



Chico Xavier em várias cores: uma análise do uso da Art Déco na capa da Superinteressante¹

Hanna Bárbara Noronha de Sousa Lima²
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Este trabalho procura discutir a ligação das cores e seus significados que foram aplicados na capa da Revista Superinteressante formando a imagem de Chico Xavier, o grande líder espiritual brasileiro. Visando uma análise correta, iremos buscar uma abordagem dos conceitos de comunicação visual e dos seus componentes aliado ao design gráfico, que gerou grandes contribuições, como por exemplo o Art Deco.

PALAVRAS- CHAVE : Chico Xavier; cor ; comunicação visual ; Art Deco.

1-- Comunicação Visual

Para iniciarmos nossos estudos, vamos há uma breve introdução sobre os conceitos que circundam o campo da comunicação visual, ela que está presente em praticamente tudo que se vê, desde uma simples pegadas no chão da praia até símbolos mais complexos como uma fotografia. As imagens de uma forma geral são exemplos de comunicação visual, variando de acordo com a intencionalidade do autor ou do contexto em que estão inseridas. Nela há duas distinções: a causal e a intencional. O próprio nome já sugere a diferença, a causal ocorre de forma totalmente subjetiva, dependendo de quem recebe a mensagem, já a intencional está diretamente ligada ao que o autor deseja expressar.

Entretanto, não é sempre que o emissor consegue atingir o êxito, pois o receptor está num ambiente cheio de perturbações que podem alterar ou mesmo anular certas mensagens. (MUNARI, 2006) Além dos ruídos, ainda citando Bruno Munari, existem filtros que atrapalham a passagem das mensagens: sensorial (ligado ao sentido humano, dificuldade de visão, por exemplo), funcional (a quem está destinada a mensagem,

¹ Trabalho apresentado no IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Estudante do quinto semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Ceará, email: hannabnoronha@gmail.com.



variação do público) e cultural (ligada ao contexto histórico e social do indivíduo). A maior parte dos estudos relacionados à reação dos indivíduos e a comunicação visual se deve a *Gestalt*³, ela é um braço da psicologia que se destina a estudar os significados visuais. Porém não se restringe a isso, segundo a *Gestalt*, para que haja uma melhor compreensão da expressão visual é necessária uma decomposição da imagem.

...como um todo é formado também por partes interatuantes, que podem ser isoladas e vistas como inteiramente independentes, e depois reunidas no todo. É impossível modificar qualquer unidade do sistema sem que com isso, se modifique também o todo. (DONDIS, 2007, p.51)

Por essa razão é necessário o conhecimento dos elementos visuais básicos. São eles: ponto, linha, forma, direção, tom, cor, textura, dimensão, escala e movimento. Dentre esses para que a análise do objeto seja feita com maior eficiência destacaremos tom e a cor.

O tom numa explicação bastante simplificada e direta é a forma com que a luz se comporta diante das coisas. A luz é a responsável pela nossa visão, e dependendo da sua ausência ou presença, distinguimos os objetos e as suas cores. Ela envolve os objetos e logo em seguida é refletida pelas superfícies brilhantes tornando possível a nossa visualização. A discrepância dessa intensidade da luz é que nos permite diferenciar os objetos escuros dos claros, obtendo assim uma imagem que será útil para as necessidades humanas. A perspectiva também é outro efeito visual que pode ser obtido através da manipulação das tonalidades, principalmente se aplicada em formas básicas como o círculo e o quadrado.

O elemento cor merece destaque, pois ela está presente em todas as esferas do universo, recheada de informações e significados, sendo assim um erro tratá-la com indiferença. Esta vem carregada de emoções que são capazes de atingir o receptor de uma forma bastante incisiva, trás consigo um grande valor simbólico que é divergente de acordo com a cor em questão e também da cultura em que ela está inserida.

