

Jogo de confetes: relações entre cor e informação nas capas do novo Jornal de Londrina (JL)¹

Tássia Caroline ZANINI²
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

Resumo

A pesquisa tem como finalidade ampliar os conhecimentos acerca da influência da aplicação de cores em textos visuais, particularizando para seu emprego em produtos jornalísticos impressos. O Jornal de Londrina (JL) representa um campo apropriado para essa investigação, uma vez que recentemente introduziu modificações significativas em seu planejamento gráfico. O interesse de estudo são suas capas, que, por força dessa reforma, contêm grande quantidade de cor. O trabalho enseja aprofundamento nos estudos da cor em diferentes áreas, ressaltando a natureza cultural e interdisciplinar dos matizes, com abordagem que ultrapassa a visão conceitual dos parâmetros de definição da cor e atinge a percepção e a interpretação do leitor, por meio da explicação de relações sintáticas e semânticas, próprias de uma utilização comunicacional.

Palavras-chave: cores; jornalismo impresso; imagem; linguagem gráfica; Jornal de Londrina (JL).

Introdução

O principal objetivo deste trabalho é analisar de que forma a aplicação de cores pode influenciar o conteúdo jornalístico do veículo em estudo e estabelecer critérios que possam orientar seu emprego como complemento da informação. Dessa forma, procurou-se identificar o tratamento dado ao emprego cromático no novo projeto gráfico do Jornal de Londrina (JL), que, após reformulação – a fim de reconquistar o público leitor –, passou do formato *standart* ao tablóide, com grande quantidade de cor em suas capas e circulação gratuita.

A inquietação que fomentou esse trabalho justifica-se na presença de estudos da cor em diversas áreas, o que pressupõe a necessidade de analisar teorias embasadas em diferentes campos de visão para aprofundar os significados inseridos na informação cromática e sua possível aplicabilidade no jornalismo visual.

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação pela FAAC-UNESP, email: tassiazanini@hotmail.com.

A escolha em trabalhar com o JL levou em conta a eleição de um veículo de informação jornalística, no qual é possível ressaltar o uso da cor como informação; impresso, a fim de garantir a uniformidade da apresentação e deixar sobressair a intenção do produtor da mensagem visual; periódico, para acusar padrões de comportamento, pela repetição, e com um período significativo de circulação, visando mostrar a variedade no uso das cores, a permanência ou a mudança dos repertórios. Com esses requisitos, determinou-se que seria adequado trabalhar com as capas do veículo para manter a unidade dos recursos técnicos no uso de cores.

Com o intuito de compreender melhor o que foi submetido à análise, incluindo como objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas, o método utilizado foi o estudo de caso, apoiado, principalmente, no conceito de Yin (2001), que o caracteriza como uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas.

De acordo com a natureza qualitativa do método, a abordagem incluiu planejamento, análise e exposição de idéias. No trabalho em questão, a coleta de dados no veículo analisado foi feita por meio de observação participante, ou seja, os objetivos do estudo foram revelados ao veículo pesquisado desde o início dos trabalhos.

Primeiramente, foi realizada a revisão da literatura selecionada, a fim de conhecer a variedade de teorias relacionadas ao estudo. Segundo o conceito de Yin (2001), o método proposto incluiu ainda a generalização analítica, ou seja, partiu de uma teoria previamente desenvolvida como modelo – dentro da perspectiva, o Modelo Ontogênico das Cores (MOC) de Guimarães (2003) –, da qual, segundo o autor, devem ser retirados os pontos de análise que possam, por meio de resultados empíricos do caso, servir a um propósito revelador.

Por abordar um particularismo – as capas do JL –, o estudo proporciona a análise prática de problemas contemporâneos. O interesse primeiro não é pela condição do jornal analisado em si, mas pelo que a análise projeta para as práticas dos periódicos que passam pela mesma tendência de reformulação. De acordo com Lipset, Trow e Coleman (apud YIN, 2001), os estudos de caso são generalizáveis a proposições teóricas. Como o experimento, o estudo de caso não representa uma “amostragem”; o objetivo é expandir e generalizar teorias. A finalidade principal é fazer uma análise “generalizante”, e não “particularizante”, ou seja, por meio da análise do veículo escolhido, é possível



conhecer melhor a problemática que envolve a aplicação de cores em produtos jornalísticos impressos em geral.

