



A Comunicação Através das Cores: Uma Análise do Personagem Walter White na Série *Breaking Bad*¹

Natália Carvalho de Souza e SILVA²

Lauro Almeida de MORAES³

Universidade Vale do Rio Doce (UNIVALE), Minas Gerais, MG

RESUMO

Este artigo visa identificar as diversas formas de comunicação, sendo elas intencionalmente ou não, por meio das cores. Utilizando a “Teoria das Cores” (GOETHE, 1810) como base, foi realizada uma pesquisa empírica, acompanhando a evolução psicológica do personagem Walter White, da série norte americana *Breaking Bad*, junto às cores usadas em seu figurino. Para o tratamento dos dados, utilizou-se a Análise de Conteúdo. A série foi capaz de mostrar como as cores causam um efeito universal nos seres humanos, sendo capazes de transmitir mensagens e influenciar sensações.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; arte; cor; semiótica; comunicação.

INTRODUÇÃO

Ao entrar em um hospital as paredes são quase sempre brancas, verdes ou de cores neutras fim de manter um ambiente calmo entre os pacientes; antes de comer um alimento analisa-se sua cor afim de saber se está bom ou não; ao sentir tristeza, as pessoas geralmente se vestem com cores sóbrias. A cor é um transmissor de informações, capaz de influenciar ações e emoções.

Este artigo visa identificar as diversas formas de comunicação, sendo elas intencionalmente ou não, através das cores. Para isto, será realizada uma pesquisa empírica a partir das cinco temporadas do seriado norte americano *Breaking Bad*. Criada e produzida por Vince Gilligan, ficou conhecida mundialmente como uma das maiores séries de televisão de todos os tempos. O seriado já recebeu diversos prêmios, entre eles dez *Primetime Emmy Awards*, oito *Satellite Awards*, dois Globos de Ouro e um Prêmio Escolha Popular, além de entrar para o *Livro Guinness dos Recordes* em 2014 como o seriado mais bem avaliado pela crítica de todos os tempos.

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da UNIVALE, email: nataliacarvallho@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Coordenador do Grupo de Estudos em Territórios Midiáticos e professor dos cursos de Jornalismo e Produção Publicitária da UNIVALE, email: lauro.moraes@univale.br



Ao criar o seriado, Gilligan utilizou a “Teoria das Cores” (GOETHE, 1810). De acordo com ele, a cor é algo importante no seriado: “Sempre pensamos que a cor é um elemento importante em *Breaking Bad*. Tentamos sempre pensar em qual cor o personagem será vestido, de forma que esta representará em algum nível o seu senso de espírito” (GILLIGAN, 2011). Na trama, cada personagem tem a sua gama de cores. A personagem Marie, por exemplo, sempre usa roupas roxas, que significam realeza e segurança. Além do figurino, todos os acessórios da sua casa são desta mesma cor. Ao conhecer mais a personagem, descobrimos que além da personalidade narcisista, ela é diagnosticada com cleptomania.

A ARTE DE SE COMUNICAR

A comunicação não é apenas o ato de dizer algo e esperar ser entendido. De acordo com filósofo Mauro Wolf (1987) o processo comunicativo pode ser entendido como uma relação imediata de estímulo e resposta, feito a partir de um emissor, que manda uma mensagem a um destinatário.

Porém, como destinatário, é necessário ter conhecimento sobre a linguagem em que está a mensagem do seu emissor para ter total compreensão da mesma. Nas palavras de Habermas:

Uma língua será assim definida como um sistema de regras para gerar expressões, de forma a que todas as expressões correctamente formuladas (por exemplo, as frases) possam contar como elementos desta língua. Por outro lado, os indivíduos capazes de falar podem aplicar essas expressões enquanto participantes num processo de comunicação. (HABERMAS, 1996, p.17)

O ato de comunicar está em todos os lugares, podendo ser feito de maneiras imperceptíveis. Pode-se muito bem dizer uma coisa e o corpo transparecer algo totalmente diferente. Esta possibilidade da comunicação em diferentes formas é uma verdadeira arte.

