

Signos naturais e culturais: o significado das cores no tempo e no espaço

Lauro Henrique de Paiva Teixeira

Departamento de Pós-Graduação em Comunicação
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC)
Universidade Estadual Paulista (UNESP)
lauropt@gmail.com

Resumo. *Cor-informação pode ser entendida, por um aspecto, como o poder que a cor tem de representar um dado fenômeno. Porém, a cor-informação no contexto da representação espaço-temporal ganha força à medida que o fenômeno pautado não tenha sua cor própria presente no enunciado. Na mídia ocidental, encontramos variações desbotadas e sujas do amarelo para o passado, remetendo, em primeira realidade, ao papel ou tecido envelhecido, e do azul intenso para o futuro com suas raízes biofísicas sugerindo a idéia de profundidade, transparência e equilíbrio. Veremos que não há, uma linguagem própria e unânime das cores, mas sim o seu uso como informação em determinadas linguagens por determinadas culturas.*

Palavras-chave. *Cor; Cultura; Mídia; Tempo; Linguagem.*

Abstract. *Color-information can be understood as the power that the color has to represent a phenomenon. However, the color-information in the context of space-time representation gains the force to the measure that the phenomenon does not possess proper color. In the occidental media, we find variations of the yellow for the past, remember, in first reality, to the paper or cloth aged, and of blue the intense one for the future with its elements biophysicals suggesting the idea of depth, transparency and balance. We will see that it does not exist, a proper and unanimous language of the colors, but yes its use as information in determined languages for determined cultures.*

Keywords. *Color; Culture; Media; Time; Language.*

1. Introdução

A mídia atual, que com o avanço da computação gráfica, dos suportes e dos meios de distribuição quase não encontra restrição quanto ao uso de cor, frequentemente usa esse recurso para, além de outras coisas, situar uma informação no tempo. Fazer com que um determinado assunto se projete no passado ou no futuro têm se tornado recorrente e consolidado simbologias próprias de uso da cor. Essa capacidade de significação que tem a cor em um determinado contexto cultural, facilitando a comunicação por antecipar a interpretação da mensagem é o que podemos chamar de

cor-informação. Seu uso como código cultural se dá pela troca de influências com os outros dois tipos de códigos da comunicação humana, os de linguagem e os biofísicos. O modo de informar o passado através de cores pelos tons pastéis amarelados, como variantes do palha, do ocre e do sépia, pode ter sua raiz biofísica nos registros históricos envelhecidos pelo tempo, como papéis e tecidos. Para o futuro encontra-se em uso uma gama maior cores, a maioria de tons limpos e frios como o branco pela luz, o prata em objetos de tecnologia, o verde na cibernética ou informática entre outros tantos. Entretanto, o que mais impressiona é o uso freqüente do azul. Sua raiz biofísica é um pouco menos óbvia, mas pode estar relacionado com o “olhar para o céu”, ou antes, para o “mar a ser desbravado”. São muitos os referenciais biofísicos e seus variantes culturais nos dois modos de representar o tempo.

2. A cor-informação no tempo

Não é muito difícil observar no cinema, na televisão, nos jornais ou bancas de revistas quando temos o uso de cores com objetivos específicos de informar algo por si só ou como complemento de primeira necessidade em um cenário ou composição gráfica. A publicidade explora bem esse recurso. Muitas vezes nos sentimos atraídos por um ou outro produto na prateleira do supermercado simplesmente por tê-lo identificado instantaneamente, relacionando a cor de sua embalagem às suas qualidades ou conteúdo, como iogurtes, por exemplo. Guardados os interesses específicos do marketing e da publicidade que nem sempre estão às claras, com o uso que fazem das cores, eles acabam nos prestando um serviço. O jornalismo também avança nesse sentido, seu uso consciente da cor por alguns veículos, faz com que tenhamos que nos defrontar cada vez menos com páginas que foram coloridas aleatoriamente. Isso nos facilita a decodificação e auxilia no entendimento e reflexão do conteúdo.

Para C. G. Jung: “Quanto mais o símbolo for arcaico e profundo (...), mais se torna coletivo e universal. Quanto mais abstrato, diferenciado e específico, ao contrário, mais se aproxima da natureza das particularidades.” (JUNG, 1944 p.67).