Nesse sentido, o método caracterizou-se como um estudo de caso instrumental, no qual, segundo Matsuuchi Duarte (in DUARTE; BARROS, 2006), um caso específico é analisado para esclarecer mais sobre um problema, ou fixar uma teoria. O caso está num plano secundário de interesse; é analisado para melhorar a compreensão de outro, que é o principal.

A análise incluiu, ainda, os métodos de adequação ao padrão e construção da explanação, apoiados nos conceitos de Yin (2001). O primeiro – segundo o autor, a mais recomendável estratégia para a análise de estudos de caso – consiste em comparar um padrão fundamental empírico com outro de base prognóstica (ou com várias outras previsões alternativas). Se os padrões coincidirem, os resultados podem ajudar o estudo de caso a reforçar sua validade interna. O segundo tem por objetivo analisar os dados do estudo de caso, construindo uma explanação sobre o objeto de estudo. Nesse sentido, ocorre geralmente em forma de narrativa, por meio da qual o investigador procura explicar um fenômeno, estipulando um conjunto de elos causais em relação a ele (YIN, 2001).

Assim, mais que verificar hipóteses formuladas, o interesse é descobrir novas relações entre elementos. Ao indicar as funções e possibilidades de leitura das cores nos textos visuais, e tentar estabelecer critérios que orientem o emprego da informação cromática, este estudo contribuirá para ampliar os conhecimentos acerca da utilização das cores em produtos jornalísticos, demonstrando como o caráter informativo da cor pode ser ampliado para além do lugar-comum, podendo apontar novos significados e até visões antes despercebidas.

O resultado final dos objetivos apresentados consistiu na descrição detalhada dos pontos submetidos à indagação, partindo da explicação das funções sintáticas e taxionômicas da aplicação de cores em textos visuais e da análise da influência das propriedades semânticas da cor no direcionamento e interpretação das notícias.

As funções e possibilidades de uso das cores

Ao longo do último século, foi possível observar um significativo avanço do espaço das imagens sobre o espaço das palavras, principalmente na mídia. As

fotografias e ilustrações vêm ocupando cada vez mais as páginas da mídia impressa, dos livros, jornais e revistas. A princípio apenas na forma de fotografias em preto-e-branco, utilizadas para documentar ou testemunhar os textos verbais, as imagens saltam rapidamente para a profusão das cores, que passam a fazer parte do cotidiano da mídia. Nesse contexto, Flusser aponta para o universo comunicativo da cor:

O nosso mundo se tornou colorido. A maioria das superfícies que nos cercam é colorida. Paredes cobertas de cartazes, edifícios, vitrines, latas de legumes, cuecas, guarda-chuvas, revistas, fotografias, filmes, programas de TV, tudo está resplandecendo em *technicolor*. Tal modificação do mundo, se comparada com o cinzento do passado, não pode ser explicada apenas esteticamente. As superfícies que nos cercam resplandecem em cor sobretudo porque *irradiam mensagens*. (FLUSSER, 1983, p. 97)

Na comunicação, a cor tem função bem definida e específica: deve ajudar na clareza da mensagem a ser transmitida. As cores podem criar o “clima” desejado e falar por si mesmas, o que deve ser aproveitado como instrumento técnico. Conforme Guimarães (2003), uma das funções desempenhadas pelas cores em textos visuais diz respeito às relações sintáticas e taxionômicas, ou seja, atribuições que remetem à estruturação e organização das informações. Nesse sentido, as cores podem organizar, chamar atenção, destacar, criar planos de percepção, hierarquizar informações, direcionar a leitura, etc.

Além de estabelecer relações sintáticas, o emprego de cores em textos visuais pode, ainda, desempenhar funções semânticas, ou seja, ligadas ao significado das informações. Nesse caso, o espaço colorido pode ambientar, simbolizar, conotar ou denotar, o que faz com que as cores tenham características informativas e correspondam à intencionalidade de quem as emprega. Quando utilizada com esse intuito, a cor pode complementar a informação do texto visual, induzindo a interpretação do receptor.

