



A COR COMO FATOR DETERMINANTE DA CRIATIVIDADE NA IMAGEM FOTOGRÁFICA¹

Eunice Vaz Yoshiura¹
Sandra Regina da Silva Duarte²
Universidade Paulista – UNIP - SP

Esta pesquisa procura explicitar as condições que possibilitam à cor constituir-se como fator determinante da criatividade na imagem fotográfica. O foco deste estudo está nas fotografias a cores, veiculadas em trabalhos publicitários, ou fotografias de arte que, sendo como produto de um processo criativo, utilizam basicamente as características da cor para a expressão de uma idéia ou sentimento. Propõe-se aqui identificar os elementos e as condições que fazem da cor o fator de criatividade de uma fotografia.

Busca-se assim, identificar fundamentos que justifiquem a categorização de fotografias contemporâneas como criativas.

Nesta pesquisa considera-se possível recuperar, a partir do produto, mais precisamente do emprego da cor na fotografia, os elementos e as condições que integram o processo do pensamento no fazer criativo. As percepções e sensações que uma foto provoca através da cor são analisadas em termos da exploração ou transformação de espaços conceptuais, com o objetivo de se explicitar como o uso da cor pode fazer com que uma fotografia seja criativa.

Para se identificar uma fotografia como criativa, é preciso antes definir-se o conceito de criatividade.

A complexidade do fenômeno da criatividade gera uma grande dificuldade para sua conceituação. Ford & Harris (1992, p.6) discutem a *imprecisa definição de criatividade*, apresentando diversos segmentos de pensamento ao longo da história e

¹Docente do programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Paulista -UNIP- SP e do programa de pós-graduação em Artes da Universidade Estadual Paulista - UNESP

² Mestre em Comunicação pela Universidade Paulista –UNIP –SP e coordenadora do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Paulista -UNIP- Campinas

1 Trabalho apresentado no NP03 – Núcleo de Pesquisa Publicidade, Propaganda e Marketing, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



ressaltando que “*esta imprecisão começou a receber atenção de profissionais de diversas disciplinas, finalmente*”.

Segundo Cassorla (1998, p.42) a criatividade é o processo do nascimento de algo novo que decorre da possibilidade de articular aspectos do mundo interno do criador, de forma peculiar, que se exterioriza de variadas formas. Quando mobiliza sentimentos intensos em grande parte das pessoas que com ela interagem, diz-se que a obra é altamente criativa, uma obra de arte.

Dois aspectos enunciados na definição acima são especialmente relevantes para este estudo. O primeiro refere-se à questão da “*possibilidade de articular aspectos do mundo interno do criador*”, que indica a ocorrência de um processo organizativo com uma intenção expressiva. Trata-se portanto de um processo. A definição de criatividade de MacKinnon apud Barron (1975) realça esta caracterização: “*o ato criativo pode ter curta duração mas freqüentemente é um ato de estreito relacionamento. O momento do insight e inspiração pode ser súbito e breve mas, vem usualmente depois de uma prolongada pesquisa*”.

O segundo aspecto diz respeito ao fato de que a obra “*mobiliza sentimentos intensos em grande parte das pessoas que com ela interagem*”.

Kenneth Clark apud Silberstein (1998, p.70) também se refere à emoção: “*entre as maneiras de pensar a criatividade queremos nos dedicar a estudar a possibilidade que têm os artistas talentosos de expressar nas obras uma intensidade ou força especial que emociona, comove ou faz pensar, encarnando ao mesmo tempo o espírito de uma época em uma linguagem nova, que lhes permite falar de si e de suas mais profundas vivências em uma linguagem que, de acordo com a época, é, no entanto nova*”.

Estas concepções de criatividade realçam a emoção que uma obra criativa pode mobilizar e com esse critério foi feita a seleção das fotografias que constituem o objeto deste estudo.