A TEORIA DAS CORES

As cores indicam, como postes sinalizadores, o sentido das energias físicas e morais. Elas formam uma ponte entre a Física e a Metafísica, entre a Natureza e Deus. (ROUSSEAU, 1998). Os primeiros estudos realizados sobre as cores foram feitos na Grécia Antiga, pelo filósofo Aristóteles. De acordo com ele, as cores existiam na forma



de raios enviados por Deus. Citado por Araújo (2013), para Aristóteles as cores mais simples seriam relacionadas aos elementos terra, ar, fogo e água.

Como Aristóteles, Leonardo Da Vinci (1944) acreditava que as cores eram propriedades dos objetos. O autor cita que a primeira de todas as cores é o branco, embora os filósofos não aceitem o branco como aceitam o preto como cor, pois o branco é a causa ou receptor de todas as cores, e o preto é a privação total delas. Porém, como os pintores não podem ficar sem ambas, eles a colocam dentre as demais. (DA VINCI, 1944)

Anos depois, o físico inglês Isaac Newton iniciou uma pesquisa afim de descobrir a influência da luz do sol na formação das cores. Inicialmente, Newton lançou um artigo no jornal científico *Philosophical Transaction Of the Royal Society* em 1762, onde afirma usar um prisma de vidro triangular para tentar reproduzir o fenômeno das cores discutido, porém ainda sem explicação cientificamente aceita, pelos filósofos naturais René Descartes em *La Dioptrique* (1637), Robert Boyle em *Experiments and considerations touching colours* (1664), Francesco Maria Grimaldi em *Physico-mathesis de lumine* (1665) e Robert Hook em *Micrographia* (1665). (SILVA; MARTINS, 1996)

Newton colocou o prisma próximo a sua janela e nele foi projetado um espectro, criado pela refração de um raio circular de luz branca em uma parede também branca, mostrando as cores vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta. O cientista então organizou estas sete cores em um círculo (SILVA; MARTINS, 1996). Um século depois, o francês Jean C. Le Bom criou a teoria das três cores primárias (vermelho, amarelo e azul). (ARAÚJO, 2013)

No entanto, foi o escritor e pensador alemão Johann Wolfgang von Goethe (1810) o criador da Teoria das Cores. Apaixonado por esta questão, Goethe passou trinta anos trabalhando, obcecado, por sua obra “A Teoria das Cores”, em que propunha uma nova teoria que se oporia a teoria de Isaac Newton. A obra foi por muito tempo rejeitada pela comunidade científica, devido à ferocidade que o autor tinha em desmentir a teoria de Newton. Porém, ao concluir a obra, Goethe fez observações importantes sobre a natureza das cores e sua percepção emocional e psicológica, que foram mais tarde retomadas pela escola de Gestalt.

Segundo Goethe (1810), a cor não depende somente da luz e do ambiente, mas também da percepção que se tem sobre a mesma. Seres humanos são naturalmente subjetivos, desta forma, possuem percepções diferentes dos objetos, e com as cores não



é diferente. Porém, o efeito causado por elas é universal. Cada cor possui um significado específico, estes, porém, são ambivalentes, do mesmo modo que os sentimentos têm dupla polaridade, conforme demonstrou Freud (ROUSSEAU, 1998), e como se pode notar no Quadro 1.

