Thomas Bauer (2000: 13):

A realidade social é uma construção tanto quanto a realidade midiática. A sociedade midiática não está competindo com a realidade social, mas é um dos componentes para a construção da realidade, um elemento constitutivo da realidade tanto quanto outras redes. [...]

Para esclarecer melhor as coisas, nunca houve qualquer realidade fora da transmissão. Cada realidade é (por exemplo, por meio da linguagem ou outro meio de comunicação) socialmente mediada e socialmente construída. Portanto, uma realidade construída pela mídia técnica não pode ser considerada como mais artificial do que qualquer outra forma de realidade.

Especificamente no jornalismo, independente de seu gênero em uso (informativo, interpretativo ou opinativo), são várias as formas e as possibilidades de operar a mediação realidade-representação. Em todas elas haverá, em diversos níveis, a participação de sistemas, códigos e conjuntos semânticos que, sobrepostos um aos outros e com maior ou menor participação, interferem diretamente na realidade midiática. A percepção e a captação de dados da realidade, selecionados, interpretados e traduzidos em outros códigos para o devido



armazenamento e transmissão, acabam por justificar o termo “realidade reconstruída”, utilizado com frequência para designar a natureza da realidade na mídia.

A relação de transferência objeto-representação, nos diversos elementos da comunicação, não se dá da mesma forma. Para Villafañe e Mínguez, cores, formas e texturas são os elementos primários mais simples de representação e de vinculação com a realidade:

A cor vermelha ou um poliedro não são elementos de articulação comparáveis ao fonema da língua ou a uma nota de uma escala musical. Enquanto estas são arbitrárias, aquelas existem na realidade mesma (uma determinada longitude de onda e uma determinada ordenação de planos e ângulos) e são os que asseguram essa mesma conexão com o real. Entre este nível de abstração plástica e a mimesis mais absoluta não existe nenhuma diferença no essencial – a natureza icônica – mas apenas distintos graus quanto ao nível de realidade da imagem (Villafañe & Mínguez, 1996: 30-1).

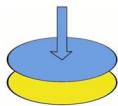
As cores provocam as mesmas ações biofísicas de recepção que teriam no mundo natural. Ao passar por todo o processo de produção e de recepção de imagens, a cor pode incorporar valores, regras e códigos constituídos por sistemas ou por campos semânticos de origens diversas (religiosa, política, técnica, 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 realidade. Para ilustrar sua operacionalidade dentro do modelo proposto, pode-se comparar as camadas a *filtros*.

Ao nos depararmos com um texto cultural da mídia, será então necessário distinguir a participação de cada um desses filtros na construção da expressão da cor. Ivan Bystrina chama a atenção para o conhecimento dos códigos utilizados, o que demanda pesquisa para a identificação das camadas de sentido que compõem um texto cultural:

Entre as estruturas parciais, ou camadas de sentido dos textos culturais, portadores de diversas mensagens, distinguimos estruturas de superfície, “manifestas”, facilmente reconhecíveis e ao menos uma, mas, em regra, várias estruturas profundas “latentes”, que permanecem ilegíveis para o receptor sem aquelas informações sobre os códigos culturais válidos. Essas camadas mais profundas de sentido certamente podem ser encontradas e pesquisadas, entendidas e interpretadas com conhecimento dos códigos terciários [os códigos culturais] e com a ajuda de processos cerebrais analíticos e de métodos de investigação, sobretudo dos métodos de análise estrutural. (Bystrina, 1989: 25-6).

Para dar conta das diversas possibilidades de sobreposição das camadas da cor-informação, proponho agrupá-las em quatro tipos de filtros (indicadores das suas propriedades), conforme a forma de participação na seleção ou composição da mensagem mediada:

1) *Filtro opaco*



É a representação da estrutura composta por códigos e sistemas que adquiriram autonomia semântica ou pragmática, de forma a não deixar transparecer estruturas mais profundas. É o caso da cor-de-rosa que em muitos textos culturais representa o “mundo gay” na estrutura superficial (figura 2) e, com a vinculação amplamente disseminada entre significante e significado, torna o código opaco e não dá acesso aos códigos das estruturas mais profundas, como a da aplicação dessa cor no triângulo bordado na roupa dos prisioneiros homossexuais dos campos de concentração nazistas, na década de 40 do século passado (figura 3). Há várias maneiras de um filtro tornar-se opaco: geralmente, há fortalecimento dele e enfraquecimento das estruturas mais profundas, causados pela ênfase demasiada na forma, em detrimento do conteúdo; pela divulgação e disseminação do código sobreposto, sem dar conhecimento à sua origem nas estruturas mais profundas; pela descontextualização do código; ou porque, após terem dado origem ao código ou ao sistema de cores, foram esquecidas.