De acordo com Guimarães (2003), a primeira leitura que se faz de uma capa de jornal é comunicação não-verbal. 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. Considerando que uma capa de jornal ou revista é inicialmente vista, muitas vezes, a uma distância maior do que quando está nas mãos do leitor – portanto, desfavorável à leitura dos detalhes das formas ilustrativas e dos textos –, as cores informarão, em

primeira mão, qual é a notícia principal da edição. Dessa forma, não só a natureza informativa do jornal ou da revista é favorecida, como também sua natureza mercadológica: a atenção do leitor foi conquistada.

Entretanto, para Souza, nos jornais impressos e revistas em geral, ainda predomina uma sub-utilização do potencial comunicativo das imagens, transformadas em mera ilustração: “(...) a mídia, muitas vezes, trabalha com a redução do não verbal ao verbal, dando lugar a um efeito de transparência, de objetividade da informação” (SOUZA, 2001, s/ p.). Guimarães (2003) acrescenta que, em função da atual velocidade e dinâmica do jornalismo, além das múltiplas e simultâneas expressões dos veículos de comunicação jornalística, faz-se necessária a compreensão das potencialidades comunicativas inerentes à presença de cores, não só nas particulares características de cada mídia, como também no comportamento que é comum a todas elas.

Conforme Guimarães (2003), a cor é um dos mediadores sígnicos de recepção mais instantânea na comunicação jornalística, além de um significante de grande influência no direcionamento da notícia. O autor considera que a cor se antecipa aos outros códigos e delimita um número de significantes retirados de seu repertório. Na seqüência, os outros sistemas são recebidos à luz desse repertório delimitado pela cor, sendo que somente um se concretiza, direcionando a interpretação da notícia. Quanto mais força determinada cor tiver dentro do repertório (principalmente pela repetição), maior será a brevidade de sua recuperação pela memória do leitor e, conseqüentemente, maior será a antecipação no direcionamento da mensagem.

O projeto gráfico do Jornal de Londrina (JL)

Desde seu primeiro exemplar, que data de 31 de julho de 1989, até a edição de 7 de maio de 2006, o Jornal de Londrina (JL) apresentou poucas alterações em seu projeto gráfico e, dentre elas, nenhuma foi alusiva à presença de cores. Antes de sua reforma gráfica, as únicas expressões cromáticas nas capas do veículo incluíam a logomarca do jornal, em azul escuro, e alguns detalhes em torno da legenda da foto, em vermelho e no mesmo tom de azul da logo, como mostra o exemplo (figura 1, p. 6).

A partir do dia 7 de maio de 2006 (figura 2, p. 6), o projeto gráfico do JL teve significativas mudanças, passando do formato *standart* para o tablóide, porém, o cromatismo das capas permaneceu subordinado às fotografias – que, aos poucos,

passaram a contar com mais espaço e destaque – e à logo do veículo, que teve a adição da cor verde, em adequação à logomarca corporativa da Rede Paranaense de Comunicação (RPC), da qual o veículo faz parte. Foi somente a partir da edição de 7 de maio de 2007 (figura 3) – comemorativa ao aniversário de um ano do “novo” JL – que a presença cromática nas capas do jornal realmente ganhou forma, e significado, a partir de outras mudanças no projeto gráfico do veículo, formuladas por uma equipe da RPC.



Figura 1. JL (2 mai. 2006)



Figura 2. JL (7 mai. 2006)



Figura 3. JL (7 mai. 2007)

Sem contar com um projeto gráfico formal, por escrito, as alterações começaram a ser feitas por orientações orais de Marcos Tavares, profissional da RPC responsável pela reforma gráfica do veículo, que permaneceu junto à equipe de programadores visuais do JL por cerca de um mês. Dessa forma, o que é produzido hoje nas capas do veículo segue essas orientações, que, para uma melhor compreensão das intenções desejadas com a escolha da cartela de cores que compõe o projeto, foram analisadas por meio de entrevista com Marcos Tavares; acompanhamento do trabalho realizado pela equipe de programação visual do jornal e pesquisa no arquivo do veículo.