Quadro 1 – Significado das Cores

Cor	Associação Afetiva
Branco	O branco simboliza naturalmente a própria luz, a unidade e divindade, a pureza, a verdade, a sabedoria e a integridade. Também é associada ao espírito e a ausência de vida. Cabelos brancos são considerados pelos psicanalistas como presságios de morte.
• Preto	Se o branco é a unidade da luz, o preto é a negação. A cor é o emblema de toda negação, do Nada. Simboliza a morte, que é a negação da vida, o luto e a tristeza. Porém também representa a mudança de estado, recomeço, imortalidade, poder e sofisticação.
• Cinza	Uma das cores do luto. Simboliza a imortalidade, o desânimo o obscurecimento da razão. Pode representar independência e sucesso.
• Vermelho	Ligado ao fogo e a vida, que podem representar tanto benefícios como destruição. É a cor da sexualidade, da luxúria, do sadismo e masoquismo. Representa o orgulho, a natureza luciferiana do homem, a crueldade, a destruição e a morte, luxúria e egoísmo. Por outro lado, também representa o amor divino do Espírito Santo, que inspira, purifica e regenera, o heroísmo e o sacrifício.
• Amarelo / Ouro	Como o vermelho, também simboliza o fogo e o amor, porém este associado à luz, isto é, a sabedoria. Simboliza a ação e a palavra, a bondade e a energia. Também pode exprimir traição, inveja, inconsciência e orgulho. É a cor da Fé na simbólica cristã.
• Rosa	Representação da Sabedoria do Amor. Exprime feminilidade, doçura, regeneração e o amor puro. Porém também representa a mulher ideal e, entre os antigos, a morte, a metamorfose por excelência.
• Azul	A cor específica do ar. Está associada ao espírito e evoca pureza, fidelidade, sabedoria divina e universal. É a cor do inconsciente, da passividade e pode representar o vazio, a tristeza, a indeterminação e as trevas.
• Verde	Representa a vida, a natureza e a renovação. Exprime paz, tranquilidade, fertilidade e esperança, mas também pode representar a passividade e a ganância.
• Roxo / Púrpuro	A cor do luto, da espiritualidade, da tristeza e melancolia. Porém, também é a cor da realeza, podendo representar força, virilidade e sabedoria.
• Laranja	Semelhante ao vermelho e amarelo. Lembra o ouro como o amarelo e exprime amor, como o vermelho. Simboliza inspiração, positivismo, intuição, e também traição, hipocrisia e dissimulação.
• Marrom / Bege	Simboliza o fogo obscurecido pela fumaça e pelas cinzas. Carrega a idéia de morte e degradação, mas também pode simbolizar estagnação, passividade, segurança e tranquilidade.

Fonte: (ROUSSEAU, 1998)



A TEORIA DAS CORES NA SEMIÓTICA

A semiótica é a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura (NÖTH, 1998). Signos são “grandes instrumentos de conhecimento” (LOCKE, 1690), são tudo aquilo que diz algo sob determinado aspecto ou circunstância, tudo que signifique algo para alguém.

Neste artigo usaremos como referência os estudos de Charles Sanders Peirce (2005), conhecido como Semiótica Peirceana. Peirce descreve o conceito de signos a partir de uma relação triádica entre o signo, o objeto e o interpretante:

Um signo, ou *representamen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino *interpretante* do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu *objeto*. Representa esse objeto não em todos os aspectos, mas com referência a um tipo de idéia que eu, por vezes, denominei *fundamento* do representâmen. (PEIRCE, 2005, p. 46)

Neste artigo, as cores usadas no figurino do personagem Walter White serão trabalhadas como objeto a ser estudado, buscando o seu significado mais forte (*representamen*), e usando as situações vividas por ele como signos secundários (*interpretante*), afim da construção total do significado do objeto.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo o objetivo geral, este artigo enquadra-se na categoria de pesquisa exploratória, embasando-se na Teoria das Cores de Johann Wolfgang von Goethe (1810). Quanto ao procedimento técnico, realizou-se uma pesquisa documental, a partir dos episódios principais das cinco temporadas da série *Breaking Bad*.

A seleção dos dados, portanto, envolve o acompanhamento da evolução psicológica do personagem Walter White, dando início a sua personalidade inicial, o pai de família diagnosticado com câncer de pulmão; passando pela personalidade de “cozinheiro” (*The Cook*); até chegar na formação completa do seu alterego, o traficante de Metanfetamina, Heisenberg.

