

## ARTE EM REVISTA: A RE-SIGNIFICAÇÃO DE OBRAS DE ARTE NAS CAPAS DE *VEJA*

Cássia Maria Popolin<sup>1</sup>

Paulo César Boni<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo aborda como as pinturas *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci, *A liberdade guiando o povo*, de Eugène Delacroix, *A criação*, de Michelangelo Buonarroti e *Madonna di Loreto*, de Caravaggio (Michelangelo Merisi) ganham novos significados quando utilizadas nas capas da revista *Veja*, para ilustrar a matéria principal das edições de 27/10/2004, 16/02/2005, 23/11/2005, 26/09/2007 e 26/12/2007. As imagens atravessam o tempo, saem de suas redomas – museus e afrescos da Capela Sistina – e, pelo processo de recriação, resgatam o passado no presente e ganham destaque na mídia. Esta retomada revigoriza o processo criativo, num constante re-criar, aproximando e interagindo o leitor a um saber, antes restrito a uma minoria. Nesta trama, a imagem é um novo texto, o agora presente acaba por parecer como uma modificação do agora passado, e durante a leitura, presente e passado não cessam de convergir.

**Palavras-chave:** *Veja*; re-criação; re-significação; Michelangelo; Delacroix; da Vinci; Caravaggio.

**Abstract:** This article approaches *Mona Lisa's* paintings, by Leonardo da Vinci, *The freedom guiding the people*, by Eugene Delacroix, *The Creation*, by Michelangelo Buonarroti and *Madonna di Loreto*, by Caravaggio (Michelangelo Merisi) gain new meanings when they are used in the cover of the *Veja* magazine, to illustrate the main subject of the editions of 27/10/2004, 16/02/2005, 23/11/2005, 26/09/2007 e 26/12/2007. The images cross the time, leave their glass shade – museums and ceiling frescoes of the Sistina Chapel – and, for the recreation process, it rescues the past in the present and gains distinction in the media. This retake reinvigorates the creative process, in constant recreation, approaching and interacting to the reader to the same knowing, before restricting to a minority. In this web, the image is a new text, the now present one finishes for seeming as a modification of now the past, and during the reading, the present and the past do not cease to converge.

**Word-key:** *Veja*; recreation; re-meaning; Michelangelo; Delacroix, da Vinci; Caravaggio

<sup>1</sup> Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, especialista em Fotografia e mestranda em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina. E-mail: cassiapop07@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA/USP). Coordenador do Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. E-mail: pcboni@sercomtel.com.br

## Introdução

As imagens são uma linguagem e uma ferramenta de expressão e comunicação. Imagem, do latim *imago* - semelhança, não significa, necessariamente, identidade nem reprodução idêntica ao original. Mas indicia a existência de traços que correspondem ao real. Em processos de re-significação, as imagens sofrem alterações, omissão ou acréscimo de elementos e, com isso, podem modificar seu sentido ou ganhar novos significados.

Considerando a importância da re-significação, este trabalho se propõe a analisar as capas da *Veja*, nas quais a revista utiliza-se de obras de arte para construir um novo texto: o texto visual. Para seu desenvolvimento, foram pesquisadas as edições de janeiro de 2004 a junho de 2008, num total de 215 exemplares. Destas, cinco estamparam a re-leitura de uma obra de arte na capa para ilustrar a matéria principal. Com esta análise, buscou-se destacar o papel da re-significação na construção do texto visual. Na re-significação, a omissão ou acréscimo de elementos visuais dão novo sentido à imagem.

## Narrativas visuais

Ao ver uma imagem, o olhar estabelece relações temporais gradativas entre seus elementos: um elemento é visto após o outro. O vaguear do olhar é circular e tende a voltar para contemplar elementos já vistos. Assim, o antes se torna depois e o depois se torna antes, como destaca Flusser (1985, p.7). Esse vaguear, ora percorrendo as imagens originais, ora as capas da revista, vai registrando novos elementos, novas cores, novos significados.

O texto visual se abre para uma pluralidade de leituras: cada novo leitor traz consigo sua experiência, cultura e valores de sua época. A leitura, longe de ser uma recepção passiva, apresenta-se como uma interação produtiva entre o texto e o leitor. A leitura é uma interação dinâmica; produtor e receptor desempenham partes iguais neste jogo em que o texto é o elemento mediador. E é justamente esta interação dinâmica que motiva o jogo na busca do sentido, posto ser a leitura uma estratégia do afrontamento e da manipulação. É praticamente um jogo de espelhos, um avanço especular.