³ Pesquisas relacionadas à *Gestalt* surgiram por volta de 1870, quando estudiosos começaram a observar e a pesquisar a percepção humana, principalmente a visão. Foi através dessas pesquisas que surgiu a Psicologia da *Gestalt* ou Psicologia da Boa Forma.



Um exemplo disso é a cor amarela que simboliza ouro, prosperidade. É considerada a cor da atenção, da agilidade, do apetite, da ambição e liderança, dotada de simpatia e alegria. O amarelo possui diversas significações dependendo da cultura de um povo. Na Islâmica, por exemplo, o amarelo dourado tem significado de bom conselho e sabedoria, e o amarelo pálido traição e decepção. Já na cultura Cristã, o amarelo é a cor da eternidade, como o ouro é considerado o metal da eternidade. Um e outro são as bases do ritual cristão. O ouro da cruz na casula do padre, o ouro do cibório (vaso sagrado onde se guardam as hóstias), o amarelo da vida eterna, da fé, se unem à pureza original do branco na bandeira do Vaticano. Assim são criadas as simbologias dos elementos culturais, mostrando com esses exemplos como as cores podem mexer com o imaginário e as emoções dos humanos.

Como a percepção da cor é o mais emocional dos elementos específicos do processo visual, ela tem grande força e pode ser usada com muito proveito para expressar e intensificar a informação visual.(DONDIS, 2007, p.69)

Olhando pela parte mais técnica, a cor está dividida em três dimensões: matiz ou croma (que é a cor propriamente dita) saturação e o brilho. Existem três matizes primários, são eles o vermelho, o amarelo e o azul, cada um com suas características únicas. O amarelo é a cor que se considera mais próxima da luz e do calor; o vermelho é mais ativa e emocional; e o azul é passivo e suave como cita Dondis A. Donis (2007). O vermelho e o amarelo são consideradas cores expansivas ao contrário do azul, que tende a se contrair. Quando elas são misturadas formam novos matizes, obtendo assim um abrandamento da cor (no caso das cores amarelo e vermelho quando misturadas com a azul). Dá mistura desses matizes principais é que se formam praticamente todas as outras cores do ciclo cromático. A saturação é a segunda dimensão, que significa a pureza relativa da cor, variando do matiz ao cinza. Quanto mais saturada for uma imagem, maior será a intensidade das suas cores, mudando de acordo com a intencionalidade do emissor. O brilho é a terceira dimensão da cor, esse é relativo ao claro e ao escuro.

2 – Design Gráfico



2.1 – O termo Design Gráfico

De acordo com os livros, William Addison Dwiggins teria sido o primeiro a utilizar o termo *graphic design*. Ele objetivava encontrar uma denominação para o indivíduo o qual se dedicava a organização estrutural e visual das formas para a comunicação impressa. Entretanto a definição da palavra é bastante abrangente. Ela teria origem de *Designare* (que pode significar de uma forma ampla, registrar, dar formas delinear, projetar), seria por consequência ligada a atividade projetual quanto a uma técnica de materialização que provoca uma forma sobre uma superfície. (KOPP, 2005) O *design* é uma atividade que busca a o planejamento e a organização, e está intrinsecamente ligada com a modernidade, visando se autoconhecer e autodenominar. Ele que vai dá construção de uma simples embalagem até ao planejamento de uma ponte, sempre está na procura dos elementos estéticos ideais para que a objetivo seja alcançado com sucesso.

O termo *grafia* tem origem grega e significa escrever, desenhar, descrever. O termo *gráfico* é uma flexão, e se refere às artes gráficas ou o que delas se ocupa. *Design gráfico* seria o planejamento, a imaginação, ligada a forma concreta, que estaria gravada em uma superfície. Ele é melhor explicado pela AIGA(*American Institute of Graphics Arts*) :