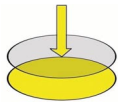


Figura 2.
Rosa Futebol Clube – RJ. Esporte
Espetacular/Rede Globo. 19 fev. 2001.



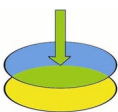
Figura 3.
Uniforme de prisioneiro de
campo de concentração com
triângulo rosa que identificava
os homossexuais.

2) Filtro transparente



É a representação da estrutura composta por códigos e sistemas que reproduzem com fidelidade as estruturas mais profundas ou são análogas a elas e, portanto, deixam transparecer totalmente, ou quase totalmente, a origem da vinculação significante-significado. A fotografia publicada que não tenha passado por nenhum processo de alteração e que, assim, se baseia na maior fidelidade das cores em relação ao objeto fotografado é um exemplo de filtragem transparente. Ou seja, entre a representação (na mídia) e o objeto representado, a presença de diversos filtros (técnicos, semânticos, estruturais, etc.) não interferiu na significação atribuída às cores. Considero transparente também o filtro que utiliza códigos cuja origem é legível, mesmo que a vinculação seja esquemática, ou tendendo à abstração. É o caso do verde utilizado em elementos não-figurativos numa página em que o objeto da notícia é a Amazônia. Gombrich (1987: 163-173) diferencia essas duas formas de representação por meio das metáforas do espelho e do mapa. A primeira com base na correlação ampla das características entre imagem-objeto e a segunda na esquematização dos traços distintivos. As duas, no entanto, são formadas por critérios convencionais, embora algumas convenções sejam mais naturais que outras.

3) Filtro translúcido



É a representação da estrutura composta por códigos e sistemas que deixam transparecer as estruturas mais profundas (outros filtros e/ou o objeto da primeira realidade),

porém, a sua atuação é associativa e, portanto, interfere diretamente sobre as informações que chegaram até ele. É com a participação desse tipo de filtro que uma informação assimila valores, crenças, discursos, etc. Um exemplo da atuação de um filtro translúcido é a interferência de uma codificação da paleta de cores adequada ao universo infantil (cores puras, saturadas e variadas) na reprodução de imagens e na construção da mensagem direcionada para esse público. O código mais bem assimilado pelas crianças (como um filtro translúcido) é aplicado sobre a mensagem, colorindo tanto os elementos figurativos, quanto os não-figurativos.

4) Filtro seletivo



É a representação da estrutura composta por códigos e sistemas que bloqueiam parte das estruturas mais profundas e deixam outra parte transparecer. Com isso, faz uma seleção do código utilizado até aquela filtragem e sobre ela acrescenta seu próprio sistema. De certa forma é uma soma do comportamento dos três filtros anteriormente descritos. O resultado do uso do filtro seletivo é uma adequação reduzida do sistema de códigos de todas as camadas anteriores para determinada finalidade, inclusive a reprodutibilidade. A televisão, por exemplo, irá selecionar somente as cores que são possíveis de serem legíveis (semanticamente), diante das variações dos parâmetros de cor (croma, luminosidade e saturação) que diferem de aparelho a aparelho e também conforme as preferências do telespectador, que detém o controle sobre os ajustes de imagem de seu televisor, como já tratado neste trabalho.

Terceira etapa de descrição: a organização dos campos semânticos em subsistemas

Se alguém observar atentamente o *Umwelt* em que ele próprio está inserido e procurar distinguir os diversos usos das cores e os “saberes” que se ocupam dos dados necessário para a aplicação e para o conhecimento do universo cromático, se dará conta da grande dimensão formada pela rede de conexões entre os vários campos semânticos e os sistemas de representação, reprodução e transmissão de informações cromáticas. A terceira etapa da



descrição do M.O.C. é a organização em subsistemas (ou camadas) de todos os campos semânticos que são fontes de alimentação do repertório da cor. Devemos ter consciência de que a expressão interdisciplinar das cores é regida por conexões muito complexas, em que os campos são sobrepostos e amalgamados, num grande sistema de representação. A identificação de subsistemas deve ser apenas uma forma de conferir estruturalidade e permitir a análise dos textos cromáticos; a análise será necessariamente um processo de intelecção diferente da obtida pela recepção destes textos.

