



CONTRASTES DE CORES E DE CULTURAS

por Luciano Guimarães¹

Resumo:

Por meio da comparação entre a formação da identidade cromática brasileira e a da alemã, este trabalho pretende apontar elementos para o uso da cor na mídia como resistência cultural à tendência de uniformidade, nivelamento e redução do repertório de cores, provocadas pelo compartilhamento desorientado de informações visuais da mídia atual. Parte-se também do pressuposto de que a letargia da mídia diante do potencial uso da cor como informação é apenas reflexo do ritmo a que ela foi submetida e que desfavorece o aprofundamento da cor. Este texto pretende dar visibilidade às diferenças e incentivar o uso das cores como informações culturais.

Abstract:

Through comparison between the Brazilian chromatic identity formation and the German one, this work intends to point out elements to the use of color in the media as cultural resistance to the uniformity tendency, leveling and reduction of color repertoire caused by the disorientated apportion of information in the current visual media. Also, this work assumes that the media lethargy in front of the potential color use as information is only a rhythm reflex in which it was subdued and that disfavors the color deepening. This text intends to give visibility to the differences and to boost the color use as cultural information.

¹ Luciano Guimarães é doutor em Comunicação e Semiótica. Professor da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista - Unesp - (Comunicação Social/Jornalismo) e membro do Conselho Editorial da Revista Ghrebh-





""Senhor...se não restam mais humanos, que ao menos restem robôs-Ao menos a sombra do homem!"

Karel Capel, R.U.R. (Rossum's Universal Robots), 1920

A mídia, nas suas mais diversas manifestações, pode ainda representar de forma geral uma resistência da identidade visual nacional frente ao processo de globalização levada a cabo pela revolução da tecnologia da informação, da qual toda a mídia também faz parte. De um lado, sofrendo interferência do ambiente cultural em que está inserida e, de outro, contribuindo na construção da imagem nacional ou até mesmo regional. Embora a produção de imagens na e pela mídia seja cada vez mais consequência da uniformização de linguagem, direcionada pelo compartilhamento quase imediato do repertório visual global (principalmente com o acesso ao incomensurável conteúdo disponibilizado na internet), a identidade local é realçada nas publicações periódicas. Quando se permite o tempo de digestão de conceitos na produção jornalística, a cor surge de forma consciente e direcionada pelos códigos lingüísticos de comunicação; quando o produto é resultado da urgência do jornalismo diário, a cor surge de forma mais inconsciente e é direcionada pelos códigos culturais de comunicação. Na forma de ser e de comunicar, conscientemente ou não, surge a identidade local.

As questões que surgem dessas primeiras considerações são: Podemos distinguir uma identidade cromática brasileira? Podemos distinguir uma identidade cromática brasileira no jornalismo que fazemos? A nossa imagem e a nossa identidade interferem no





cromatismo representado pela comunicação visual do jornalismo? E a comunicação visual do jornalismo interfere na nossa identidade e na nossa imagem, na forma como nos representamos e representamos o mundo?

Quando alguém faz a opção por definir a cor brasileira na mídia, deve ficar evidente que essa delimitação só pode ser construída a partir de um jogo de oposições e influências. Assim, para definir a cor na mídia, é necessário o estudo de todas as áreas que contribuem para a aplicação das cores como informação (Guimarães, 2001) e como formação do imaginário cultural. Para definir a cor brasileira, neste momento, busquei a comparação da aplicação cromática com outra cultura com história e ambiente cultural e geofísico bastante diferentes daqueles que formam o brasileiro. Considerando todas as aproximações e distanciamentos, pareceu-me mais adequado comparar a cor brasileira (da cultura, da arte e do jornalismo) à cor alemã.

Um olhar superficial sobre a mídia e sobre a arte brasileiras, tomando-se como um todo, no que alinhava mais as semelhanças do que diferenças, revela um uso cromático intenso e rico em variações. O mesmo olhar superficial sobre a mídia e a arte alemãs encontra, tanto em uma quanto em outra, um uso cromático igualmente intenso e rico em variações. São duas culturas, assim como tantas outras, que utilizam as cores com bastante intensidade.

Com processos adequados de investigação, podemos instruir nosso olhar e lhe dar mais qualidade analítica. Só então notaremos as diferenças e poderemos rastrear as suas origens. Perceberemos assim que se tratam de duas aplicações diferentes e que existe um cromatismo tipicamente brasileiro e um cromatismo tipicamente alemão.