As cores são usadas com determinados valores simbólicos, que ao serem apreendidas, antecipam a informação. Isso acontece quando o leitor já está familiarizado com o seu uso em um processo de reconhecimento do contexto no qual aquela cor foi inserida. Todo o processo termina e recomeça no receptor, pois é ele quem retro-alimenta o sistema informativo contribuindo com suas experiências e criatividade para que o signo se sustente ou sofra alterações. As cores tomam forma levando-se em conta seus significados coletivos em uma determinada cultura, organizações do código lingüístico e sensações biofísicas que atuam independentes da intencionalidade do homem.

A apreensão, a transmissão e o armazenamento da informação “cor” (como texto cultural) são regidos por códigos culturais que interferem e sofrem interferência dos outros dois tipos de códigos da comunicação humana, os de linguagem e os biofísicos. (GUIMARÃES, 2000: 4).

A cor-informação pode nascer de uma determinada necessidade de expressão, relaciona-se com outros usos da mesma cor, cores parecidas ou opostas, em seguida molda-se em torno do enunciado ou mesmo antes dele (ela própria como um enunciado à parte) e por fim lança-se contra o espectador com sua bagagem sígnica a fim de propor, por si, uma ligação imediata com o referente. No todo do padrão visual, as cores se antecipam às formas e aos textos. *Quanto maior o potencial de informação das cores (força semântica e clareza na identificação dos matizes), maior será a antecipação da*

informação cromática em relação aos outros elementos figurativos e discursivos do padrão (GUIMARÃES, 2003, p.37).

A mídia, atualmente, quase não encontra barreiras para o uso de cores. Em cada contexto, uma determinada cor ou conjunto de cores normalmente assumem o papel principal de “emoldurar” o conteúdo: vermelho ao falar de Ferrari ou manifestações de esquerda; algumas combinações de amarelo, verde e azul para falar de seleção brasileira, governo federal, PSDB, etc.; tons de rosa para os gays, mulheres ou ainda mais suave para bebês do sexo feminino; verde para manifestações ecológicas e por aí vai. São cores representando os mais diversos objetos substantivos ou abstratos dentro de cada contexto cultural. Quando o contexto está deslocado no tempo, remetendo a informação para o passado ou para o futuro, a composição gráfica também pode ser constituída de simbologias de tempo através de cores. No entanto, isso ocorre freqüentemente quando o conteúdo por si não possui cores significativas.

3. O passado pela limitação técnica e pelo envelhecimento dos suportes

Além do preto e do branco com suas variantes de cinza, o uso de cor na mídia, em sua plenitude de recursos é relativamente novo. No caso dos meios impressos o uso de cor antes da década de 1990 era mais restrito por dificuldades orçamentárias e limitações técnicas que nem sempre permitiam resultados satisfatórios. Dada a descartabilidade de alguns suportes como o jornal (que no dia seguinte embrulha o peixe), o processo era inviável principalmente nas páginas onde se tinha menos tempo de tratamento e um orçamento menor que as páginas de publicidade. Coloria-se apenas a capa e algumas páginas mais importantes. Depois que a computação gráfica nas etapas de pré-impressão se tornou mais acessível, com tratamento digital de imagens, rapidez, menores custos e confiabilidade nos resultados, a mídia impressa pôde ficar toda colorida. Com a TV não foi muito diferente, quando nasceu na primeira metade do século passado, era considerada um “*rádio com capacidade de sincronizar imagens*” (Machado, 1988: 15), com apenas 60 linhas de varredura e muita dificuldade para sintonizar fantasmas em escala cinza. Sua colorização se deu também pela superação técnica ano a ano. De um lado, cada vez melhores aparelhos captadores, editores e emissores do sinal com a imagem codificada, do outro, melhores decodificadores que se popularizaram massivamente atingindo as classes menos favorecidas. Contudo, podemos verificar que o passado dos medias, sejam jornais, revistas, TV, panfletos, fotografias ou até mesmo internet, nascem ou evoluem do preto e branco. As primeiras versões coloridas ou colorizadas de cada uma delas eram limitadas, bi cromáticas, desbotadas ou saturadas demais. A tecnologia da imagem evolui sempre na tentativa de possibilitar a reprodução do real o mais perfeitamente possível. Por outro lado o que chamamos de “real” sempre foi uma imagem. Assim podemos dizer que “imagem real” é aquela que nos afeta diretamente os aparelhos perceptivos.