Defini quatro subsistemas que serão representados posteriormente por quatro camadas do M.O.C, com as propriedades de filtros, segundo as semelhanças e diferenças entre os campos semânticos que formam o repertório da cor.

1) Mundo natural.

Embora vários autores tratem a imagem como representação (como *re-apresentação*) – como Vilém Flusser (1998: 111), para quem a imagem é o que reduz o mundo “concreto”, tetradimensional (a quarta dimensão é o tempo) a um plano bidimensional –, podemos também considerar imagem o que resulta da projeção de estímulos luminosos sobre a retina. São as chamadas imagens naturais, segundo a classificação de Villafañe e Mínguez (1996: 51-4). Nessa classificação, imagens naturais são as que requerem um meio iluminado e um sistema visual ativo, utilizam como suporte a retina, exigem a presença do referente para se produzir, têm mediação específica determinada pelo sistema visual e são as imagens de maior nível de realidade.

O subsistema *Mundo Natural* é composto pelas imagens naturais. Não todas, mas aquelas que surgem a partir dos referentes naturais do mundo físico, ou dos referentes que foram produzidos pela ação humana, e que podem ser compreendidos como imagens de ambientação.

As cores que formarão os diversos campos semânticos desse subsistema têm origem no vínculo concreto com a realidade. São exemplos: cores dos elementos (fogo, ar, terra e água); cores de animais, vegetais e minerais; cores percebidas nas alterações de ambientes, como estações do ano, períodos do dia, variações climáticas, variações de temperatura, diferenças cromáticas de regiões (campo, cidade, litoral, etc.); cores vinculadas às manifestações binárias do mundo biofísico como luz-sombra, quente-frio, etc. As cores

derivadas da produção humana, que tem a intenção de substituir o ambiente natural, independente da aproximação com as formas naturais, são também consideradas integrantes desse subsistema. São exemplos: a arquitetura, a decoração, o paisagismo e as imagens que primariamente são indicadoras de espaço físico.

2) *Homem*

As formas de o homem se relacionar com as cores são tão diversas quanto a diversidade biofísica que o forma.

Jacques Aumont (1993: 77-134), por exemplo, reserva uma parte do seu trabalho sobre a imagem para o estudo das atividades psíquicas, a inteligência, a cognição, a memória, etc., que ele denominou a “parte do espectador” e outra parte para os fatores que regulam a relação do espectador com a imagem, a “parte do dispositivo”, que considera que “a visão efetiva das imagens realiza-se em um contexto multiplamente determinado: contexto social, contexto institucional, contexto técnico, contexto ideológico”. (p. 15)

Há dois processos de transferência realidade-imagem: o “processo de criação icônica” e o processo de “apreciação” icônica (Villafañe & Mínguez, 1996: 31). No primeiro, o sujeito cria uma imagem a partir de um esquema pré-icônico (referente à percepção) que ele obtém a partir dos traços análogos aos traços estruturais do objeto. As cores, como um desses elementos estruturais, são também reduzidas a um esquema possível de ser memorizado. A caminho da representação, a imagem passa por uma segunda modelação, que é a construção material do modelo de realidade. Para tanto, o sujeito criador utilizará todos os conhecimentos e instrumentos disponíveis para selecionar e organizar a informação e adequá-la à modelação possível com seus instrumentos e suas habilidades. Ainda segundo Villafañe e Mínguez (1996: 31-3), na segunda etapa do processo de modelação (percepção), “o observador extrai da imagem um esquema pré-icônico”, similar ao esquema pré-icônico descrito no esquema da criação da imagem, e por ele infere os elementos reais modelados que formam a imagem-conceito na mente do receptor.

No M.O.C., o subsistema *Homem* é composto pelas propriedades das duas formas de transferência imagem-realidade. Neste caso, deve-se ressaltar tanto as regras de composição das cores do subsistema quanto os campos semânticos que dessas regras forem derivados. Não se trata de incorporar as produções ou criações em si, mas o que determina as diferenças



e as semelhanças a partir da diversidade humana na percepção, intelecção e formação do repertório. Assim, esse subsistema incorpora as capacidades humanas para a percepção, compreensão, organização e transmissão de informações cromáticas e as formas como essas capacidades podem variar em cada grupo diferenciado. Por exemplo, temos as diferenças que podem ser biofísicas, lingüísticas ou culturais na simbologia das cores, quando se trata do repertório de produtores ou receptores de imagens que também diferem em faixa etária, nível sociocultural, gênero e preferência sexual, etc. Ou seja, o subsistema *Homem* diferencia a natureza da informação conforme a variedade dos agentes produtores ou receptores dessa informação.