A aplicação da cor pela mídia é organizada em dois principais eixos: o primeiro é a imposição técnica e tecnológica que, além de viabilizar a cor industrialmente, é a que a padroniza; o segundo eixo é determinado pela liberdade temática e expressiva, certamente influenciado pela cultura e, portanto, onde é gerada a expressividade local.

No Brasil, a (relativa) liberdade cromática na mídia em relação às amarras das limitações técnicas é bastante recente: o impresso industrial jornalístico que se estruturou a partir do século XVI na Europa e só tardiamente no Brasil, no início do século XIX, só ganhou cor no início do século XX e, mesmo assim, até quase metade do século estava limitada às capas de revistas. A televisão, inventada em 1925 e trazida para o Brasil em 1950, só começa a transmitir cor no país em 1970, dando novo estímulo também para a aplicação das cores nos meios impressos. O certo é que somente nos últimos anos pudemos ter uma gama significativa de veículos e meios do jornalismo em cores, ampliada nacionalmente. A televisão inteiramente colorida, as gráficas de jornais de grande e médio porte - com mais facilidade para adquirir equipamentos para imprimir cores em mais cadernos - e a internet jogaram a cor para um novo status na comunicação e, por isso, não podemos mais tratá-la da mesma forma que a publicidade e o design de embalagens, de direcionamentos quase que exclusivamente mercadológicos.

Esse primeiro eixo, que padroniza técnica e tecnologicamente as aplicações de cores, recebe também um grande impulso na padronização das linguagens, em expressões e conteúdos, quando a internet passa a compartilhar quase imediatamente o mesmo repertório de informações (incluindo o visual) no mundo todo. Nivelase o repertório na formação dos produtores de informação e uma padronização se impõe com muito mais ênfase. Torna-se cada vez mais difícil identificar, por exemplo, as características da





produção de determinado grupo, quando ela chega pelo mesmo canal e ao mesmo tempo de tantos outros.

No segundo eixo, da liberdade temática e expressão da linguagem, cria-se, no mundo todo, a reafirmação de identidade e sobrevivência cultural contra a globalização e a aculturação das imagens.

Nessa questão, a cultura cromática na mídia brasileira começa a divergir radicalmente da alemã, assim como a formação da identidade brasileira está num extremo quase oposto à formação da identidade alemã. Enquanto a identidade brasileira foi marcada pela miscigenação e por um território e um povo sempre receptivos à imigração, 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:

Enquanto a cultura alemã esteve dominada desde o século II a. C pelo Império Romano, e a partir do final do século V pelos francos, só conseguindo iniciar a sua definição territorial com o Tratado de Verdun em 843, o Brasil manteve-se até o século XVI essencialmente indígena. Enquanto a cultura cromática alemã foi baseada na Heráldica medieval (a ciência dos brasões), de simbologia racional e arbitrária, a cultura brasileira indígena apresentava uma limitação no número de pigmentos para pintura (preto, branco e vermelho) ao lado de uma riqueza natural em adornos plumários (com a variedade de pássaros e, neles, de cores).





Esse período teria sido marcante para os trajetos diferentes na construção da simbologia das cores brasileiras e das cores alemãs:

Os índios brasileiros aplicavam as cores com diversas finalidades de representação de uma segunda realidade, fantástica, mitológica e de comunicação com o mundo espiritual. Usavam as cores como informação, organizando visualmente as faixas etárias, os sexos e o status social. Como explica Nelson Aguiar (2000: 35), "os padrões pintados no corpo determinam a diferença da proveniência, investem o usuário de poder sobrenatural, abrem a fenda entre natureza e cultura".

Até meados do século XVI, a simbologia cromática alemã correspondia à cultura cromática medieval de toda Europa ocidental - padronizada, determinada pelos códigos secundários (lingüísticos) da comunicação -, exigindo a estruturação de uma ciência de apoio, a Heráldica, embora estilisticamente tivesse passado por períodos diferentes como o Românico, o Gótico e o Renascimento (que na Alemanha manteve a vinculação à estética Gótica). Nesse mesmo período, na cultura brasileira predominavam os códigos terciários (culturais) da segunda realidade, manifesta na cultura indígena. Ressalto que, mesmo quando constituída em ornamentos para a organização social, mais do que representar o elemento natural, a cultura indígena alcançava a sua essência. Segundo Lúcia Hussak van Velthen (2000: 67), cada sociedade indígena pôde desenvolver seu "estilo próprio", em que "diversas culturas privilegiariam conceitos e representações mais especificamente ligadas às relações estabelecidas entre indivíduos e grupos em sociedade, ao passo que outras optariam por representar entidades sobrenaturais e conceitos cosmológicos mais amplos".