Hoje, quando a mídia aponta para o passado através de imagens ou mesmo de cores, resgata de nossa experiência esse convívio com o preto e branco dos suportes fotográficos, efeitos de viragem como o sépia ou coloridos desbotados. As pessoas de maior idade, por terem convivido com imagens no passado, identificam e relacionam imediatamente, porém os mais novos não têm a menor dificuldade de fazer o mesmo reconhecimento, pois convivem com o uso que a mídia faz desses paradigmas de tempo. As imagens antigas possuem tal aspecto não apenas pelo seu processo de captura ou efeitos aplicados com a tecnologia da época, mas também pelo desgaste adquirido pelo suporte ao longo do tempo.

O passado, quando ambientado por volta do século XIX e meados do século XX, pode ser representado por imagens em preto e branco. Assim, resgatam do leitor os paradigmas que ele já conhece da fotografia e do vídeo. Porém, graficamente, nos layouts noticiosos, os tons pastéis amarelados como palha, ocre, marrom, entre outros, são os que melhor contribuem para colorir ilustrações, manchetes, textos, fundos de páginas ou boxes que ambientam uma informação no passado. Principalmente em fatos históricos. Vale lembrar que quando uma informação possuir cor própria significativa, esta será usada prioritariamente. Na TV as produções de época sempre apelam para o filtro sépia, somado aos cenários e figurinos. Independentemente de o tempo representado ser anterior à invenção da fotografia, o filtro sépia cai como luva, pois seu resultado bronzeado remete, em primeira realidade¹, ao papel ou tecido envelhecido.

3.1. Alguns usos de cor-informação para tempo passado

A seguir veremos exemplos rápidos de como a mídia resgata de nosso repertório essa ligação dos tons pastéis (amarelados) para representar o antigo. Em alguns casos, mesclando seu uso com imagens em preto e branco quando o assunto é de um passado recente anterior à colorização plena da mídia. É válido lembrar que a cor do antigo é manifestada com mais clareza quando o tema proposto não possui uma cor específica tão óbvia.



Figura 1. A mídia, quando usa variantes de amarelo para representar passado, leva em consideração, primeiramente, as origens biofísicas das manifestações dessa cor. Basicamente do “amarelado” que as coisas velhas adquirem ao longo do tempo.

Os tons pastéis amarelados e suas simbologias com o passado estão presentes na maioria dos cenários históricos. Sempre que nos lembramos de civilizações antigas como as Egípcias, por exemplo, nos vêm à mente pirâmides, deserto, camelos, vestuários rudimentares e encardidos, ferramentas basicamente de madeira, homens com a pele bronzeada do sol, entre outros.

4. E o futuro é uma astronave...

Para o futuro o relacionamento com as cores tem se mostrado um pouco mais complexo. Quando nos apresentam um conteúdo que deverá fazer referência ao místico, ao desconhecido, ao utópico, escolhem o azul. Um azul às vezes esmaecido ou cortado

por fachos de luz branca. Como se apontassem para o céu. Mas o azul ligado ao futuro não foi uma cor escolhida aleatoriamente pela mídia, ela tem seu fundo biofísico de tranqüilidade e ordem (valores que idealizamos para o futuro) e também histórico de uso pautado principalmente pelas religiões nas projeções do sobrenatural.

O azul é uma cor que se projeta rumo ao infinito, por ela, o olhar se adentra sem encontrar obstáculos. Na natureza, encontramos o azul normalmente composto por objetos raros ou transparências como água e ar que, limpos e em grandes volumes, azulam. A maneira com que se concentram as moléculas da água ou ar difunde melhor o azul, pois no raio de luz as frequências de onda mais próximas do vermelho caminham melhor em linha reta vencendo obstáculos e as mais próximas do azul, na outra ponta do espectro, se desviam mais facilmente por causa deles. Por isso que o nosso céu é mais azul quanto mais limpo e acima de nós e mais dourado ou até vermelho no horizonte ao entardecer. Quando o sol está no horizonte, os raios de luz percorrem um caminho mais longo e repleto de partículas da nossa atmosfera até chegar aos nossos olhos. O céu azul acima de nós e o horizonte vermelho mais próximo da terra contribuem para a formação de valores simbólicos em ambientes místicos. Ao contrário do vermelho que esquenta e agride, o azul acalma e esfria. Limpa, agrada e hipnotiza o homem na direção do eterno, do desconhecido, do futuro.