Para a análise dos elementos constituintes do desempenho criativo da cor na fotografia, a criatividade foi concebida com base no princípio dos espaços conceptuais proposto por Margaret Boden (1999). Na análise foram considerados os aspectos



cromáticos segundo Itten (1976), os aspectos formais segundo Arnheim (1997), Dondis (1997), os aspectos técnico-fotográficos levantados em trabalho realizado anteriormente pela pesquisadora (Duarte, 1999) e os significados, segundo Panofsky (1995).

Segundo Boden, a criatividade deve-se à ocorrência de exploração de espaços conceptuais – quando a idéia é produzida por um mesmo conjunto de regras gerativas, ou de transformação – quando a idéia é constituída por diferentes conjuntos de regras gerativas.

Assim, tendo como hipótese que a criatividade na imagem fotográfica está relacionada com a utilização dos espaços conceptuais, tratou-se de examinar, em fotografias consideradas criativas pela visão subjetiva, a ocorrência de explorações e transformações em seus espaços conceptuais.

As propriedades específicas da cor

Nesta pesquisa foram averiguados os efeitos próprios da luz e da cor, em sua função de representação ou de caracterização de qualidades foi investigado como o uso de tais propriedades concorre para tornar a fotografia criativa.

A cor apresenta-se tão fugaz e mutável quanto a luz. O fundamental para a compreensão da cor é que ela não consiste apenas numa característica dos objetos, mas também da luz que incide sobre eles, impressionando e chamando a atenção do observador.

Segundo Itten (1976, p.17), a cor exerce no observador uma tripla ação, um triplo poder: poder de impressionar – enquanto se vê o pigmento, a cor se manifesta impressionando, chamando a atenção; poder de expressão, pois cada pigmento expressa um significado e provoca uma emoção e o poder de construção, quando a cor adquire um significado, capaz de construir por si mesmo a linguagem comunicativa de uma idéia.

Trata-se, nesse trabalho, as propriedades da cor com base na teoria de Itten sobre os contrastes harmoniosos. Considera-se como a cor se comporta interagindo uma com a outra.

O princípio básico de harmonia é derivado da regra fisiologicamente postulada da complementaridade; quando se têm todas as cores, o olho está satisfeito. A harmonia em nosso aparelho visual significa um estado psicofísico de equilíbrio no qual desassimilação e assimilação da substância ótica são iguais. O



cérebro humano rejeita o que não pode organizar; a tarefa visual requer uma estrutura lógica (Itten 1976, p.87).

A classificação das cores e seus efeitos de contraste são o ponto de partida dos estudos da estética das cores. Para Itten (1976, p.36) o contraste acontece “quando duas diferenças nítidas podem ser percebidas entre dois efeitos comparados, a exemplo de extremos como branco – preto, quente – frio, pequeno – grande; os órgãos dos sentidos podem funcionar apenas por meio de comparações”. Em sua pesquisa detectou sete diferentes aspectos de contraste: Contraste de matiz ou valor (cor pura); contraste claro – escuro; contraste quente – frio; contraste de complementaridade; contraste simultâneo; contraste por saturação; contraste por extensão.

Esta teoria foi usada para identificar, nas imagens fotográficas, os atributos cromáticos e acromáticos que conferem sensações diversas ao observador. Assim, buscou-se averiguar a incidência com que as cores aparecem, seus tons, saturação, luminosidade, e a relações existentes entre elas, como a cor se comporta interagindo uma com a outra, e especialmente como esses modos de organização dos contrastes cromáticos contribuem para tornar criativa a imagem fotográfica.

A cor como forma

Ao se apresentar numa superfície, a cor define também uma forma. Com relação aos aspectos formais da cor, enfocam-se na pesquisa os princípios enunciados por Arnheim, que desenvolveu seus estudos a partir da teoria da Gestalt.