Quanto à abordagem do problema, realizou-se então uma pesquisa qualitativa acerca dos dados selecionados nos episódios para investigação. E para a análise do objeto foi utilizada a Análise de Conteúdo, cuja “[...] técnica se aplica à análise de textos escritos ou de qualquer comunicação (oral, visual, gestual) reduzida a um texto ou documento” (CHIZZOTTI, 1991: 98).

A Semiótica Peirceana aparece como referência analítica, mesmo que sem maior aprofundamento. A análise, então, é focada na troca de figurino do personagem Walter White, comparando as cores usadas e relacionando-as ao seu estado de humor e psicológico, criando um método não verbal de comunicação com os telespectadores.

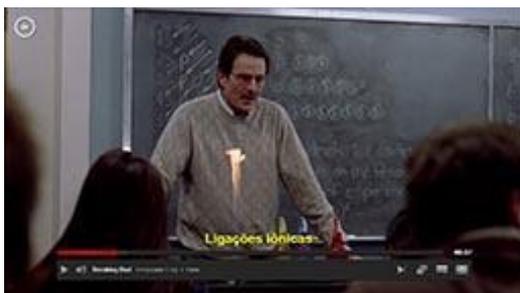
ANÁLISES E RESULTADOS

Antes de iniciar a sua jornada como traficante, Walter apresenta-se como uma pessoa comum, porém cansado da humilhação que o trabalho o faz passar. Além das suas expressões, outro fator que indica desgosto por sua vida é a escolha de peças em seu vestuário da cor bege (figura 1). Neste contexto, a cor tem o papel de transmitir a tranquilidade e passividade do personagem em relação às suas escolhas de vida.

Na figura 2, no primeiro episódio, enquanto trabalha no lava carros, Walter vê uma mulher esbelta em um vestido verde antes de desmaiar. A cor verde pode ser usada como a representação tanto da esperança que Walter tanto almeja, quanto da solução para todos os seus problemas: o dinheiro. Ele, passivo, caído no chão, enquanto a sua esperança o abandona. Mais tarde, ao “cozinhar” pela primeira, Walter usa essa mesma cor, que serve para representar a sua ganância e a sua passagem para uma nova vida. (Figura 3).

Ao final do episódio quatro da primeira temporada já é possível perceber a mudança do vestuário acompanhado a personalidade de Walter, quando ele começa a ganhar coragem e está mais confiante de si. Na cena em que ele destrói o carro de outro personagem (Figura 4) é possível vê-lo saindo da passividade do bege, indo para a ganância do verde e o preto, a cor da raiva e do poder.

Figuras 1 e 2 – O pacato professor de química vestido em bege e a esbelta mulher de verde.



Fonte: Série *Breaking Bad* (2008-2013)

Figuras 3 e 4 – O verde e o preto representando uma nova mudança.



Fonte: *Série Breaking Bad (2008-2013)*

No entanto, é apenas ao final do episódio seis (Figura 5) que o Heisenberg nasce. Ao ir atrás do traficante Tuco à procura de vingança, Walter explode o local com bombas caseiras, saindo com o seu dinheiro em mãos. Trajando um casaco preto, ele sente a adrenalina e o prazer de ter o poder em suas mãos pela primeira vez. E esta sensação de estar no comando o segue até o segundo encontro com Tuco, cena mostrada na Figura 6, onde o Walter passivo, presente nas cores claras de sua roupa, entra em contraste com os pequenos traços de seu outro eu, o Heisenberg, representado pelo chapéu preto.

Já no terceiro encontro com Tuco, devido ao acordo feito do modo que desejavam, tanto Walter como Jesse estão vestidos de preto. Porém, na cena final (Figura 7), é possível ver os dois caminhando entre carros vermelhos, sinalizando o perigo que ainda está por vir.

Figuras 5 e 6 – O nascimento de Heisenberg e Walter em conflito com as suas duas personalidades



Fonte: *Série Breaking Bad (2008-2013)*

Na segunda temporada Walter recebe a notícia de que houve uma remissão de 80% no seu câncer. Mesmo isto podendo ser uma chance para abandonar a sua segunda vida, ele, embebedado pelo poder do nome Heisenberg, permanece “cozinhando”. Como consequência, Skyler descobre o segredo de Walter e pede o divórcio, enquanto Jesse perde a sua namorada, Jane, por uma overdose de heroína.