A Heráldica medieval, de um lado, e as artes indígenas, de outro, em alguns momentos podem até apresentar semelhanças; são duas heranças simbólicas distintas e que, como





dito, marcaram definitivamente o ponto inicial da construção da simbologia brasileira e alemã. De forma oposta à aplicação brasileira - em que o vermelho é muitas vezes vinculado à fertilidade feminina e o amarelo ao Sol, princípio criador -, na Heráldica, o vermelho, chamado Goles, "exprime simultaneamente o amor a Deus e ao próximo, a coragem e também a crueldade, a cólera, o homicídio e o massacre" (Pastoureau: 1993: 82), sendo, portanto, um valor masculino. Na Europa medieval, o amarelo poderia ser definido também como cor da traição. Segundo Pastoureau, a cor de Judas, dos cavaleiros desleais, dos falsos moedeiros que tinham no século XIV as suas casas pintadas de amarelo" (Pastoureau, 1993: 20).

A Heráldica é fruto de uma simbologia construída desde tempos remotos e, principalmente a partir do uso romano das cores, mas só tomou forma definitiva no uso militar no século XII (Gage, 1995: 80-2). Fundamenta-se num sistema de sete cores: prata (branco), ouro (amarelo), goles (vermelho), sable (preto), azur (azul), sinople (verde) e púrpura. Toma por base o mundo concreto que representa valores. Na Heráldica, as cores são realçadas no ambiente típico medieval, fundamentado nas construções de pedra, sem necessitar muita luminosidade. No Brasil indígena, ao contrário, a natureza generosa com o cromatismo natural impõe uma necessidade de superação cromática para alcançar o sobrenatural, característica que será determinante na identidade cromática brasileira até hoje.

A partir dos meados do século XVI, tanto Alemanha quanto Brasil sofreram redefinições importantes no uso da simbologia das cores. No Brasil, isso ocorreu com a colonização portuguesa, trazendo a liturgia católica, as cores barrocas e as técnicas artesanais de tintura e produção de pigmentos. Na Alemanha, os princípios da reforma protestante de Martinho Lutero, que dividiu a Alemanha entre protestantes e católicos, impuseram o





monocromatismo austero (na paleta, preto-branco-cinza) que, mais tarde, tornou-se a marca da aristocracia e da autoridade (juízes, policiais, políticos, empresários, etc. passaram a utilizar uniforme ou ternos pretos e cinzas, camisas, luvas e lenços brancos). Enquanto as cores do Brasil ganharam luminosidade, intensidade e uma nova ordem de cores na qual o carmin e o verde escuros, o azul royal, o azul celeste e o rosa, juntamente com o ouro formaram a sua base, a Alemanha escureceu ainda mais sua gama de cores, o que aproximou as representações imagéticas ao mundo real e concreto, da primeira realidade. Mais uma vez fica evidente a natureza acumulativa de simbologias nas cores brasileiras e a natureza substitutiva nas alemãs.

Se as culturas indígenas apresentaram uma codificação mítica e metafísica que contribuiu para a definição das cores brasileiras, principalmente no uso social, foi só com a chegada dos negros trazidos da África para o trabalho escravo que definitivamente o cromatismo brasileiro adquiriu uma de suas principais características: a resistência cultural.

Os africanos trouxeram novas concepções de religiosidade e arte. Um universo mágico e a comunicação com os espíritos e divindades da segunda realidade, convidados em rituais para nossa primeira realidade. O projeto de inversão dos mundos, também encontrado em algumas tribos indígenas em que o xamanismo, utilizando-se de alucinógenos, é alcançado pelos rituais dos africanos, envolvendo cores, sons e danças. Os índios foram ao encontro das entidades sobrenaturais; os negros as trouxeram para a primeira realidade. As cores africanas trouxeram uma simbologia menos metafísica e muito mais estruturada (passível de narração), como as que identificam quatro importantes orixás, cada um com suas personalidades e características espirituais próprias, assim como a materialidade, o gosto por sons, comidas e cores (Prandi, 2001: 32). Os africanos escravizados no Brasil encontraram o instrumento para a resistência cultural no sincretismo entre os orixás e os





santos católicos, como entidades de intermediação entre vivos e mortos. Desta forma, o colorido brasileiro adquiriu definitivamente o vigor independente e característico. Com dois olhares sobre o mesmo universo, um católico e outro de vertente africana, o simbolismo da cor brasileira tornou-se mais complexo, mais bipolarizado e assimétrico : uma mesma cor pode significar tanto um valor positivo quanto um valor negativo, como é o caso do vermelho de Exu, que no contexto do sincretismo religioso, pode ser utilizado como cor positiva na umbanda e negativa no catolicismo, que forçosamente atribui a Exu a imagem de diabo.