Imaterial em si mesmo, o azul desmaterializa tudo aquilo que dele se impregna. É o caminho do infinito, onde o real se transforma em imaginário. Acaso não é o azul a cor do pássaro da felicidade, o pássaro azul, inacessível embora tão próximo? Entrar no azul é um pouco fazer como Alice, a do País das Maravilhas: passar para o outro lado do espelho. Claro, ele se escurece, de acordo com a sua tendência natural, torna-se o caminho do sonho. O pensamento consciente, nesse momento, vai pouco a pouco cedendo lugar ao inconsciente, do mesmo modo que a luz do dia vai-se tornando insensivelmente a luz da noite, o azul da noite. (CHEVALIER, 1988, p.107).

O futuro é infinito e imaginário. Projetamos nele nossas utopias de paz, prosperidades, conhecimento sólido e universal e domínio de nossos medos. Toda utopia humana de futuro, se satisfaz no azul. Para Kandinsky é a um só tempo *movimento de afastamento do homem e movimento dirigido unicamente para seu próprio centro que, no entanto, atrai o homem para o infinito e lhe desperta um desejo de pureza e uma sede de sobrenatural*. (KANDINSKY apud CHEVALIER, 1988, p.107).

Graças ao nosso fascínio pelo sobrenatural é que podemos observar o azul sendo tratado com muito respeito nas religiões. Para os antigos egípcios era a cor da verdade, eles revestiam de azul as cenas dos julgamentos das almas. Verdade, morte e deuses sempre andavam juntos. Tanto Zeus, dos gregos, como Jeová dos judeus e cristãos, pairam sempre sobre o azul-celeste. O azul está na estrela de Davi, no manto das muitas manifestações de Maria e outros santos. As batalhas entre céu e inferno são protagonizadas por azul e vermelho, é a ordem contra o caos. As tais onipotência, onipresença e onisciência que projetamos em Deus, nada mais é do que a manifestação de nossos desejos mais humanos, de nossas utopias, de valores que gostaríamos e que talvez um dia teremos. Nas religiões o futuro está sempre ligado à morte e pós-morte. Por causa das soluções extraterrenas que o homem procura de vencer ou dominar o medo da morte, o azul, de fundo positivo tão presente no ambiente místico, acaba sendo muito usado para representar a ciência e as ficções científicas futurísticas contrárias ao caos.

Mas o futuro não é apenas azul. É importante entender que a cor-informação é um texto cultural, portanto, se o assunto em questão, mesmo deslocado no tempo, tiver uma cor própria representativa, essa cor será usada. Imagine se a mídia tratasse de especular como será o MST daqui uns 10 anos, pode ter certeza que o vermelho, tão representativo ao movimento e já compartilhado com o público, continuará sendo usado em detrimento de qualquer outra cor. Vale lembrar também que o azul não é necessariamente a cor do futuro, mas é a cor que melhor representa nossas expectativas utópicas de mundo. É a cor que nos dá um pouco mais de segurança sobre o que não sabemos direito como será.

O futuro, na imprensa do século passado, foi representado, dentre outras coisas, pela estética dos objetos que a vanguarda modernista construiu e ditou como tendência. A escola Bauhaus, de Walter Gropius, Wassili Kandinski, Marcel Breuer, entre outros, foi uma das que disseminou objetos com design limpo e claro, arquitetura de linhas retas com muito branco e muito vidro. Os muitos movimentos que surgem no início do século, em sua maioria, passam a contrapor o velho, introduzindo o novo e apontando tais formas como tendência para o futuro. Esse anseio pelo novo, limpo e essencial, inspira idéias de futuro nas mais variadas áreas como arte, moda, cinema e imprensa. Contamina aos poucos o imaginário de toda a sociedade, que vive numa nova era com perspectivas inéditas. O avanço da tecnologia também dá sustentação a essas tendências: de um lado pela ciência de ponta que permite a construção de foguetes e outros equipamentos metálicos que serão vistos pela TV em preto e branco com muito brilho; do outro pelo mercado que pouco a pouco encherá as casas de móveis de plástico e objetos eletrônicos desenhados sob esses novos paradigmas, nos trazendo conforto e entretenimento ao mesmo tempo em que nos conduz a alimentar seu processo de obsolescência. Essa visão de um futuro de tecnologia avançada será mostrada muitas vezes pelo cinema e pela TV através de objetos limpos, claros e simples em seus modelos de design.