Arnheim (1997) afirma: *“se alguém quiser entender uma obra de arte, deve antes de tudo encará-la como um todo. O que acontece? Qual o clima das cores, a dinâmica das formas? Antes de identificarmos qualquer dos elementos, a composição total faz uma afirmação que não podemos desprezar”*.



Assim, neste estudo, procura-se entender os princípios que regem a organização das formas que a própria cor adquire ao se estender sobre uma superfície e de que maneira isso acontece, para esclarecer-se um pouco mais sobre o papel da cor na fotografia criativa.

As forças de organização que regem o processo da percepção da forma visual compreendem as forças de segregação que agem em virtude da desigualdade de estímulo (contraste) e as forças de unificação que agem em virtude da igualdade de estímulo (sem contraste). Essa organização da forma acontece de acordo com os fatores de: similaridade, proximidade, fechamento e continuidade.

As formas que as cores adquirem, o efeito da cor por sua localização e orientação, sua configuração, sua extensão e o efeito determinado pela situação em relação às cores que a acompanham são os fatores a serem considerados. Segundo Itten (1976, p.144), *“a cor é sempre para ser vista em relação ao seu entorno”*.

O valor e importância de uma cor na fotografia não são determinados somente pelas cores que a acompanham, mas qualidade e quantidade de extensão são fatores contribuintes na caracterização das formas nas imagens. Weston apud Bussele (1998, p.70) expõe seu pensamento em termos de fotografia a cores: *“O preconceito de fotógrafos em relação à cor origina-se do fato de não pensarem nela como forma. Através da cor dizem-se coisas que não podem ser transmitidas com os filmes branco e preto”*.

A linguagem visual

Afirmando haver princípios que regem a organização dos componentes das mensagens visuais, Dondis (1997, p.18) estabelece o que chama de sintaxe da linguagem visual. *“Há elementos básicos que podem ser apreendidos e compreendidos por todos os estudiosos dos meios de comunicação visual, sejam eles artistas ou não, e que podem ser usados, em conjunto com técnicas manipulativas, para a criação de mensagens visuais claras. O conhecimento de todos esses fatores pode levar a uma melhor compreensão das mensagens visuais”*.



Dondis identifica várias técnicas visuais que servem como estratégias de comunicação na elaboração ou interpretação das manifestações visuais, pensadas em polaridades, acentuando o conceito de contraste em todos os meios de expressão visual. *“Todo e qualquer significado existe no contexto dessas polaridades. Seria possível entender o calor sem o frio, o alto sem o baixo, o doce sem o amargo?” (p.107).*

Examinaram-se, nas fotos analisadas, quais os elementos visuais presentes e como essa presença ocorre.

A apreensão dos significados

Panofsky (1991, p.36) considera que na investigação de uma obra de arte, ou na sua recriação estética, são três os componentes que afetam essa obra: forma materializada, idéia e conteúdo. Esses três elementos se unem e formam o que ele chama de gozo estético da arte. O autor estabelece três níveis distintos no tema ou significado de uma obra de arte: tema primário ou natural, tema secundário ou convencional e significado intrínseco.

Estas três categorias, embora diferenciadas, referem-se a aspectos do mesmo fenômeno, e seu uso como método sugere que estejam relacionadas entre si, formando um único processo.

Como objeto de interpretação, o tema ou significado primário ou natural é apreendido pela identificação das formas puras. Constitui-se do mundo dos motivos artísticos e é abordado sob dois enfoques: o factual (identificação das formas puras, configuração de cores, linhas e volumes) e o expressional (reação no observador).

O significado secundário ou convencional é apreendido pela percepção. Os motivos artísticos identificados previamente e suas combinações, assim como as composições unidas aos conceitos e assuntos geram esse significado.

O significado intrínseco ou conteúdo é apreendido através do reconhecimento de princípios não explícitos que revelam a maneira de ser de uma nação, um período, classe social e suas crenças. Procurou-se encontrar, nas imagens fotográficas focalizadas nesta pesquisa, os temas ou significados, nos níveis: primário, secundário e intrínseco.