Nos séculos seguintes, enquanto a Alemanha incorporou ao trato com suas cores todos os tratados de pintura, óptica e estudos da luz, da fisiologia do olhar, etc., produzindo também alguns tratados importantes como a *Farbenlehre* (Tratado das Cores) de Goethe, a *Über das Sehen und die Farben* (Sobre a vista e as cores) de Schopenhauer e a *Bemerkungen über die Farben* (Anotações sobre as cores) de Wittgenstein, além de estudos da *Gestalt* de Kurt Koffka, entre outros, fazendo da cor alemã um instrumento técnico, o Brasil descobriu cada vez mais nas expressões populares o seu colorido: da Festa do Divino Espírito santo em S. Luís de Piraitinga (SP) às cores do Frevo em Pernambuco, das disputas entre escolas de samba nos carnavais de São Paulo e Rio de Janeiro aos campeonatos de futebol de todo o país, todos enriquecem o repertório das cores brasileiras. Numa decisão entre Grêmio e Internacional, Porto Alegre (no extremo sul do país) se divide em duas cores (azul e vermelho), da mesma forma que em Parintins (no extremo norte) na disputa entre o boi-bumbá Caprichoso (azul) e o boi Garantido (vermelho). No Rio de Janeiro, a combinação inusitada de verde e rosa (Estação Primeira de Mangueira) apaixona o povo no morro e intelectuais na tv.





Embora as expressões culturais estivessem livres do academicismo que impõe às artes os padrões de cores bem comportadas e conservadoras, tanto as cores alemãs quanto as brasileiras tiveram, no século XX, momentos de grande rompimento e libertação: na Alemanha com o Expressionismo e, no Brasil com o Modernismo, por influência das vanguardas européias, principalmente o próprio Expressionismo alemão e o Fauvismo francês. Tanto um como outro foram fundamentais para definir as cores locais, influenciando sobretudo as mídias que, como já dito, só depois teriam condições técnicas e tecnológicas para incorporar as cores.

A arte expressionista alemã surgiu das experiências de um grupo de artistas (Die Brücke) que procurou negar as estruturas sociais e políticas vigentes, tal como fizeram os modernistas brasileiros nas décadas seguintes. Embora tivesse características diferenciadas conforme o grupo e a região em que atuavam os artistas, podemos apontar algumas características da aplicação cromática no expressionismo que até hoje faz parte da definição da cor alemã: a pretensão de realizar uma pintura da forma mais espontânea possível - como fizeram os pintores do grupo Die Brücke - procurando alcançar uma visão psicológica da impressão vivida, que fosse além da mera sensação do real; o uso de áreas de cores complementares, contrastantes, intensas, sem matizações, como na obra de Kirchner; as áreas de contraste forte de cores, não modeladas e enquadradas por contornos; inspiração na arte de Van Gogh, na arte exótica e no colorido irreal, na arte popular alemã e na arte primitiva da África e da Oceania; e a cor livre do objeto (como na obra de Heckel) e com seu próprio valor pictórico. Na Alemanha do norte, o expressionismo teve uma cor mais emotiva, adquirindo sempre um caráter simbólico (como em Emil Nolde, Marc, e Macke); com Marc, a cor da aparência deu lugar à cor da expressão; no sul da Alemanha, com o grupo Der Blaue Reiter, de Munique, tornou-se muito mais intelectual, programático e fundamentado em teorias e manifestos.