Na última cena desta temporada é possível ver todo o caos causado pelos sócios quando dois aviões, controlados pelo pai de Jane que ainda estaria em choque pela morte da filha, se chocam, causando o maior acidente aéreo desde o 11 de Setembro. Nesta cena, mostrada na Figura 8, Walter usa uma blusa de cor rosa, a mesma cor usada por um bichinho caído de um dos aviões. A cor rosa, na série, é a representação da própria morte.

Figuras 7 e 8 – O perigo sinalizado pela cor vermelha e a morte representada pelo rosa.



Fonte: Série Breaking Bad (2008-2013)

Na terceira temporada, ao ser questionado por Jesse sobre quem realmente era, Walter volta a usar uma cartela de cores entre o branco e o bege, associando à falta de vida causada pela perda da família, e a volta da sua passividade. Na Figura 9, ao preferir a frase: “Eu não posso ser o cara mau”, as duas personalidades voltam a entrar em conflito. Walter faz tudo para tentar recuperar a sua família e a confiança de sua esposa, porém, mais tarde, Skyler conta que o traiu.

Mesmo com o orgulho ferido por Skyler não aceitar o dinheiro fruto de seu esforço e ainda o trair, Walter volta a cozinhar, fechando um trato milionário de três meses com Gus. No episódio dez da terceira temporada (Figura 10), conhecido como o episódio da mosca, Walter está com uma blusa azul, a representação do espírito, do vazio e da indeterminação. Nele, pela primeira vez, Walter têm a chance de refletir sobre tudo o que fez, não mais negando todo o mal que causou e como isto o afetou.

É neste mesmo episódio, em meio ao orgulho e sacrifício representados no chão vermelho do laboratório, que recebemos a dica de que o câncer de Walter teria voltado. No momento em que Jesse conta a história de como descobriu que o câncer da sua

falecida tia havia voltado, ele diz as seguintes palavras: “É como se você não estivesse olhando para ele, sabe? Ele pensa que está te enganando. É o que fazem. Se fingem de morto, coisa assim(...)”. Walter apenas conclui que já havia vivido demais.

Figuras 9 e 10 – A negação de Walter e o metáfora escondida no episódio da mosca

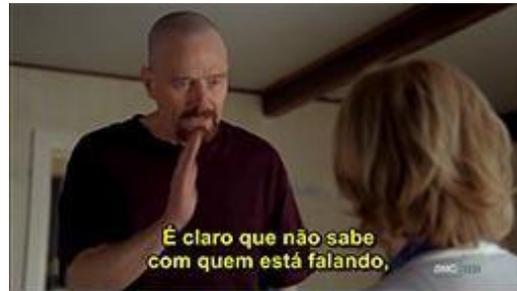
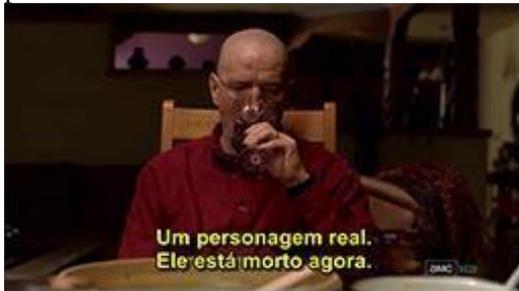


Fonte: *Série Breaking Bad (2008-2013)*

Após se deparar com tanto dinheiro em casa, Skyler concorda em lavar o dinheiro de Walter e, juntos, eles compram o antigo lava carros em que Walter trabalhava. Neste meio tempo, em um jantar de família (Figura 11), Hank conta que teria pego o suposto Heisenberg, chamando-o de “gênio”. Walter então levanta a sua voz dizendo que esse suspeito não é assim tão brilhante, e que acredita que o verdadeiro Heisenberg ainda estaria a solta. Mesmo tendo conseguido o àlibi perfeito, Walter não aceita que outra pessoa leve crédito pela sua genialidade. Seu orgulho e ódio, representados pela sua camisa vermelha, não permitem.