As cores no JL

As mudanças propostas no espaço jornalístico da capa do JL, preenchido por elementos visuais e verbais que se complementam, incluíram como padrão a possibilidade de serem utilizadas quatro cores, além do azul e do verde presentes na

logomarca do jornal, que faz parte do espaço institucional. Tais espaços não se misturam, para garantir a unidade da publicação por meio da identificação da logo do jornal. Com os princípios básicos de visibilidade, legibilidade, equilíbrio, contraste e harmonia, a cor da logomarca deve isolar o espaço institucional e, ao mesmo tempo, não se tornar um elemento estranho no uso da capa, o que fez com que, primeiramente, fosse incluída uma tarja na parte superior da capa, para contrastar com a logo. Essa tarja, a princípio colorida com um tom entre o ocre e o mostarda, logo – a partir da edição de 15 de maio de 2007 (figura 4) – passou a ser preenchida pelo amarelo claro, segundo o entrevistado, para tornar o contraste com a logo menos “agressivo”, além de trazer para o primeiro plano as informações contidas na cabeça que a acompanha.



Figura 4. JL (15 mai. 2007)

Segundo Guimarães (2001), o uso de cores em logomarcas de produtos jornalísticos impressos pode ter três comportamentos distintos: ser totalmente independente das cores aplicadas no espaço jornalístico; aproveitar alguma das cores utilizadas no espaço jornalístico para contribuir na apresentação geral da combinação cromática da capa, ou realçar uma cor que, na imagem, terá um conteúdo simbólico. As cores da logomarca do JL, portanto, podem ser consideradas do segundo tipo, sendo que dificilmente poderão apresentar alguma função simbólica.

As outras três cores incluídas na paleta cromática das capas do JL foram o lilás (tom entre o rosa e o violeta), o azul claro e o laranja, que passaram a ser empregadas de acordo com a seguinte orientação: a primeira, destinada a colorir as manchetes relativas ao caderno “Divirta-se” (relacionado a cultura); a segunda, ao caderno “Geral” (que inclui as editorias “Cidade”, “Economia”, “Brasil” e “Mundo”), e, a terceira, para as

chamadas do caderno “Esportes”. De acordo com o entrevistado, o lilás foi escolhido por “denotar sabedoria, nobreza e sofisticação, características que têm ligação com o público leitor da editoria”; o emprego do azul claro levou em conta o fato de a editoria tratar de temas mais “sérios”, sendo escolhido para “dar um ar sóbrio, sincero e confiável”, enquanto o laranja teve como propósito conotar “entusiasmo, disposição e vibração, características que devem estar presentes em um caderno ‘apaixonado’ como é o de esportes”.

As orientações para o emprego dessas três cores incluem, ainda, além do caráter simbólico descrito, a função estética de ilustrar a capa, conforme o entrevistado, “a fim de ‘quebrar’ a sobriedade”, devendo ser, sempre que possível, aplicada uma dessas cores, de acordo com a editoria das manchetes selecionadas para a capa. Além disso, a proposta orienta que as fotografias sobrepostas aos fundos coloridos sejam recortadas e, quando possível, que se avalie a harmonia e o contraste entre as cores da fotografia e do fundo utilizado, porém, de acordo com o entrevistado, sendo mais importante o fato registrado pela fotografia do que a combinação de cores entre esta e o fundo.



Figura 5. JL (24 set. 2007), online



Figura 6. JL (24 set. 2007), foto

Outro ponto submetido à indagação, e que se caracteriza como a maior problemática relativa à aplicação de cores no JL, diz respeito à dissonância entre o material composto digitalmente, diagramado no computador, e a versão final do material impresso, como pode ser observado comparando uma mesma página em sua versão digital e impressa (figuras 5 e 6). O desvio na tonalidade chega, muitas vezes, a alterar a cor previamente definida, tendo sido observado em vários exemplares que o azul tende ao violeta, e o laranja, ao marrom, o que altera não só a proposta inicial da

aplicação cromática, como também a possibilidade de leitura do texto visual. Segundo o entrevistado, essas oscilações devem-se ao tratamento dado à imagem na gráfica do veículo, em função de problemas com a definição das chapas de impressão.