O resultado desse levantamento e a reflexão sobre eles se encontram explicitados na narrativa do desempenho criativo das fotografias.

Os espaços conceptuais

A análise da criatividade nas fotografias a cores foi baseada na teoria de Margaret Boden (1999, p.82), segundo a qual *“uma idéia meramente original é aquela que pode ser descritiva e/ou produzida pelo mesmo conjunto de regras gerativas que produz outras idéias conhecidas. Uma idéia genuinamente original ou radicalmente criativa não pode. Segue-se que a atribuição de criatividade sempre inclui referências tácitas ou explícitas a algum sistema gerativo específico”*.

Para explicar como pode ocorrer a criatividade ou como uma idéia pode ser mais criativa do que outra, Boden (1999, p.85) introduz a noção de espaço conceptual, cujas dimensões *“são os princípios organizadores que unificam e dão estrutura a um dado domínio de pensamento”*. Espaços conceptuais podem ser explorados ou transformados.

Entre as várias possibilidades de se fazer uma exploração, algumas mostram algo que não se havia percebido explicitamente antes em relação à natureza de um determinado espaço conceptual.

Boden exemplifica: *“não estamos acostumados a colocar mais do que dois adjetivos em uma frase, mas podemos colocar sete; talvez percebamos essa possibilidade somente após alguém tê-la feito. Outras explorações, em contrapartida, mostram os limites do espaço e talvez identifiquem pontos nos quais poderiam ser feitas mudanças em uma outra dimensão”*.

As explorações dos espaços conceptuais ocorrem quando a idéia é produzida por um mesmo conjunto de regras gerativas estabelecidas por princípios organizadores. Trata-se da idéia *“meramente criativa”*.

As transformações dos espaços conceptuais ocorrem ao se trabalhar com o abandono ou negação de uma restrição, encontrando-se novas possibilidades de



visualização dos problemas. A transformação ocorre então, quando a idéia é produzida por mais de um conjunto de regras gerativas estabelecidas por princípios organizadores. Trata-se da idéia “genuinamente criativa”.

Ao discutir as teorias combinatórias, Boden (1999, p.82) relata que “*as combinações originais precisam ter algum tipo de valor, pois qualificar uma idéia como criativa é dizer que ela não é apenas nova, mas interessante*”. As combinações incomuns muitas vezes são consideradas criativas, mas muitas idéias criativas surpreendem de forma mais intensa.

Pretende-se, com base nessa concepção, reconhecer os princípios organizadores dos espaços conceptuais estabelecidos em uma fotografia criativa pelos aspectos específicos da cor na imagem fotográfica. Investiga-se a seguir, em que medida se define a exploração ou a transformação desses espaços na construção de idéias criativas meramente originais ou genuinamente originais.

O procedimento metodológico

A pesquisa foi desenvolvida através do método de análise de conteúdo, que Bardin (1977, p.42) coloca como “*um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens*”.

A utilização da análise de conteúdo prevê três fases: a Pré-análise, a Exploração do Material e o Tratamento dos Resultados – a inferência e a interpretação, Bardin (1977, p. 95).

A pré-análise correspondeu à seleção da amostragem do material de estudo, que é constituído por fotos criativas, selecionadas dentre fotografias premiadas e publicadas em revistas especializadas, cujos autores são reconhecidos por se destacarem no meio fotográfico.



Assim, foram escolhidas pela pesquisadora, quinze (15) fotografias. Essas fotos foram a seguir submetidas a um público de 30 estudantes do 3º ano do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Paulista - Campinas. A escolha desse grupo se deu por terem se decidido por uma área de estudo que abrange o campo visual. Solicitou-se que apontassem uma fotografia, entre as apresentadas, que considerassem a mais criativa. As fotos foram classificadas conforme a incidência de escolha optando-se por analisar cinco fotografias no total.