## Análise das imagens nas capas de *Veja*

Resgatar o passado no presente é realizar uma nova leitura e construir um novo texto, baseado nas disposições individuais, culturais e sociais de cada leitor. Segundo Sá (2004, p.15) “no processo de criação, re-criação e atualização, as leituras e o modo de ver mudam no correr do tempo. Faz hoje o criador e o leitor verem com outros olhos”.

Um olhar diferente leva a uma composição diferente, o que possibilita ao autor escrever novas narrativas. Aos poucos, os signos verbais e não-verbais são lidos e vistos e a noção de texto se alarga. Não se considera texto apenas aquele composto de signos verbais. Tudo pode ser texto: o som, o enquadramento, a cor, o espaço, a luz, o gesto.

Assim são as capas da revista *Veja* analisadas neste artigo. Na figura 1, o quadro da Mona Lisa, de Leonardo da Vinci, ocupa a página inteira e chama a matéria principal *O enigma Da Vinci - Descobertas recentes decifram os mistérios da vida do homem mais inteligente que já existiu*, uma reportagem que fala sobre o artista e destaca sua versatilidade que, segundo a revista, era espantosa. Da Vinci era talentoso como engenheiro, escritor, cientista, músico, arquiteto e escultor. Foi um homem à frente do seu tempo. Descobriu o princípio do automóvel, do submarino, do helicóptero, das eclusas, dos tanques de guerra, dos para-quedas.

A matéria mostra o resultado de pesquisas realizadas nas duas últimas décadas, que apontam um diálogo de neurônios tão fenomenal quanto raro, o que explicaria sua inteligência e como alguém pode reunir tantas qualidades intelectuais e artísticas ao mesmo tempo. Da Vinci causou assombro em seu tempo e continua a fazê-lo. Certamente a revista optou em ilustrar a capa com a Mona Lisa, por ser sua obra mais famosa. A edição é de 2004, e neste ano a obra completava 500 anos.

A imagem, cercada por uma moldura dourada como a da tela original, ocupa a página inteira. O que chama a atenção é que a figura foi dividida em partes, como num quebra-cabeça, remetendo o leitor à palavra enigma. A peça em que se encontra a boca da Mona Lisa está próxima à palavra enigma e ocupa um espaço muito maior em comparação às outras e, mais uma vez, remete o leitor ao enigma.

A obra Mona Lisa é o retrato de Lisa Gherardini, mulher do comerciante florentino Francesco del Giocondo - daí o outro nome com que ela é conhecida: *La Gioconda*. O sorriso é seu atributo mais famoso e ganhou uma aura de mistério. O mistério não está no sorriso, mas em porque o retrato de uma mulher que não era especialmente bonita se tornou a obra mais conhecida do mundo. Para produzir este

efeito, o canto dos olhos e da boca foram ligeiramente embaçados, contribuindo para o ar de mistério que tanto intrigou - e ainda intriga - seus observadores. Assim como a inteligência múltipla de Da Vinci intrigou - e ainda intriga - a ciência.

A revista escolheu a cor púrpura para grafar as letras da palavra *Veja*. Segundo Pedrosa (2003, p.116), esta cor simboliza devoção, fé, castidade, dignidade, abundância, riqueza, autoridade e poder. E mais: dá sobriedade ao contexto da imagem e do assunto.



Figura 1 - Capa da revista *Veja* - 27/10/2004

Na figura 2, a revista vai buscar no quadro *A liberdade guiando o povo*, de Delacroix, a inspiração para representar, na capa, a matéria sobre a revolução na educação ocorrida na Coréia: *A Coréia fez, o Brasil também pode fazer*. A reportagem traz dados comparativos e mostra que, na década de 60, os dois países figuravam no chamado Terceiro Mundo. Uma revolução na educação fez os coreanos erradicarem praticamente o analfabetismo e a colocar 82% de seus jovens nas universidades. Realidade bem diferente da brasileira, que mantém 13% de sua população na escuridão do analfabetismo e apenas 18% de seus estudantes estão no ensino superior.