Kandinsky levou mais adiante o projeto de libertação da cor: inicialmente a libertou do mundo natural para em seguida libertá-la também dos objetos, iniciando o trabalho que o levou ao abstrato. A cor ganhou liberdade, adquiriu dinâmica própria mas, ao mesmo tempo em que se afastou do objeto, voltou a se prender à primeira realidade: a organização da atuação das cores como códigos secundários, arbitrários, destituiu a simbologia cultural das cores e a colocou como expressão por si mesma, trazendo-a de volta para sua própria materialidade e à primeira realidade, onde são organizadas segundo os princípios de dinâmica e expressão formal. Este projeto foi levado de forma mais radical pela Bauhaus. "O objetivo final de toda atividade criativa é a estrutura" dizia o manifesto Bauhaus (Droste, 2001: 22). Essa escola de design assimilou a idéia de cores primárias da teoria de Johannes Itten, adotados imediatamente nas aulas da Bauhaus ministradas por Paul Klee e Wassily Kandinsky. Mesmo com o fim da Bauhaus, após a ascensão do III Reich, as suas cores e as suas formas marcaram a alma cromática alemã.

O encontro da arte modernista brasileira com a arte popular se deu num sentido contrário à do expressionismo alemão, pois não ficou apenas como um trajeto para a autonomia das cores, mas criou caminho para uma ligação mais efetiva com os elementos da brasilidade. Acabou por se fixar no imaginário intelectual, na produção cultural e na produção da mídia até os dias de hoje. A cor modernista transporta oniricamente o observador a cenas tipicamente brasileiras, intensificando as cores, fazendo uso de uma paleta nacional, ora ligada às manifestações populares, ora ao ambiente por si só rico em cromaticidade.

Anita Malfatti trouxe de estudos na Alemanha e Estados Unidos as idéias vanguardistas. Em torno dela se agruparam aqueles que se tornariam os responsáveis pelo modernismo e que montaram a Semana de Arte Moderna de 1922. Tarsila do Amaral seguiu o mesmo





caminho de Anita. A incompreensão da crítica, do público e de familiares aproximaram a obra de Anita Malfatti à temática nacional e daí a busca pelas cores brasileiras para mais bem ser aceita em sua terra. Da predominância dos tons marrons e ocres, da terra e do café, aos poucos também Di Cavalcanti foi se envolvendo com a brasilidade cromática, popular. Uma frase de Di revela a forma como seu encontro de cores brasileiras difere daquelas encontradas por Anita e, portanto, também das experiências quase científicas de vanguardas européias: "Meu modernismo coloria-se do anarquismo cultural brasileiro e, se ainda claudicava, possuía o dom de nascer com os erros, a inexperiência e o lirismo brasileiro" (Di Cavalcanti apud Miranda, 1972: 27). Pagu definiu assim as cores de Tarsila do Amaral, terceira representante das cores modernistas brasileiras: "Tarsila não buscou: revelou apenas o que seus olhos viam ou tinham visto. A cor brasileira, a que Tarsila se cingiu, é uma cor própria de Brasil-interior. Antes de Portinari, mestra de Portinari, Tarsila foi buscar nos baús azuis e rosa, nas suas flores e folhas, a identificação" (Galvão apud Miranda, 1972: 42).

Outros vários momentos e acontecimentos foram marcantes para a formação de uma cor característica brasileira e uma característica alemã, mostrando que o sistema cultural que incorpora novos textos ao cromatismo é bastante dinâmico e ainda resiste à tendência globalizadora e niveladora da comunicação. Na Alemanha, por exemplo, a construção em 1949 do muro que dividiu o país, fez com que o lado ocidental reagisse com uma arte urbana multicolorida, enquanto o lado oriental desbotava; no Brasil, a implantação da ditadura militar na década de 60 do século passado provocou a resistência e a reação na arte urbana e no panorama artístico cultural, criando eventos e movimentos como o tropicalismo e o uso da cor com conotação política etc. Mas, em todos esses exemplos, é possível ainda perceber a essência diferente das cores brasileiras e das alemãs. O





cromatismo alemão estava presente no graffiti do Muro de Berlin da mesma forma que o cromatismo brasileiro na arte urbana paulistana.

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. Como a cultura é dinâmica, alguns textos culturais vão para o centro do sistema, ou seja, estarão em melhores condições de comunicação, enquanto outros migram para a periferia do sistema, onde são enfraquecidos, podem cair no esquecimento ou até mesmo deixar de existir.

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 intelecção. 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 dessas adequação aos códigos, sistemas ou campos utilizados, formam camadas de significação que determinam a estrutura narrativa de determinado produto da comunicação.





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.

É exatamente a forma de utilização dessas camadas que irá diferenciar, por exemplo, a cor brasileira da alemã. E o que vai determinar esse uso é a natureza da cromaticidade formada pela sua história.

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. Podem ser agrupadas em subsistemas: são cores que têm o mundo natural como referência ou que são construídos para ambientação, cores originadas nas imagens mentais - semiconscientes, oníricas, alucinatórias, imagens do pensamento -, cores obtidas pela produção humana - 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 etc. -, e cores obtidas 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.