Fazem parte ainda desse subsistema as imagens definidas por Villafañe e Mínguez (1996: 51-4) como imagens mentais – semiconscientes, oníricas, alucinatórias, imagens do pensamento, com função referencial ou com função na elaboração, reprodutivas ou antecipatórias. Segundo Bystrina (1995), encontramos na natureza narrativa dessas imagens as raízes da segunda realidade, da cultura.

3) Produção

Um terceiro subsistema para alimentação do repertório das cores é o obtido pela produção humana. Trata-se de todos os objetos criados pelo homem que, conforme suas funções e objetivos, podem constituir campos semânticos específicos. São exemplos de campos semânticos os que tiveram procedência na arte, no artesanato, na indústria, na moda, no design, na mídia (como produção), nos jogos lúdicos e esportivos, no folclore e nas festas populares. Para a aplicação de cada um desses campos semânticos ou simbólicos, é preciso verificar a correspondência entre o código e o momento de uso, já que alguns deles são sazonais e, se não perderam validade, vão conduzir a mensagem ao momento da incorporação e validade das cores ao código. É o caso da moda e do design, diferentemente do folclore que é regido por regras de preservação dos códigos.

4) Discurso

O quarto subsistema para alimentação do repertório das cores é o obtido por meio de discursos de toda espécie, sendo os principais os oriundos dos exercícios do saber (como a filosofia, a ciência e a educação), da comunicação (como conhecimento compartilhado), da



religião, da política e do conhecimento mágico (principalmente da mitologia). Como os discursos são localizados diacronicamente, historicamente e geograficamente, uns podem se sobrepor aos outros e até mesmo definir diferenças culturais.

Quarta etapa de descrição: os filtros em atividade e o espaço entre camadas

A base de alimentação da informação jornalística é a realidade. Reproduzindo essa idéia, o M.O.C. 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.

A imagem que melhor se adequa a esse conceito de sistema simbólico de cores é a de uma tela que recebe as informações emitidas pela realidade, sendo que no caminho entre a emissão e a recepção, há participação de diversos filtros que podem bloquear, interferir ou associar informações – ou parte delas. Portanto, o sistema de cores que será utilizado em cada informação da mídia tem, portanto, seu próprio percurso de mediação.

Vejamos algumas possibilidades:

– Se os filtros dos três subsistemas (*Homem, Produção e Discurso*) que estão acima da camada das cores naturais (*Mundo*) forem transparentes, as cores projetadas no sistema terão alto grau de realismo. É como se apresentam as cores das fotografias coloridas de natureza documental, sem filtros, sem manipulação e sem outra intenção que não seja o simples registro. Nesse caso, a significação das cores é referencial, não depende de tipo algum de convenção, o que confere grande autonomia às cores do sistema assim montado. Isso significa que as cores podem dispensar as formas figurativas ou analógicas sem muito prejuízo para sua

capacidade de transportar significados como, por exemplo, ao colorir uma informação sobre férias com a paleta de cores que identifica o verão, mesmo que se trate das férias escolares do meio do ano, em pleno inverno. Outra característica dessa situação de total transparência das três camadas é a ausência de valoração interna no sistema.

– Na situação em que o subsistema *Homem* não é transparente, a significação das cores se torna expressiva e toma como base os valores taxionômicos provenientes da organização humana. É, portanto uma interferência classificatória, predominantemente binária: ao discriminar em categorias, o homem lê o mundo em oposições: claro e escuro, dia e noite, inverno e verão, masculino e feminino, vida e morte, etc. Para adequar as cores naturais às predileções ou às características perceptivas humanas, o filtro (opaco) pode sobrepor uma nova ordem de cores às cores naturais – por exemplo, a transformação intencional de uma imagem colorida em uma imagem em preto-e-branco para representar características oníricas ou estado bucólico. Nesse caso, as cores naturais são cobertas pela opacidade do filtro e apenas os valores convencionais de claro e escuro se mantêm. A representação das cores de estados alterados de consciência (psicóticos, narcóticos, extáticos, etc.), geralmente com cores intensas e mudança de alguns matizes, é gerada sobre as cores naturais. Corresponde, assim, à ação de um filtro translúcido. Outro caso, o da predileção do segmento popular da sociedade por cores mais intensas e puras, é um exemplo da atuação do quarto tipo de filtro – o seletivo – já que se trata de uma redução da gama de cores do mundo natural para um número restrito.