É imperioso, todavia, destacar que existem outros fatores a serem observados, e que poderiam resolver essas possíveis dissonâncias. Um deles se refere ao fato de que os meios impressos, por utilizarem cores-pigmento, não atingem certos matizes de maior luminosidade ou saturação, que só são possíveis em cores-luz emitidas pelo monitor. Muitas das cores que se obtêm em RGB não são conseguidas com pigmentos, o que faz com que cores vivas e intensas na tela se tornem opacas e menos intensas quando impressas, sendo que, nem sempre, os programas, o monitor e a impressora estão com as cores calibradas e compartilhando da mesma escala.

De acordo com Craig (1987), quando o trabalho parece estar com uma cor diferente da especificada, entre os vários motivos, o mais óbvio é um inadequado ajuste da cor por parte do impressor ou pelo fabricante da tinta. Isso, por outro lado, pode ser consequência de informação de cor inadequada; uma amostra errada de papel ou desconhecimento do tipo de impressora ou do tipo da chapa ou forma. Dentre outros fatores que podem afetar o resultado da cor, o autor ressalta a espessura da película de tinta (quanto mais espessa for a película, mais escura será a cor); falta de limpeza adequada dos rolos entintadores, da fonte ou dos cilindros da impressora; chapas de impressão sem limpeza adequada; a cor do papel, e o fato da tinta reter muita água (no sistema *offset*), o que pode ocasionar que alguns tons pastéis e alguns matizes de cor possam escurecer ou desbotar após a impressão.

A observância desses fatores contribuiria para um melhor resultado do produto final, sendo que, além de todos esses pontos para os quais se deve atentar, o jornal impresso já apresenta uma redução inerente na gama de cores possíveis de se obter, em função da qualidade do papel (inferior, por exigir baixo custo), que interfere diretamente na qualidade de impressão, diminuindo a gama de cores possíveis de se obter. Em função da problemática abordada, a análise das capas dos exemplares selecionados será feita com base em fotografias da versão final impressa das edições, sendo que é essa a apresentada ao leitor.

Análise cromática das capas do JL

Delineadas as funções sintáticas e semânticas que a aplicação de cores cumpre nas capas do JL, além das intenções às quais elas correspondem, foram selecionadas para esta análise três capas do veículo, com data posterior às últimas modificações incluídas no planejamento gráfico do jornal, a fim de analisar, com base na teoria apresentada anteriormente, a coerência da proposta cromática do veículo e o papel que essas cores desempenham no todo da composição visual. Para tanto, a narrativa da análise das capas seguirá o seguinte roteiro:

1) Verificar a coerência da simbologia atribuída à cor selecionada para a editoria, analisando se ela pode estabelecer outras funções semânticas além da desejada.

2) Analisar o papel que a cor cumpre no todo da composição visual, verificando como ela contribui para a criação de planos de percepção, e suas relações resultantes dentro do contexto.

3) Avaliar, com base nos dois primeiros itens, se a aplicação da cor cumpriu seu papel informativo, facilitando o direcionamento da leitura que ela deveria sugerir.



Figura 7. JL (23 set. 2007)

No primeiro exemplar a ser analisado (figura 7), a aplicação da cor lilás, que se refere à editoria “Divirta-se”, por estar entre os tons rosa e violeta, não apresenta uma simbologia definida, mas incorpora um significado médio entre esses dois tons.

Segundo Pastoureau (1997), a não ser pelos poucos matizes semelhantes encontrados na natureza, os tons próximos do lilás geralmente são desagradáveis à vista, sobretudo os que tendem para o rosa, o que destoia da intenção semântica para a qual a cor foi escolhida. A cor que melhor representaria simbolicamente a intenção desejada para a editoria, conforme Pastoureau (1997), seria o vermelho, cuja carga semântica é a que mais está ligada ao dinamismo, criatividade, luxo, festa, nobreza e sofisticação – referência desejada pelo projeto gráfico do veículo. Se empregado, o vermelho poderia ser utilizado de forma saturada na tipografia e mais dessaturado na composição de fundo.