Nos últimos 40 anos, a Coréia apostou no investimento maciço - e 923

ininterrupto - na educação; o Brasil, não. Enquanto o país asiático investia nas escolas públicas de ensino fundamental e médio, o Brasil priorizava as universidades e investia em projetos mirabolantes, que viravam fumaça a cada troca de governo. Neste contexto, a tela representa a revolução coreana. Delacroix retrata os revolucionários de 1830, conduzidos por uma mulher que representava a liberdade e guiava o povo por sobre os corpos dos derrotados. Ela portava a bandeira tricolor da Revolução Francesa, em uma das mãos, e brandia um mosquete com baioneta, na outra.

Nesta re-leitura de *Veja*, a imagem ocupa a página inteira e a mesma liberdade conduz, agora, o povo coreano. Em uma das mãos, carrega a bandeira da Coreia e, na outra, três lápis de cor, representando a educação, uma “arma” que ajudou o país a vencer a batalha do subdesenvolvimento. A bandeira envolve a letra V, da palavra *Veja*. Com isso, a revista quer demonstrar que está envolvida neste processo, à medida que exhibe os resultados e conclama o povo brasileiro a também travar essa “guerra”. As letras da palavra *Veja* estão grafadas em vermelho.

O vermelho evoca o calor, a intensidade, a ação, a guerra, a paixão, sendo a cor dos rajás e das tendências expansivas, do fogo e do sangue [...]. A partir da Comuna de Paris, o vermelho passou a simbolizar a revolução proletária e é atualmente identificado como símbolo ideológico. (PEDROSA, 2003, p.109).

Também faz referência ao centro da bandeira, onde o vermelho, na parte superior do círculo, representa o Yang, e a inferior (azul) o Ying, antigo símbolo do universo, originário da China. Esses dois opostos expressam o dualismo do cosmo, a eterna dualidade: fogo e água, dia e noite, escuridão e luz, construção e destruição, macho e fêmea, ativo e passivo, calor e frio, mais e menos, o ser e o não-ser, a vida e a morte.



Figura 2 - Capa da revista *Veja* - 16/02/2005

A edição de 23 de novembro de 2005 (figura 3) traz uma reportagem sobre tratamento com células-troco no Brasil, com o título *A medicina que faz milagres*. A revista foi buscar no afresco *A criação*, de Michelangelo, a representação para o milagre da vida. O artista simbolizou com o não-verbal, na Capela Sistina, o verbal inscrito na Bíblia, Gênesis, 1-27 “e criou Deus o homem à Sua imagem; criou-a à imagem de Deus, e criou-os varão e fêmea”. Michelangelo conseguiu fazer o centro e o foco do quadro neste espaço vazio entre o toque da mão divina e a mão da criatura, marcando, com toda a onipotência e força do gesto da criação, o momento em que a vida é insuflada no belo corpo do vigoroso jovem.

Michelangelo transforma o texto verbal em pictórico. Seus afrescos impressionam pelas marcas significativas: a gestualidade, o olhar, as mãos. Estas marcas, especialmente o toque do Criador na criatura, transformando a não-vida em vida, a matéria bruta em ser vivo, a criatura em novo criador, ultrapassado os tempos. Até hoje esta gestualidade tem sido utilizada pelos mais diferentes meios de comunicação para estabelecer uma ligação do passado com o presente, procurando entrecruzar linguagens para eternizar e reavivar constantemente o potencial criativo do homem. (SÁ, 2004, p.99).



*Veja* retomou o ato performativo de Michelangelo e substituiu as mãos, numa visão midiática. Assim como Deus criou o mundo, os médicos “dão” vida a seus pacientes, por meio do tratamento com células-tronco. No alto da página, do lado direito, uma mão, com luva cirúrgica, representa o Criador; no lado esquerdo, inferior, uma mão jovem e desnuda, provavelmente do paciente, representa a criatura. O espaço entre os indicadores é preenchido pela energia da luz que parece imanar das mãos. No entanto, a mão do lado direito parece irradiar mais força, situação perceptível pela luz verde que a contorna por inteiro. O fundo azul com nuvens representa o céu. A palavra *Veja* foi escrita em verde para representar a saúde, assim como a luz que envolve a mão do Criador.