– A transparência dos subsistemas *Discurso* e *Produção* deixa visível a realidade predominantemente binária dos códigos cromáticos na biosfera. Na outra situação de interferência dos filtros, o subsistema *Produção* pode, por exemplo, atuar também como filtro opaco, translúcido ou seletivo. É preciso reforçar a idéia de que o trabalho do investigador será reconhecer os filtros para enxergar através deles e reconstituir o processo gerativo da cor-informação. Assim, é preciso identificar quando as cores são resultado da colocação da produção humana entre o sistema de cores utilizado e as camadas que representam a atuação do homem e do ambiente natural. Um filtro pode ser circunstancialmente opaco, ou seja, ele não deixa transparecer o vínculo entre as cores de determinada aplicação de cores com as cores das camadas abaixo dela. Isso significa que o mesmo filtro pode se tornar totalmente transparente para o investigador quando ele decifra o código utilizado. Por exemplo, sem o

conhecimento do código específico, as cores pintadas no corpo de um indígena podem ser interpretadas a partir do próprio código do receptor. Nessa situação, a pintura corporal em preto e vermelho dos índios xavante (MT) pode parecer para o receptor desprovido do código adequado para a interpretação, uma indicação de estado de guerra. “Raspando-se” a camada da produção, no entanto, tem-se acesso ao código binário de vinculação com o mundo real que é a relação do índio xavante com os fenômenos naturais: a Tradição do Sol (vermelho) e da Lua (negro), como relatado pelo índio Kaka Werá Jecupé (Jecupé, 1998: 27).

Nota-se nesses exemplos que cada informação cromática parte de um sistema ou de um campo semântico diferente. A redução e padronização das cores a uma estrutura globalizada impede o acesso aos novos códigos, pois não podemos esperar do receptor o comportamento de um investigador a cada informação nova recebida.

A projeção do subsistema *Produção* sobre o subsistema *Homem* também reforça uma outra característica predominante, que é a polarização, ou seja, a partir da binarização dos códigos da biosfera, os códigos são organizados de forma a permitir seu domínio para a produção de textos cromáticos. Essa organização tende a ser polarizada, dividindo-se em informações positivas e negativas que dependem, por exemplo, do ponto de vista do observador ou das convenções, sejam elas implícitas ou explícitas. As cores do boi-bumbá amazonense são um bom exemplo de divisão cromática polarizada (figuras 4 e 5), que interfere diretamente em outros códigos de organização da cidade de Parintins, como a decoração das casas, vestimentas, etc. (figuras 6 e 7).



Figura 4.
Dupla de páginas dedicada ao Boi Garantido.
Revista *Parintins: boada e boi-bumbá* (jun.2000), p.86-7.



Figura 5.
Dupla de páginas dedicada ao Boi Caprichoso.
Revista *Parintins: boada e boi-bumbá* (jun.2000), p.80-1.



Figura 6.
Moradora de Parintins e torcedora do boi Caprichoso é entrevistada.
GloboNews, 9. jul.02.



Figura 7.
Casa da moradora de Parintins e torcedora do boi Caprichoso, com decoração e objetos azuis.
GloboNews, 9. jul.02.

– Da transparência do subsistema *Discurso* sobressai a produção predominantemente binária e polarizada dos códigos cromáticos da sociosfera, que podem ou não deixar evidente a participação dos códigos originados na biosfera. Caso o *Discurso* interfira na aplicação do filtro, as cores que são emitidas da realidade, e que podem ter sido transcodificadas pelos filtros do homem e de sua produção, serão organizadas em sistemas de valores. Qualquer que seja o seu tipo (religioso, científico, político, etc.), o discurso de filtragem determinará a assimetria dos códigos binários-polarizados: um dos dois pólos será mais forte; geralmente, o pólo negativo (Bystrina, 1989: 88-90). O discurso – definido como a “expressão do pensamento racional sob forma de uma série de juízos que dizem respeito a operações e conceitos parciais” (Durozoi & Roussel, 1993: 139) – é a camada superior que antecede a definição do sistema simbólico das cores e, portanto, é resultado da soma de todos os filtros.

Toda informação cromática passará pela camada do discurso. A transparência de seu filtro deixará a escala cromática incólume, desprovida de valoração, e a informação tenderá a ser aceita como verdadeira. O filtro translúcido, ao contrário, tende a impor um ponto de vista, colorindo a informação com seus valores, convicções, crenças e intenções. Pode-se considerá-la a camada de excelência dos códigos culturais. É nela que se formam os textos mais fortes da mídia, fundamentados nas assimetrias dos códigos culturais da comunicação: o bem e o mal, o bom e o ruim, o belo e o feio, o certo e o errado, o céu e o inferno, etc. O filtro seletivo será apenas uma forma de se eliminar as matizes intermediárias, para manter o maniqueísmo que caracteriza a mídia reducionista.