No todo da composição visual, a cor não seria necessária, uma vez que a fotografia que a acompanha apresenta um colorido que por si só já se destaca. Uma melhor solução para a página poderia ser obtida se essa fotografia estivesse junto à tarja amarela, uma vez que, assim, já estaria tendo sua atenção desejada, sem precisar da aplicação cromática no fundo. Nesse caso, a fotografia do ciclista, que ocupa o local, poderia compor um *box* laranja, o que resultaria em um maior equilíbrio entre figura e fundo, além de poder comportar juntamente as outras chamadas da capa que se referem a editoria “Esportes”.

Além disso, o plano de percepção que abrange o fundo lilás e a fotografia a qual ele corresponde concentra toda a atenção perceptiva do leitor, o que faz com que a manchete principal da edição, “TC questiona repasse de R\$ 17 mi da Copel”, seja uma das últimas para a qual o leitor irá atentar. Nesse sentido, a página não apresenta um equilíbrio compositivo, concentrando todo o seu foco perceptivo na parte superior, além de apresentar um excesso de elementos coloridos nos primeiros dois terços da composição, fazendo com que a manchete principal fique isolada a um último plano, reduzindo sua importância, apesar do tamanho da fonte que apresenta. Com base nessas constatações, é possível avaliar, quanto ao papel informativo, que a cor é desnecessária para a compreensão de que a chamada que ela comporta compõe o caderno “Divirta-se”, sendo que a própria fotografia que a acompanha já remete claramente à editoria. Além disso, a fonte sobre o fundo em branco dificulta a leitura da chamada “Os desfiles e as estrelas da moda fashion de Londrina”, sendo que sua percepção seria mais fácil sem a aplicação de cor no fundo ou se, em sua tipografia, tivesse sido empregado o preto.

A segunda edição selecionada (figura 8, p. 12) emprega a cor laranja como referente ao caderno “Esportes”, que, embora, segundo Pastoureau (1997), possa conotar emotividade, satisfação dos instintos e conservação pessoal e do bem-estar,

simbologias coerentes com a intenção de sua escolha, não é a melhor cor para a alusão ao cenário esportivo. O autor afirma que, desde meados do século XII, o verde é considerado a cor do jogo e do esporte: “O laço cultural que, ao longo dos séculos, ligou o verde da cena desportiva ao verde dos jogos de azar ou de sociedade parece-me incontestável” (PASTOUREAU, 1997, p. 71). De qualquer modo, a escolha do laranja também pode ser considerada coerente à proposta, embora pudesse ter sido utilizada com mais destaque, uma vez que a fotografia à qual remete, por ser recortada e apresentar, na camisa do jogador, predominantemente, o branco, teria mais destaque se a cor tivesse sido aplicada no fundo, também pelo fato de que a combinação entre os tons das fotografias do *box* esportivo, que incluem o azul, seria bastante coerente com o laranja. Também no sentido informativo, a cor iria contribuir para a contextualização do assunto, sendo que o recorte da fotografia a desvincula de seu repertório. Analisando a composição visual como um todo, a capa estaria equilibrada, não fosse a manchete da cabeça “Maioridade penal” estar posicionada “entre os braços do jogador”, o que faz o leitor se perguntar qual o intuito desse posicionamento.



Figura 8. JL (13 ago. 2007)

O terceiro e último exemplar aqui analisado (figura 9, p. 13) representa a maior problemática das três capas selecionadas, principalmente em função do erro na aplicação da cor no *box*, que, por tratar de uma manchete da editoria “Esportes”, deveria apresentar, conforme a proposta do projeto gráfico, a cor laranja em vez da azul. O erro,

nesse caso, contribui ainda mais para a não-identificação da vinculação proposta entre tons e editorias pelo público do jornal, uma vez que, por outros problemas já descritos, essa alusão se torna difícil de ser incorporada ao repertório do leitor.



Figura 9. JL (14 out. 2007)

No todo do padrão visual, o *box*, além de não estabelecer um plano perceptivo, não apresenta significância no local onde está disposto, além de empregar o branco na tipologia da chamada a qual sobrepõe, o que dificulta sua leitura. Por sua vez, a manchete principal da página, “Cidade dobrou o número de prédios em 10 anos”, é desfavorecida, por estar vinculada a uma fotografia pequena e descontextualizada, se comparada com a maior foto da página, que, sem ser a principal, recebeu mais destaque e, conseqüentemente, importância.