E O design gráfico é a mais oblíqua de todas as artes. Ela responde a necessidades pessoais e públicas (...). Está em todo lugar, tocando tudo aquilo que nós fazemos, tudo o que nós vemos, tudo o que compramos (...). É a complexa combinação de palavras e imagens, números e gráficos, fotografias e ilustrações que, para ter sucesso, demanda sua elaboração por parte de um particularmente cuidadoso indivíduo que pode orquestrar esses elementos de forma a eles se juntarem para formar algo distinto, ou útil, ou memorável. (...) É uma arte popular e prática, arte aplicada e antiga. De uma forma simples, é a arte da visualização de ideias. (Helfand, 2001, www.aiga.com)

Como cita a AIGA, o *design* gráfico se tornou uma arte popular, sendo possível encontrá-lo nos elementos mais comuns do nosso cotidiano. A fabricação de uma simples embalagem de refrigerante consome tempo e esforço do profissional que trabalha com *design* gráfico para que ela seja agradável aos olhos e principalmente que conserve o produto de forma que preserve sua qualidade. Sendo assim, ele é aplicado em diferentes meios a fim de criar maior valor a peça, inserindo elementos que atraíam o público e experimentando novas possibilidades.



2.2 – O Art Déco

Há uma variedade de escolas e estilos que compõe o *design gráfico* moderno, daremos enfoque ao Art Déco para que objeto de estudo desse artigo seja melhor analisado. O termo Art Déco tem origem da abreviação da palavra francesa *Arts Décoratifs*, é um estilo decorativo que ganhou mais destaque nas artes plásticas, nas artes aplicadas (decoração, design, mobiliário, etc.) e na arquitetura durante o entre - guerras. Seu marco inicial foi a Exposição Internacional de Artes Decorativas e Industriais Modernas, realizada em Paris em 1925. O Art Déco se assemelha ao Art Nouveau⁴ em termos de origem, derivando da tradição da arte aplicada e ao Arts and Crafts Movement. Entretanto as semelhanças findam na origem, pois diferenças entre os padrões decorativos são bastante visíveis.

No Art Déco são ressaltados os as linhas retas ou circulares estilizadas, as formas geométricas e o design abstrato. Simetria axial, escalonamento e aerodinamismo. Entre os motivos mais explorados estão os animais e as formas femininas. O que vai de contraste com o Art Nouveau que explora as linhas sinuosas e assimétricas tendo como motivos fundamentais as formas vegetais e os ornamentos florais. Pelo seu estilo *clean*, é que o Art Déco se aproxima das vanguardas modernistas do início do século, sendo elas o futurismo⁵, o cubismo⁶, e o construtivismo⁷. Recebe influências também da arte hindu, asteca, egípcia e oriental. No Brasil, o Art Déco recebeu influência da cultura indígena, principalmente da Marajoara.

O estilo que no início se destinou a burguesia enriquecida com o fim da Guerra tornou-se popular após a exposição Art Déco no Metropolitan Museum de Nova York,

⁴ O Art Nouveau faz parte do início do *design gráfico* moderno. O estilo surgiu nas últimas décadas do século XIX, na Inglaterra, com o propósito de modernidade e a busca por um novo ideal. O Art Nouveau sofreu influência do movimento japonês *Ukyo-e* do Artes e Ofícios. Suas produções apresentam o uso de formas orgânicas, valorizando as ornamentações

⁵ *O Manifesto Futurista* (1909) escrito por Filippo Marinetti foi o grande marco para a o Futurismo, que vê a máquina como a realização completa do homem. Com o objetivo de representar o barulho e a velocidade, os artistas futuristas usavam um grande número de tipos em suas obras. Deixando de lado a hierarquização da mensagem. No futurismo tanto o texto escrito quanto as imagens tinham o mesmo nível de informação.

⁶ Os Cubistas buscavam encontrar novos ângulos a serem explorados, usando para isso formas geométricas (cones, cilindros, esferas) para produzir suas peças. Além da colagem de palavras e letras recortadas de jornais e sua mistura com figuras pintadas.