Quinta etapa de descrição: projetando cores na mídia – os filtros de ações

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. No modelo, os dois filtros serão considerados *filtros de ações*, pois é nesta instância de geração da informação cromática que se fazem presentes as ações positivas e as ações negativas.

O conjunto de cores que é utilizado na informação publicada é então resultado de um processo que pode ser representado no Modelo Ontogênico das Cores. Para o investigador que utilizará o modelo como instrumento, o caminho a percorrer é o de detectar a existência e o funcionamento de cada camada, identificando os campos temáticos e os códigos utilizados.

Resumidamente, o processo de **investigação** deve seguir o seguinte roteiro:

1) Identificar as características técnicas da mídia; avaliar quais recursos estavam disponíveis, quais foram utilizados e quais limitações técnicas restringiram a paleta de cores. Deve-se considerar, por exemplo, o tempo disponível para a produção que é diferente em cada mídia, e a qualidade de reprodução de cores.

2) Pressupor a linha editorial da publicação a partir da avaliação de outras notícias publicadas; observar se o comportamento pressuposto é eventual ou se ocorre com frequência; relacionar a programação visual aos outros códigos utilizados na publicação; verificar as ações positivas e ações negativas das cores.

3) Fazer o levantamento das cores utilizadas e das suas relações hierárquicas; deduzir o sistema simbólico de cores.

4) Identificar os campos semânticos utilizados em todas as camadas que participaram nos processos de filtragem e interferência; verificar os códigos que foram utilizados e analisar as funções que cada um teve na seleção de cores.

5) Reconstruir o trajeto das cores, desde a emissão do fato até a publicação da mensagem.



O roteiro para a **construção** de informações cromáticas segue a mesma ordem da emissão da informação:

- 1) Determinar quais cores estão associadas à natureza concreta do fato.
- 2) Determinar quais os filtros (e seus comportamentos) e os campos semânticos de cada camada que participará da construção da paleta de cor-informação.
- 3) Obter um sistema simbólico coerente, responsável e de alto valor informativo.
- 4) Delimitar o sistema simbólico às intenções da publicação, evitando as ações negativas relacionadas nesta pesquisa.
- 5) Adaptar o sistema simbólico aos recursos e às limitações do meio.



Bibliografia

- AUMONT, Jacques. (1993). *A imagem*. Campinas: Papirus.
- BAUER, Thomas A. (2000). “Sociedade da informação: desafios e riscos para os discursos da sociedade”. Em: Biblioteca Cisc (www.cisc.org.br). São Paulo: Biblioteca Cisc.
- BYSTRINA, Ivan (1989). *Semiotik der Kultur: Zeichen – Texte – Codes*. Tübingen: Stauffenburg.
- BYSTRINA, Ivan (1995). *Tópicos da semiótica da cultura*. (Pré Print). São Paulo: CISC-PUC São Paulo.
- DUROZOI, Gérard & ROUSSEL, André. (1993). *Dicionário de Filosofia*. Campinas: Papirus.
- FLUSSER, Vilém. (1998). *Kommunikologie*. Frankfurt am Main: Fischer.
- GOMBRICH, Ernst H. (1987). *Arte e ilusión*. Madrid: Alianza Editorial.
- GREIMAS, Algirdas-Julien & COURTÉS, Joseph. (1983). *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Cultrix.
- GUIMARÃES, Luciano. (2002). *As cores na mídia: estudo da organização da cor-informação no jornalismo impresso e eletrônico*. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em comunicação e Semiótica – PUC-SP. (tese de doutorado).
- GUIMARÃES, Luciano. (2001). *A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume.
- JECUPÉ, Kaka Werá. (1998). *A terra dos mil povos: história indígena do Brasil contada por um índio*. São Paulo: Fundação Petrópolis.
- LÓTMAN, Iúri, USPENSKII, Boris, IVANOV, V. (1981). *Ensaio de semiótica soviética*. Lisboa: Horizonte.
- MELVILLE, Herman (1982). *Moby Dick*. Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- VILLAFANE, Justo e MÍNGUEZ, Norberto (1996). *Princípios de teoria general de la imagem*. Madrid: Pirâmide.