Hoje, com a mídia toda colorida, o que ficou principalmente para as representações de futuro foram as utopias de um novo mundo propostas pelo avanço da ciência e da tecnologia. Tanto que as composições gráficas que vimos na mídia possuem quase sempre fochos de luz que iluminam objetos limpos sobre um ambiente azul.

4.1. Alguns usos de cor-informação para tempo futuro

O Azul, que acalma, tranqüiliza e esfria por sua natureza biofísica, que se projeta rumo ao infinito do céu e por nos despertar de forma positiva ao místico e sobrenatural em muitos textos culturais, acaba por ser a cor que melhor representa em si o futuro.

Esse futuro aparece, na mídia, representado de diversas maneiras, que podem estar ligadas a muitas cores. As cores comumente utilizadas são aquelas que podemos considerar frias. Numa escala que vai do azul ao branco passando pelo verde e pelo cinza do prateado. Temos então cada variação de cor de acordo com as raízes biofísicas e/ou culturais das quais a cor adquiriu significado e trouxe para aquele contexto. As simbologias próprias de cada cor muitas vezes somam à idéia de futuro.



Figura 2. Alguns exemplos de materiais de divulgação de filmes em que o azul foi utilizado como informação essencial na contextualização temporal dos cenários. O filme E.T., não faz referência direta ao futuro, mas possui o mesmo contexto mágico. Os outros todos estão ambientados diretamente no futuro.



Figura 3. Acima, pôsteres de divulgação dos filmes da trilogia “De volta para o futuro”. Apesar de o título conter a palavra “futuro”, o filme se passa em vários tempos. No primeiro da série, pela magia de viajar no tempo, uma carga maior de azul. No terceiro, quando os acontecimentos se dão no passado, uma caracterização “amarelada” do velho oeste.

Branco – quando a idéia a se passar de futuro estiver atrelado à simplicidade ou paz. Simplicidade em termos de foco na essência das coisas. Paz, por caminhar no campo das utopias, normalmente é uma palavra que projetamos para o futuro.

Verde – traz em si, por um lado, a conotação ocidental de esperança, que nada mais é do que uma expectativa positiva em relação ao futuro. Por outro, paradigmas da nova tecnologia das interfaces digitais que evoluíram dos primeiros monitores de computador baseados na tecnologia do fósforo verde, ou das placas de circuito impresso.

Prata – essa cor, situada em algum lugar na escala cinza e com alto brilho, foi largamente utilizada nas máquinas de estrutura metálicas da era moderna. A maioria das vanguardas modernistas se opõe ao passado das formas rebuscadas do ferro fundido e

da madeira e se apóiam nas formas simples e estruturalmente leves que os novos tempos prometem. Prata é a cor da tecnologia moderna. “Cromar” (revestir um material com o elemento cromo) um objeto de ferro ou aço é torná-lo visualmente leve como o alumínio. Leve também é a característica do plástico, um elemento importantíssimo da indústria e do design modernos.

Azul – como foi verificado, carrega o futuro em si. Nessa cor, qualquer referência de futuro, um pouco mais livre de códigos culturais específicos, pode se apoiar. Branco, prata, verde e derivados próximos, trazem cada um uma carga simbólica que pode significar mais do que a própria idéia de futuro. Com o azul isso ocorre em menor grau. Suas raízes biofísicas que remetem à idéia de profundidade, transparência e equilíbrio são as mesmas raízes que formarão os valores utópico-simbólicos que projetamos no futuro. Como verificamos, quando o conhecimento que a cultura humana produz, tiver sua parte positiva pautada no futuro, como as religiões e outros estudos no campo do sobrenatural, ele encontrará um terreno fértil para os valores simbólicos que as sensações biofísicas do azul podem proporcionar.



Figura 4. Nesses três exemplos, o azul aparece como a cor da inteligência, estreitamente ligada aos avanços tecnológicos. Quando falamos em avanços, seja na medicina, na ciência e ou tecnologia, estamos falando de futuro, prognosticando um mundo pelo qual desejamos e que deverá nos fazer bem. Apesar de não sabermos ao certo como será esse futuro, o azul contribui para uma expectativa positiva.