A seguir foram estudados os aspectos inerentes à imagem, selecionados os mais relevantes para a análise e estabelecidas as unidades de registro e de contexto, para possibilitar a identificação de conjuntos de regras gerativas que constituem os espaços conceptuais.

Como unidades de contexto foram estabelecidos: aspectos cromáticos; aspectos formais – elementos visuais; aspectos formais – técnicas visuais; aspectos técnico-fotográficos; significados, que geraram cinco matrizes contemplando as questões abordadas. Tais matrizes, contendo o registro dos dados, foram utilizadas como instrumentos para a análise. Por meio das matrizes acima referidas foram levantadas as regras gerativas da organização visual.

Por fim, foi feita uma análise interpretativa de cada fotografia selecionada, a partir da identificação das regras gerativas realizada na exploração do material, sendo então definidos os espaços conceptuais em função dos conjuntos de regras gerativas, seus princípios organizadores e a idéia. Em seguida, verificou-se a ocorrência de transformações dos espaços conceptuais na construção da idéia de cada fotografia.

Ao se analisarem as unidades de registro dos diversos contextos observou-se que freqüentemente eram encontradas, para cada uma delas, mais de uma regra gerativa, estabelecendo-se muitas vezes, pares de regras diametralmente opostas. Estas regras gerativas por sua própria natureza de oposição permitiram supor desde então a ocorrência de transformação no plano construtivo da imagem, pois fica evidente não tratar-se simplesmente de modos diferentes de utilização dos elementos mas de modos antagônicos, que portanto não estariam atendendo a um mesmo princípio organizador.



Os significados também foram identificados nos níveis primário, secundário e intrínseco. Principalmente os significados secundários e intrínsecos contribuíram para trazer à luz os princípios organizadores e a idéia central da criação.

Após a configuração dos princípios organizadores fez-se o agrupamento das regras gerativas nos conjuntos que constituem os espaços conceptuais da idéia de cada fotografia, o que permitiu a identificação da ocorrência de suas explorações e transformações.

Da análise da natureza dos princípios organizadores emergiu o critério para a identificação dos conjuntos de regras gerativas, portanto dos espaços conceptuais. Assim, as regras gerativas que exploravam um determinado espaço (tratavam de algo que não se havia percebido explicitamente antes em relação à natureza de um determinado espaço conceptual), foram agrupadas e, ao se observar que os significados veiculados não poderiam existir de acordo com as regras e os princípios organizadores daquele espaço, foram caracterizadas as transformações (havia portanto, negação de uma restrição, encontrando-se novas possibilidades de visualização do problema).

Com relação à análise dos significados na configuração dos princípios organizadores, observou-se situações paradoxais ou em polaridades, caracterizando transformações de espaços conceptuais, tal como se registrou no plano da construção da imagem.

Discussão dos resultados

Conforme análise feita de cada uma das fotografias selecionadas pode-se observar que a criatividade ocorre já nas mínimas unidades construtivas da imagem.

Em cada aspecto da cor analisado foram identificadas, regras gerativas opostas indicando a ocorrência de transformação de espaços conceptuais, segundo a teoria de criatividade de Boden.

A análise no plano do significado também revelou a ocorrência de princípios de organização de idéias em oposição.

Na análise das unidades mínimas de cada um dos aspectos, em confronto com a dos significados observou-se na matriz de síntese dos processos gerativos da criação da imagem, que as fotos analisadas apresentam dois princípios organizadores antagônicos formado por conjuntos de regras gerativas diferentes, confirmando a ocorrência de transformações de espaços conceptuais compondo a idéia principal dessas fotografias.



Conclusões

As fotos selecionadas, consideradas criativas por seus editores, a seguir pela pesquisadora, e ainda pelos estudantes de arquitetura foram analisadas e aquelas consideradas mais criativas evidenciaram maior número de transformações de espaços conceptuais.