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.

A precisão da informação dependerá da história da cor, do conhecimento pelo receptor da informação dessa história e do contexto criado pela apresentação da notícia para "empurrar" a cor para o significado que se espera que ela venha a formar. Será quase sempre um jogo entre uma macro e uma micro-história da cor, um jogo entre significados permanentes e temporários, entre signos fortes e signos fracos.

Vejamos como o reconhecimento da identidade cromática de uma sociedade é importante para a mídia:

A letargia da mídia, diante do potencial uso da cor, é apenas reflexo do ritmo a que ela foi submetida e que desfavorece o aprofundamento da cor e também de todos os demais códigos utilizados na comunicação. 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.

AGUIAR, Nelson, (2000) *Artes Indígenas: Mostra Do Descobrimento Brasil+500*. São Paulo: Fundação Bienal

BOTHE, Rolf Et Al., (1994) *Das Frühe Bauhaus Und Johannes Itten*. Berlin: Gerd Hatje.

BUARQUE DE HOLANDA, Sérgio, (1995) *Raízes Do Brasil*. São Paulo: Cia Das Letras.

BYSTRINA, Ivan, (1989) *Semiotik Der Kultur: Zeichen - Texte - Codes*. Tübingen: Stauffenburg.

CASCUDO, Luis Da Câmara, (2000) *Dicionário Do Folclore Brasileiro*. São Paulo: Global.

DROSTE, Magdalena & Bauhaus Archiv, (2001) *Bauhaus: 1919-1933*. Köln: Benedikt Taschen.

ELGER, Dietmar, (1998) *Expressionismus: Eine Deutsche Kunstrevolution*. Köln: Benedikt Taschen.

GAGE, John, (1995) *Colour And Culture: Practice And Meaning From Antiquity To Abstraction*. London: Thames And Hudson.

GUIMARÃES, Luciano, (2001) *A Cor Como Informação: A Construção Biofísica, Lingüística E Cultural Da Simbologia Das Cores*. São Paulo: Annablume





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 Semióti

HENKEL, Oliva Et Al., (1994) *Spray City: Graffiti In Berlin*. Berlin: Akademie Der Künst.

JECUPÉ, Kaka Werá, (1998)). *A Terra Dos Mil Povos: História Indígena Do Brasil Contada Por Um Índio*. São Paulo: Fundação Petrópolis.

KANDINSKY, Wassily & MARC, Franz, (1989) *El Jinete Azu (Der Blaue Reiter)*. Barcelona: Paidós

KLOTZ, Heinrich, (1998) *Geschichte Der Deutschen Kunst.. V. 1 - Mittelalter 600-1400*. München: C. H. Beck.

MATTOS, Sérgio. (org.), (1997) *Televisão E Cultura No Brasil E Na Alemanha*. São Paulo: GDR

MIRANDA, Augusto, (1972) *Arte Brasil*. Rio De Janeiro: Centro Da Casa Moderna.

MORAIS FILHO, Melo, (1979) *Festas E Tradições Populares Do Brasil*. Belo Horizonte/São Paulo: Itatiaia/Edusp

PASTOUREAU, Michel, (1987) *L'Uomo E Il Colore*. Firenze: Giunti.

PASTOUREAU, Michel, (1993) *Dicionário Das Cores Do Nosso Tempo: Simbólica E Sociedade*. Lisboa: Stampa.

PRANDI, Reginaldo, (2001) *Mitologia Dos Orixás*. São Paulo: Companhia Das Letras.





RIBEIRO, Darcy, (1995) *O Povo Brasileiro: A Formação E O Sentido Do Brasil*. São Paulo: Companhia Das Letras.

STÖLZL, Chistoph, (1995) *Deutsche Geschichte In Bildern*. München/Berlin: Koehler & Amelang.

VAN VELTHEN, Lúcia Hussak, (2000) *Em Outros Tempos E Nos Tempos Atuais: Arte Indígena*. In: *Mostra Do Descobrimento Brasil+500*. São Paulo: Fundação Bial.

VIDAL, Lux (org.), (2000) *Grafismo Indígena*. São Paulo: Studio Nobel/Edusp.

WARNKE, Martin, (1999) *Geschichte Der Deutschen Kunst. V. 2 - Spätmittelalter Und Fruhe Neuzeit 1400-1750*. München: C. H. Beck.