Na próxima cena, mostrada na Figura 12, Skyler, preocupada, acorda Walter imaginado que o marido estaria com medo. Porém, ainda vestido de vermelho, Walter solta a famosa frase: “Eu não estou em perigo, Skyler. Eu sou o perigo. Você pensa que um homem vai bater na porta e atirar em mim? Não. Eu sou o homem que bate na porta!” (*I am not in danger, Skyler. I am the danger. A guy opens his door and gets shot and you think that of me? No. I am the one who knocks!*). A partir deste momento, o Walter professor de química já não existe mais.

Figuras 11 e 12 – O orgulho ferido de Heisenberg e o famoso monólogo “Eu sou o homem que bate na porta”.



Fonte: *Série Breaking Bad (2008-2013)*

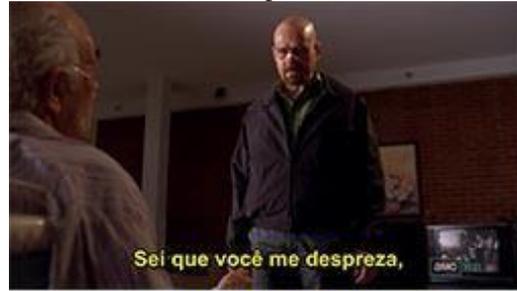
Walter começa a perder o controle enquanto Gus trabalha no seu plano em substituí-lo por Jesse. Walter vai até Jesse e implora para que ele peça a Gus que não o mate. Porém, este ameaça matar toda a sua família. Walter então traça um plano de fuga mas ao coletar o dinheiro descobre que Skyler deu uma boa parte dele para o seu chefe Ted, afim de que não rastrassem o lava carros. No cena final deste episódio, onze da quarta temporada (Figura 13), caído no porão da sua casa, Walter começa a rir, enlouquecido, em suas roupas beges costumeiras do primeiro episódio. Com um reenquadro feito pela câmera que remete a um caixão, é possível ver o antigo Walter White de volta: Sem o poder, sem o controle, enterrado em seus problemas.

Porém, na cena do episódio treze da mesma temporada (Figura 14), Walter é capaz de manipular Jesse e um antigo conhecido para, juntos, matarem Gus. Neste momento ele voltar a usar as cores escuras típicas do Heisenberg, como o preto, demonstrando que havia voltado ao comando.

As cores fortes no figurino do personagem seguem até o início quinta temporada (Figura 15), onde é mostrado como Walter foi capaz de manipular todos ao seu redor pelo seu próprio bem. No entanto, é neste momento que, tanto Jesse como Skyler, passam a perder as forças. Skyler se vira contra o marido e, no meio de uma discussão, diz que espera que este morra de câncer o quanto antes para que seus filhos pudessem viver em paz. No entanto, Walter a confronta e dá início ao seu próprio império de metanfetamina.

Na Figura 16, cena do episódio quatro da quinta temporada, Walter está em meio a uma discussão com os novos sócios, Jesse e Mike. Vestindo roupas claras, brancas com detalhes azuis, a cor usada frequentemente por Skyler, ele deixa transparecer a sua insegurança, tristeza e preocupação com a família. Porém, segurando o chapéu preto do Heisenberg, a representação de todo o poder que ainda almeja, ele decide continuar. “Estamos apenas começando”, diz.

Figuras 13 e 14 – A volta do bege, sinalizando a perda do controle e a volta por cima



Fonte: Série *Breaking Bad* (2008-2013)

Figuras 15 e 16 – A volta das cores fortes e a difícil escolha entre família e negócios.



Fonte: Série *Breaking Bad* (2008-2013)

Após finalmente se tornar o chefe, Walter passa a usar apenas roupas escuras, com o preto predominante, como é possível ver na Figura 17. Nesta temporada é possível perceber a personalidade de Heisenberg tomando conta de Walter. No comando, ele faz de tudo para que os negócios continuem, tudo o que não faria antes como Walter.