Todos os elementos examinados apontaram nessa direção. É preciso no entanto considerar-se que a leitura do elemento simbólico visual, no caso a imagem fotográfica, envolve extrema complexidade, pois não há uma correspondência biunívoca entre o significante e o significado. A cada significante é possível atribuir-se inúmeros significados.

O processo de leitura da obra é uma dinâmica entre a obra e o observador, e varia conforme a experiência e com o prolongamento da observação. (Sakurabayashi apud Yoshiura, 1982). Quanto mais criativa for a fotografia, maior o número de possibilidades de interpretação.

Foi observada a ocorrência de polaridades para construir uma idéia nas fotografias consideradas mais criativas, em diversas unidades dos diversos aspectos da cor: cromáticos, formais, técnicos e nos significados.

Constatou-se que a criação acontece, em seu grau maior, com as polaridades, isto é, dois princípios opostos gerando uma mesma idéia. É possível então se considerar que uma imagem fotográfica pode conter várias idéias; que cada idéia pode ser gerada por mais de um princípio organizador. Conforme Margareth Boden, as combinações incomuns muitas vezes são consideradas criativas, mas muitas idéias criativas surpreendem de forma mais intensa, como nos casos das fotografias analisadas.

Pelo caminho da análise, explicitou-se como a idéia se materializa na imagem. Esta é composta pelos elementos da própria cor, constituídos como forma, obtidos através da técnica fotográfica e articulados segundo princípios organizadores. Esses elementos organizados adquirem significados e constroem a idéia.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Constatou-se que as fotografias vistas subjetivamente como mais criativas apresentam mais transformações de seus espaços conceituais de acordo com a teoria de criatividade de Boden, e que a cor, em seus diversos aspectos teve papel determinante nessa criatividade.

Esta pesquisa deteve-se na busca do processo do pensamento na criação; investigar os fatores de gosto, cultura, época, sexo na conceituação do que é criativo constitui questões interessantes para novas pesquisas, assim como a utilização desses parâmetros para a análise de fotografias aplicadas em diversos campos (moda, publicidade, jornalismo e outros).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNHEIM, R. Arte e percepção visual. Uma psicologia da visão criadora. 11. ed. São Paulo: Pioneira, 1997. 503p.p. 87-150: Forma p.321–361: Cor

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977. 225p.

BARRON, F. Percepción y actitud. In: Davis, A. Gary e Scott, Joseph A., Estratégias para la creatividad. Buenos Aires: Paidós, 1975.

BODEN, M.A. Dimensões da criatividade. Porto Alegre: Artmed, 1999. p.81- 123: O que é criatividade?

BUSSELE, M. Tudo sobre fotografia. São Paulo: Livraria Pioneira, 1998. 224p.

CASSORLA, R.M.S. Notas sobre o mito e a criatividade: Uma visão psicanalítica. In: I Congresso Internacional de Criatividade – Criatividade, para quê? São Paulo: Unesp, 1998. 199p. p.42-45.

DUARTE, S. A cor como fator determinante da criatividade na imagem fotográfica. Dissertação de Mestrado. UNIP, São Paulo, 2001. 202p



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

DONDIS, A.D. Sintaxe da linguagem visual. Tradução] Jefferson Luiz Camargo]. 2[ed. São Paulo: Martins Fontes , 1997. 236p.

FORD, D; HARRIS, J. A imprecisa definição de criatividade. The Journal of Creative Behavior, v.26, n.3, 1992.

ITTEN, J. The art of color. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1976. 155p.

PANOFSKY, E. Significado nas artes visuais. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1995. 439p.

SILBERSTEIN, F. Os criadores, as obras e a percepção da arte. In: I Congresso Internacional de Criatividade – Criatividade, para quê? Anais. São Paulo: Unesp, 1998. p.70-74.

YOSHIURA, E.V. Desenvolvimento criativo: uma proposta metodológica e sua verificação. 1982. 180f.. Dissertação (Mestrado em comunicações). ECA – USP, São Paulo.