⁷ O Construtivismo russo elaborava suas produções no ideal de uma sociedade baseada na era da máquina como no Futurismo. Entretanto ele procura atender as necessidades das demandas decorrentes desse processo. Seus pôsteres são impressos em vermelho e preto, criando uma ligação com o movimento revolucionário russo, os proletários, e com seus símbolos.



onde começa a misturar-se com a produção industrial e com materiais de formas passíveis de reprodução de massa. Assim suas obras atingem preços populares e o Art Déco ganha a aceitação do grande público sem perder o seu brilho. O estilo de 20 invade a vida cotidiana: os cartazes e a publicidade, os objetos de uso doméstico, as jóias e bijuterias, a moda, o mobiliário etc.

Contrariando sua origem francesa e o Bauhaus⁸, que se tornava notável pela sua minoria de intelectuais, o Art Déco se espalha rapidamente entre os outros países da Europa e nos Estados Unidos, por agradar o consumidor e fazer parte do gosto popular, impregnando assim o cinema hollywoodiano com seus pôsteres, sua moda, suas bijuterias e sua arquitetura. Encontrar construções no estilo Art Déco espalhadas pelo mundo é fácil, o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, o Estádio do Pacaembu em São Paulo e o *Empire State Building* em Nova Iorque são exemplos famosos do estilo

3 – A capa



⁸ A Escola de Artes e Ofícios de Weimar fundada em 1919 se tornaria conhecida como Bauhaus. Ela tinha uma proposta de oferecer aos seus alunos condições para que eles se tornassem artistas plenos. Dominando todas as etapas da produção. A Bauhaus sofreu grande influência do racionalismo e do industrialismo. Seu estilo é marcado pelo uso de tipos sem serifa, a eliminação dos ornamentos, restando apenas os quadrados, círculos e triângulos. A assimetria e a grande quantidade de espaços brancos são também características marcantes da escola.



3.1 – Chico Xavier

Nascido em Pedro Leopoldo, uma pequena cidade do interior de Minas Gerais, no dia 2 de abril de 1910, Francisco Cândido Xavier se tornaria algumas décadas depois o mais famoso espírita do Brasil. Vindo de uma família pobre, Chico teve uma infância difícil pelo fato de ter perdido sua mãe ainda criança. Trabalhou durante quase trinta anos como escrevente datilógrafo na Fazenda Modelo do Ministério da Agricultura da sua cidade, só deixando o emprego quando sua aposentadoria por invalidez foi declarada (sofria de uma doença incurável nos olhos). Após a sua aposentadoria, Chico Xavier muda-se para Uberaba, ainda em Minas Gerais, por motivos de saúde e conselhos médicos, onde permaneceu até o fim dos dias.

A fama de Chico Xavier vem das suas faculdades mediúnicas (que a capacidade de ser um intermediário entre o plano material e plano espiritual). Ela teria se manifestado desde quando Chico ainda era uma criança através de conversas com sua falecida mãe. A partir daí, ingressa no mundo do Espiritualismo e se torna fenômeno nacional, passando a ser conhecido como aquele que se comunica com os espíritos. Que podia vê-los, e que transmitia a mensagem dos que já partiram para as famílias necessitadas de um consolo.

O destaque e a polêmica surgem a partir da publicação do livro *Parnaso Além- Túmulo*. Livro que inicia sua carreira literária e também uma grande discussão sobre a veracidade dos fatos. A obra seria é uma compilação de poesias psicografadas de grandes autores brasileiros e portugueses, e que gerou certa dúvida com relação à autenticidade desses textos. Outros pontos ajudaram a compor a fama de Chico Xavier, como o grande carisma e a sua habilidade de se esquivar das perguntas sobre a sua veracidade. Ele tratava aqueles que duvidam do seu caráter, com uma dose de humor deixando a grande plateia satisfeita. Sua saúde frágil arrematava com perfeição a figura de mito, o que só fazia com que a sua popularidade crescesse de maneira grandiosa.

Atualmente o nome de Chico Xavier tem voltado aos noticiários de tevê por conta da grande produção de livros, filmes e documentários relacionados as sua vida e sua obra.