Em uma última tentativa de fazer o marido desistir, Skyler leva Walter até a pilha de dinheiro que guardava (Figura 18). Ela mostra todo o dinheiro que não foi capaz de ser lavado, nem contato, devido à enorme quantidade e suplica para que Walter pare. Vestido novamente com as cores da esposa, o azul, a cor da fidelidade, ele aceita.

Figuras 17 e 18 – Heisenberg e volta de Walter para a família.



Fonte: Série *Breaking Bad* (2008-2013)

É possível perceber que Walter havia falado sério quanto a sua promessa quando, na cena mostrada pela Figura 19, tanto ele como Skyler aparecem vestindo branco, representando a purificação dos dois em relação aos antigos hábitos.

Neste meio tempo, Walter suspeita de que o cunhado Hank, agente Departamento de Narcóticos de Albuquerque (*DEA - The Drug Enforcement Administration*), tenha descoberto o seu segredo. É com esta mesma gama de cores, junto ao bege, que é sempre usado para representar a incapacidade e passividade na série, que Walter vai até a casa do cunhado Hank. Na cena da Figura 20, ao encontrá-lo, Walter se faz de vítima quando Hank o ataca. Nesta cena, o cunhado está vestido em um vermelho de tom escuro, representando o perigo que ele seria para Walter a partir deste momento.

Figuras 19 e 20 – O branco representado a purificação e o bege da incapacidade.



Fonte: Série *Breaking Bad* (2008-2013)

Com a esposa ao seu lado, os dois sempre usam o artifício das cores claras como o branco e bege, na frente de Hank e sua esposa Marie. Na cena do episódio onze da quinta temporada (Figura 21) Walter entrega a Hank um DVD que contém uma suposta confissão sua. Porém, neste vídeo, ele incrimina Hank, dizendo que o cunhado o obrigava a “cozinhar”. Essas cores são usadas como uma máscara, a fim de esconder o verdadeiro Heisenberg, mostrando apenas o pobre professor de química com câncer no pulmão.

Mas com Jesse ao seu lado, Hank descobre um meio de prender o cunhado, ameaçando queimar todo o dinheiro que havia descoberto estar enterrado no deserto. Em meio a um tiroteio, Hank é morto pelos atiradores que Walter havia contratado para matar Jesse. Este último é levado pelos atiradores como refém, junto a boa parte do dinheiro. Com apenas 10 milhões, Walter tenta convencer a sua família a fugir, mas Skyler se recusa. Furioso, ele pega a sua filha mais nova, Holly, e foge.

A procura de uma vida nova, já sozinho, ele esbarra em Saul Goodman (Figura 22), seu antigo advogado, que buscava o mesmo destino. Walter o obriga a ir para o mesmo

lugar que ele, porém Saul recusa. Walter começa a tossir, perde as forças e acaba no chão. Vestido de branco, a cor representa o curto tempo de vida que o personagem teria. Saul apenas vai embora dizendo que tudo acabou.

Percebendo que o seu tempo era curto, Walter bola um plano para deixar o dinheiro para a sua família, de forma que não soubessem que era dele. Voltando a usar roupas semelhantes às do início do seriado (a jaqueta do primeiro episódio, a blusa verde da primeira vez que cozinhou e as calças semelhantes as que foram perdidas no deserto) ele vai até Skyler, e se despede dela e de sua filha pequena, assumindo que tudo o que fez não foi realmente pela sua família, mas sim porque gostava.

Como último ato, Walter vai até os assassinos de Hank, as mesmas pessoas que roubaram a sua fórmula, mata todos e liberta Jesse. Walter, junto à Heisenberg morrem naquele mesmo local. Porém, não da forma que ameaçou a sua vida por todos estes anos.