Ao descrever e analisar os dados colhidos no JL, apresentando as funções sintáticas e semânticas desempenhadas pelo emprego de cores nas capas do veículo, e incluindo, a partir da análise dessas três capas, a verificação da coerência na proposta cromática do jornal e do papel que essas cores desempenham no todo da composição visual, o estudo contribuiu para compreender melhor as intenções vinculadas às cores escolhidas para compor a paleta do jornal, revelando pontos positivos e negativos de seu emprego, cumprindo, assim, o objetivo principal deste trabalho.



Conclusão

A análise mais aprofundada do método de estudo proposto revela, além de sua riqueza de possibilidades de pesquisa, um traço distintivo inerente à sua aplicação, que é a capacidade de compartilhar conhecimentos. Visando à descoberta, este estudo trabalhou com o pressuposto de que o conhecimento não é algo acabado, mas que está sempre em construção e, por isso, é imperioso indagar e buscar novas respostas a essa investigação.

Este trabalho não pretendeu, tampouco haveria essa possibilidade, esgotar o tema; ao contrário, procurou indicar uma via de abordagem para estudos futuros. Seria impossível enumerar aqui todas as técnicas visuais resultantes da aplicação de cores, ou, nessa tentativa, dar-lhes definições consistentes, portanto, procurou-se descrever alguns dos mais importantes recursos cromáticos que podem ser empregados em textos jornalísticos.

Ao final desse trabalho, é importante ressaltar que, segundo Matsuuchi Duarte (in DUARTE; BARROS, 2006), nos estudos de caso, os detalhes de um objeto o tornam único, pois suas imperfeições, na verdade, traduzem sua história. Cada fenômeno analisado é, portanto, fruto de uma história que o torna exclusivo. O que poderia significar uma imperfeição no estudo de caso é o que o leva à diferenciação, uma vez que a realidade pode ser vista sob diferentes perspectivas, não existindo uma única versão que seja a mais verdadeira. Nesse sentido, o método de análise proposto permitiu identificar os vários elementos que constituem o assunto submetido à indagação, de modo a possibilitar, também, que os leitores tirem suas próprias conclusões, afinal, é na diversidade que pode ser encontrada a riqueza dos conhecimentos acerca da cor.

O objetivo que se procurou cumprir é o de que esta pesquisa possa contribuir para a ampliação da compreensão e da aplicação consciente da linguagem visual, enriquecendo, com o estudo específico da cor, as possibilidades de apresentação e leitura dos cromatismos da sintaxe visual. Espera-se, ainda, contribuir para a compreensão da cor como informação e para o enriquecimento do repertório dos produtores de informação visual quanto ao potencial informativo dos textos cromáticos, a fim de que, como resultado, também o repertório do público seja ampliado.

Por fim, é possível ressaltar que este trajeto de investigação a respeito da aplicação de cores em conteúdos jornalísticos reforçou algumas preposições que podem



ser ressaltadas nesse momento de conclusão: a cor tem um papel de grande importância na comunicação jornalística, e esse potencial pode ser mais bem aproveitado pelos veículos de comunicação; o desconhecimento do papel informativo da cor torna a informação suscetível à dissonância, o produtor à determinação alheia, e o receptor à manipulação; o conhecimento desse caráter torna a informação mais rica, dá ao produtor e ao receptor autodeterminação e enriquecimento do repertório.

Referências bibliográficas

CRAIG, James. **Produção Gráfica**. Tradutores: Alfredo G. Galliano, João J. Noro e Edmilson O. Conceição. São Paulo: Ed. Nobel, 1987.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Ed. Atlas, 2006.

FLUSSER, Vilém. **Pós-história: vinte instantâneos e um modo de usar**. São Paulo: Ed. Livraria Duas Cidades, 1983.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Ed. Annablume, 2001.

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

PASTOUREAU, Michel. **Dicionário das cores do nosso tempo: simbólica e sociedade**. Tradutora: Maria José Figueiredo. Lisboa: Ed. Estampa, 1997.

SOUZA, Tânia C. Clemente de. **A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação**. Ciberlegenda N° 6, UFF, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/tania3.htm>>. Acesso em: 16 jun. 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradutor: Daniel Grassi. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2001.