3.2 – A análise

O objeto de estudo desse trabalho é a capa da Revista Superinteressante edição número 277 do mês de abril de 2010. A capa da revista, em alusão ao seu centenário, trás a imagem o médium brasileiro Chico Xavier que é a matéria principal da edição. Na imagem, o rosto do mais famoso líder espírita do país, aparece enquadrado no *layout* tradicional da revista, que utiliza as cores vermelho e branco. O texto presente na capa aparece com as informações principais em caixa alta (maiúsculas) para que haja um destaque e um primeiro olhar para o título da matéria. Tendo o nome *Chico Xavier* um enfoque ainda maior quando colocado com espessura e tamanho diferentes das outras palavras, ao centro da página. A cor utilizada para os textos é a branca, cor neutra e que quando aplicada ao vermelho do *layout*, cria um equilíbrio harmônico. As informações secundárias aparecem com tamanho e espessura menores, entretanto em algumas palavras ainda é utilizada a caixa alta para dar destaque as informações adicionais do conteúdo da revista e atrair o leitor para compra. Para complementar, os enlaces dos textos são feitos na cor amarela, e não são utilizadas tipografias serifadas.

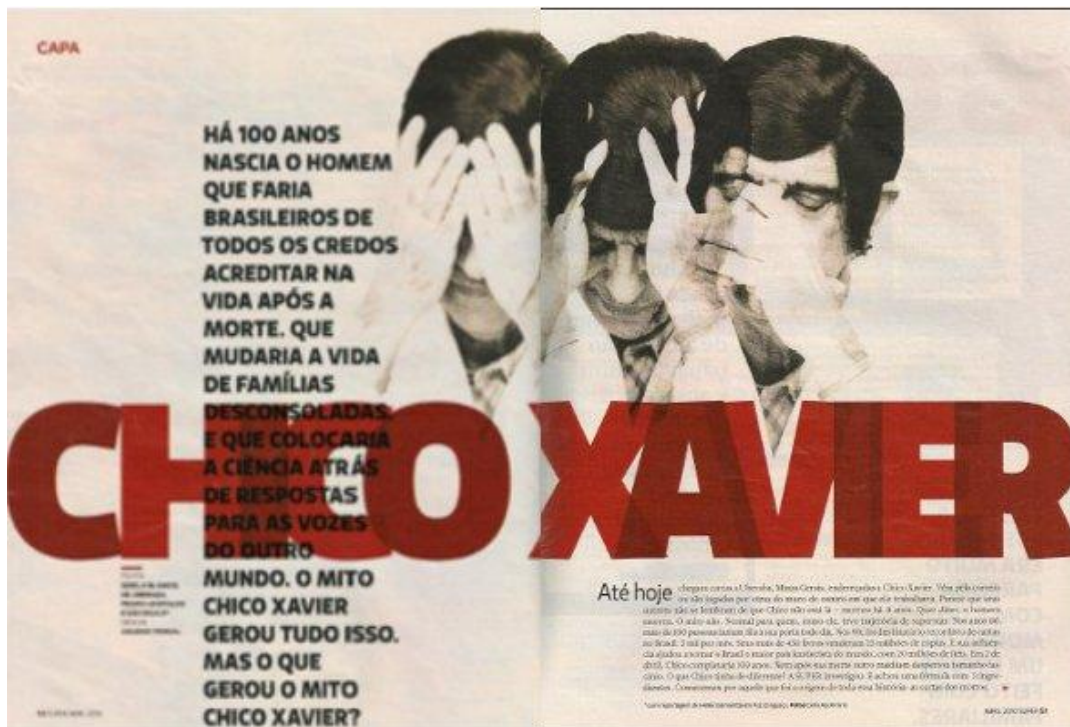
A imagem de Chico Xavier aparece em um formato bastante diferenciado. Se fossemos encaixá-la em um dos estilos do *design* gráfico moderno, ela estaria melhor inserida no Art Déco. Podemos encontrar características do estilo que comprovam essa afirmação, como a utilização de linhas e de formas geométricas. Outra característica presente, é o escalonamento. Na peça em observação, ele é feito através das cores. A variação de coloração que ocorre no plano de fundo do rosto de Chico Xavier inicia-se com o vermelho, passando pelo amarelo, até atingir o rosa / violeta.