A edição de 26 de setembro de 2007 (figura 4) traz o mesmo afresco de Michelangelo na capa. Desta vez é uma reprodução da pintura, sobreposta em um cérebro humano. A imagem representa o poder de criação que o cérebro possui. A matéria principal da revista, *A mente e o espírito*, é uma reportagem sobre a neuroestética, que derrubou velhos dogmas de que o cérebro era sinônimo de frieza ou cálculo, como se o mesmo órgão não fosse responsável por processar as emoções. Ele seria a sede da razão e a arte seria reservada ao espírito. A imagem ocupa a página inteira e a palavra *Veja* está grafada num tom cinza esverdeado, na intencionalidade de representar as pesquisas científicas.



Figura 3 - Capa da revista *Veja* - 23/11/2005



Figura 4 - Capa da revista *Veja* -

A tela *Madonna di Loreto*, de Caravaggio, ilustra a capa da edição de 26 de dezembro de 2007 (figura 5). Manguel (2001, p.101) faz uma descrição da tela original:

Virgem forte e jovem, que ergue nos braços seu filho para a veneração dos peregrinos: os peregrinos são velhos e obviamente pobres, suas roupas imundas e seus pés grandes calejados voltados diretamente para a cara do espectador, no canto inferior direito do quadro, tinham a nítida intenção de ofender, ao proclamarem seu direito de estar em presença do Sagrado.

Aqui, a revista faz um recorte da tela e utiliza-se somente da virgem com o menino; os peregrinos são suprimidos, pois cabe ao leitor, agora, assumir esse papel. A matéria, *A fé no terceiro milênio*, questiona como a fé resiste num mundo marcado pela descrença. As letras da palavra *Veja* foram grafadas em vermelho escuro e, como lembra Pedrosa (2003, p.109), o vermelho foi a cor de Dionísio para os pagãos e é a do Amor Divino para os cristãos.



Figura 5 – Capa da revista *Veja* - 26/12/2007



## Considerações finais

Palavras e imagens revezam-se, se interagem e complementam-se com energia revitalizante. Esse processo é denominado de interlinguagens. A re-leitura arrasta o texto para fora da cronologia e reencontra um tempo mítico (sem antes, nem depois), como afirma Sá (2004, p.134). O agora presente acaba por parecer como uma modificação do agora passado, porque durante a leitura, presente e passado não cessam de convergir.

Tanto o texto verbal, quanto o não-verbal, estão sempre re-criando. Como “navegador”, o leitor singra ora pelas águas da imagem – obras originais – ora pelas re-criações – capas de *Veja*. Este constante ir e vir, “escrevem” um novo texto dotado de novas significações.

As cinco capas de *Veja* analisadas neste artigo mostram que palavras traduzidas em imagens e imagens traduzidas em palavras vão tecendo um fio de informação e construindo uma nova mensagem visual. As re-significações não cessam. “A pintura deve desafiar o espectador [...] e o espectador, surpreendido, deve ir ao encontro dela como se entrasse em uma conversa.” (ROGER DE PILES *apud* MANGUEL, 2001, p.7).

Quando lemos imagens, atribuímos a elas o caráter temporal da narrativa. Ampliamos o que é limitado por uma moldura para um antes e um depois e, por meio da arte de narrar histórias, conferimos à imagem imutável uma vida infinita e inesgotável. Cada obra de arte se expande mediante incontáveis camadas de leituras, e cada leitor remove essas camadas a fim de ter acesso à obra. (SÁ, 2004, p.98).

A comunicação visual não se apresenta linear, mas como artifício composto por misturas contínuas, trocas e interfaces de visões, associações e abstrações. Ao invés de consumo passivo, o visual leva os leitores a multiplicar as tramas da comunicação no universo de suas culturas. As imagens passam a construir um novo sentido e nesse transladar se constrói uma nova instância de significação. Neste sentido, a revista *Veja* soube trabalhar muito bem: transladou com eficiência uma imagem de um lugar para outro. Com isso, mudou sutilmente a essência, criou uma re-significação e propiciou uma nova leitura imagética.

## Referências

- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Hucitec, 1985.
- MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- PEDROSA, Israel. *Da cor à cor inexistente*. 9.ed. Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial, 2003.

SÁ, Léa Silvia Braga de Castro. **Da criação à globalização: Michelangelo e o processo de re-criação.** Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Estadual de São Paulo (Unesp), Bauru, 2004.