Figuras 21 e 22 – O bege afim de representar a incapacidade, e o branco a falta de vida



Fonte: Série Breaking Bad (2008-2013)

O seriado termina com Walter caído no chão de um laboratório, ao redor da sua criação, e de elementos representando outros personagens, como o amarelo, usado frequentemente por Jesse, e o azul de Skyler. Agora, o único vermelho está representado em seu sangue. O perigo acabou (Figura 23).

Figura 23 – O fim.



Fonte: Série *Breaking Bad* (2008-2013)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como o próprio nome sugere, *Breaking Bad* contou a história de um homem que, devido à um empecilho em sua vida, desviou do seu caminho. E cada momento da sua vida foi contado com os mínimos detalhes com a ajuda de signos. Um deles, a cor, foi essencial para entender o que Walter realmente sentia em cada um destes momentos, abrindo um canal de comunicação com os telespectadores.

O bege usado para representar a passividade, o verde que foi muito presente afim de representar a ganancia dos personagens, o vermelho da raiva e do perigo, o rosa da morte e, principalmente o preto do ódio, do poder, a representação do Heisenberg. Com o uso da “Teoria das Cores”, Vince Gillian contou a história de um personagem que, com a ironia de ter o branco em seu nome, nasceu na pureza da cor, passou por todas as outras para, no final, retornar ao branco, que é a junção de todas as cores.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Leonard Carneiro. **A Teoria das Cores de Goethe**. 2013. Brasil. Disponível em <<http://www.antroposofy.com.br/wordpress/a-teoria-das-cores-de-goethe>>. Acesso em: 22 de Março de 2015.



BREAKING BAD. A Química do Mal. Estados Unidos. Direção: Michelle MacLaren; Michael Slovis. Produção: Stewart A. Lyons; Sam Catlin; John Shibban; Peter Gould; George Mastras; Thomas Schnauz; Bryan Cranston; Moira Walley-Beckett; Karen Moore; Patty Lin; Vince Gilligan; Mark Johnson; Michelle MacLaren e Andrew Ortner. Intérpretes: Bryan Cranston; Anna Gunn; Aaron Paul; Dean Norris; Betsy Brandt e RJ Mitte. Roteiro: Vince Gilligan. High Bridge Entertainment; Gran Via Productions e Sony Pictures Television; AMC, 2008-2013. Formato de Exibição: 1080i (HDTV). Formato de Áudio: 5.1 (Dolby Digital). Nº de Temporadas: 5. Nº de Episódios: 62.

DA VINCI, Leonardo. *Tratado de la Pintura y del Paisage: Sombra y Luz.* Buenos Aires, 1944.

CHIZZOTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais.** São Paulo: Cortez, 1991.

FLAHERTY, Mike. **The Showrunner Transcript: *Breaking Bad*'s Vince Gilligan on Season Four and His Experiences on *The X-Files*.** 2001. Nova Iorque. Disponível em <http://www.vulture.com/2011/05/vince_gilligan_showrunner_tran.html>. Acesso em: 06 de Março de 2015.

GOETHE, Johann W. V. **Goethe's Theory of Colours.** London: William Clowks and Sons, 1840.

HABERMAS, Jürgen. **Racionalidade e Comunicação.** Portugal: Editora Edições 70, 1996.

LOCKE, John. **Ensaio Acerca do Entendimento Humano.** São Paulo: Editora Nova Cultural, 1999.

NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica: De Platão a Peirce.** São Paulo: Editora Annablume, 1998

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica.** São Paulo: Editora Perspectiva, 2005

ROUSSEAU, René-Lucien. **A Linguagem das Cores: Energia, simbolismo, vibrações e ciclos das estruturas coloridas.** São Paulo: Editora Pensamento, 1998.

SILVA, Cibelle Celestino; MARTINS, Roberto de Andrade. **A "Nova Teoria Sobre Luz e Cores" de Isaac Newton: uma Tradução Comentada.** *Revista Brasileira de Ensino de Física*, São Paulo, v.18, n.4, p.313-327, dez. 1996.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Portugal: Editora Presença, 1999.