Como já citado, o vermelho dá início a gradação, ele que é uma cor primária, quente, que quando levada para o lado das sensações transmite a ideia de energia, glória. Logo em seguida aparece a cor terciária amarelo-alaranjado, que reforça a ideia de vida do vermelho trazendo os seus significados; felicidade, energia, ação. O azul-violeta outra cor terciária e complementar (ou seja, sua cor oposta no círculo cromático) ao amarelo-alaranjado surge logo depois, passando a calma das cores frias e também, associações afetivas como a profundidade, tristeza, e mistério.



Ainda estão presentes no plano de fundo da imagem, variações do violeta (que se aproxima do magenta) trazendo melancolia, luto e religiosidade. O plano de fundo da imagem é formado por traços relativamente finos e que estão levemente inclinados para a diagonal. Os traços que formam o rosto permanecem exclusivamente na posição horizontal para que a imagem possa ser compreendida perfeitamente. Ainda sobre os traços que formam o plano de fundo do rosto, é possível afirmar que eles criam certo movimento à peça, estando ligados diretamente a dimensão, a variação de tonalidades (uso de sobras), e a influência das texturas, remete-nos a um ideal de realidade, dando vida a peça. Esse movimento, quando associado as características do estilo Art Déco é classificado como aerodinâmica. A utilização das cores em degradê também pode ter contribuído com a impressão visual de movimento.

Outro ponto que vale salientar está ligado ao projeto gráfico que foi aplicado na matéria, que se comparado a capa desta complementa, vejamos as imagens a seguir:





A matéria se apresenta de maneira distante da capa, com um *design* bem mais formal e com um menor teor artístico se for comparado a capa da revista. Ao visualizarmos a imagem da capa, temos a impressão de que o projeto gráfico utilizado para a reportagem irá seguir o mesmo modelo, mas após abri-la, nos deparamos com um estilo totalmente diferenciado.

O uso de tipografia com espessura grossa se faz presente, que juntamente com a cor vermelha e sua disposição na página capturam a total atenção do leitor, porém quebram o ideal estético implantado no início da revista. Possivelmente, o produtor do projeto optou por utilizar cores e padrões que dessem a matéria mais credibilidade.

4 – Considerações Finais

O modelo utilizado para a capa da revista, seguindo o estilo Art Déco e optando por uma variação de cores, leva-nos a crer que o design que projetou o nosso objeto de estudo não selecionou as cores por acaso. Se levarmos em consideração os significados das cores para as nossas associações afetivas iremos encontrar uma teia que liga e que



se relaciona com a personalidade retratada na capa. Associações como vida, religiosidade, mistério, luto fazem parte do universo espírita e o que diz respeito a Chico Xavier. Quanto ao projeto gráfico da matéria, ele (o produtor) quis apenas passar a seriedade necessária para tratar de um tema sério e não apelar para as sensações como fez na capa. Utilizando de elementos em tons mais neutros e cores fortes para prender o leitor no conteúdo escrito.

5 – Referências Bibliográficas

ALENCAR, Valéria Peixoto. **O estilo marcou a vida cotidiana**. Disponível em <http://educacao.uol.com.br/artes/art-deco.jhtm> Acesso em 5 de novembro de 2010.

DONDIS, Donis A.. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. São Paulo: Editora Edgard Blücher LTDA, 1982

KOPP, Rudinei. **Design Gráfico Cambiante**. 2ª edição Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.



KOPP, Rudinei. **Design Gráfico Cambiante**. 2ª edição Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.

SUPERINTERESSANTE, edição nº 277, abril, BLANCO, Gisele;LEOPOLDO, Pedro. Chico Xavier.