5. Conclusão

Não há uma linguagem própria e unânime das cores, mas sim o seu uso como informação em determinadas linguagens por determinadas culturas. O que vimos até agora, nada mais é do que o resultado de uma pesquisa comparativa e sistemática. Delimitada pela mídia nacional ou ocidental da qual nos identificamos culturalmente. Dessa pesquisa, pudemos isolar alguns dos usos mais frequentes de cor-informação em relação à idéia de deslocamento temporal conforme representa os quadros abaixo.

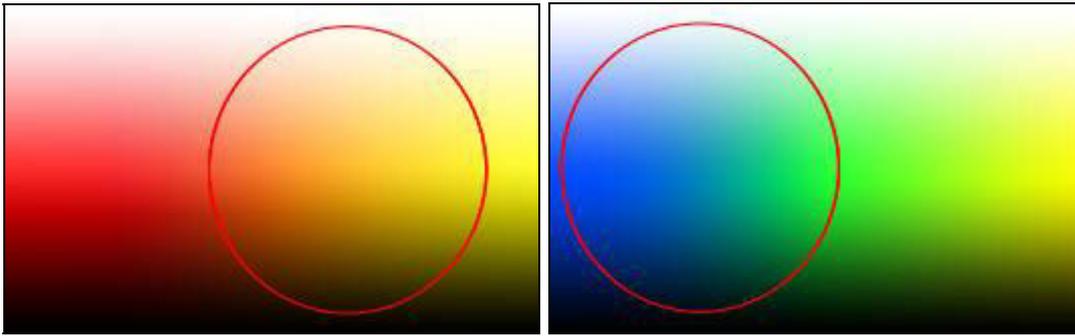


Figura 5. Nos quadros acima, respectivamente, algumas tonalidades representativas de tempo: para o passado, cores (em geral quentes, desbotadas e em tons pastéis) que passam pelo amarelo; para o futuro, cores (em geral frias, mais saturadas e limpas) que passam pelo azul.

Lidamos com passado e futuro o tempo todo, assim como lidamos com cores. Esses elementos, assim como quaisquer outros com os quais nós humanos nos defrontamos não poderiam ficar livres de nossa atribuição de significados. Significados estes que são constantemente reestruturados e hierarquizados pela cultura através da interferência de códigos biofísicos e de linguagem. Cor-informação pode ser entendida, por um aspecto, como o poder que a cor tem de representar um dado fenômeno. Porém a cor não se restringe a esse fenômeno. O verde não pode ser só da esperança assim como o vermelho não é só da maçã. Relacionar cores com deslocamento temporal, como fizemos nesse trabalho, representa algumas das potencialidades significativas não arbitrarias das cores destacadas: amarelo e azul. Essas cores ganham força para representar o tempo quando outra cor, ou elas próprias em outro contexto, não estiver presente com uma carga significativa própria e maior do fenômeno pautado e deslocado no tempo através do produto de mídia.



Figura 6. Neste cartaz (*A Dona da História*, Brasil: 2004) temos dois tempos bem definidos do filme. Na parte superior, o passado dos personagens, caracterizado pelo amarelo no plano de fundo. Na inferior, o tempo presente (que é uma projeção de futuro em relação ao tempo anterior), aparece apoiado pelo azul no plano de fundo e nas roupas dos personagens.

A relação de cor entre passado e futuro pode estar muito mais entranhada em nossa cultura ocidental do que imaginamos. Basta observarmos que enquanto cristãos aprendemos que viemos do pó (amarelo) e, se formos bonzinhos, um dia poderemos ir para o céu (azul).

Nota

¹ Para o semiótico Ivan Bystrina, o ser humano é regido por códigos biológicos e sociais para sua sobrevivência física, o que ele chama de "primeira realidade". Para sua sobrevivência psíquica, o homem cria a "segunda realidade", onde nasce a cultura.

Referências

CHEVALIER, Jean e GHEERBRANT, Alan – *Dicionário de Símbolos: (Mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números)*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

FLUSSER, Vilém – *Filosofia da Caixa Preta*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

GUIMARES, Luciano – *A cor como informação: a construção biofísica e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume, 2000.

GUIMARES, Luciano – *As cores na mídia, a organização da cor-informação no jornalismo*. São Paulo: Annablume, 2003.

JUNG, C. G – *Psychologie und Alchemie*, Zurique, 1944.

KANDINSKY, Vassili – *Du spirituel dan l'art*, Paris, 1954.

MACHADO, Arlindo - *A Arte do Vídeo*. São Paulo, Brasiliense, 1988.