

# Índice ou catálogo: o deslizamento imagético das fotos da revista *Veja*\*



*Dulcília Helena Schroeder Buitoni*

*Livre-docente e titular de Jornalismo (ECA-USP)  
Professora de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero  
E-mail: dbuitoni@facasper.com.br*

**Resumo:** Nesta era de cultura visual, somos afetados por uma produção indiscriminada de imagens, que atinge também o jornalismo impresso. Num recorrido de algumas décadas, este trabalho pretende sinalizar como a representação fotográfica da revista *Veja* buscava uma visualidade mais jornalística nos anos 1960 a 1990, assumindo depois uma indefinição de registros e uma configuração “publicitária” – o que pode provocar leituras pouco transparentes, num contexto de desvalorização informativa e de banalização da imagem. A figuração fotográfica da revista não explora as inúmeras possibilidades vislumbradas pelo conceito da imagem complexa.  
**Palavras-chave:** fotografia jornalística, ilustração, índice, imagem complexa, revista *Veja*.

*Índice o catálogo: el deslizamiento imagético de las fotos de la revista *Veja**

**Resumen:** En esta era de cultura visual, somos afectados por una producción indiscriminada de imágenes que alcanza también el periodismo impreso. En un recorrido de algunas décadas, este trabajo pretende señalar cómo la representación fotográfica de la revista *Veja* buscaba una visualidad más periodística en los años 1960 a 1990, asumiendo después una indefinición de registros y una configuración “publicitaria” – lo que puede provocar lecturas poco transparentes, en un contexto de devaluación informativa y de banalización de la imagen. La figuração fotográfica de la revista no explora las muchas posibilidades vislumbradas por el concepto de la imagen compleja.

**Palabras clave:** fotografía periodística, ilustración, índice, imagen compleja, revista *Veja*.

*Index or catalogue: the imagethic sliding of photographs from *Veja Magazine**

**Abstract:** In this visual culture age, we are all affected by an indiscriminate production of images which also reaches the printed journalism. Based on a view of some decades ago, this work intends to remark how the photograph representation of *Veja Magazine* have searched for a more journalistic visuality in the 1960 years through 1990, assuming later a lack of definition of registers and an advertising configuration – which can bring poor and not transparent understanding, in a context of informative devaluation and image banalization. The photographic figure of the magazine does not explore the several possibilities seen by the concept of complex image.

**Key words:** journalistic photography, illustration, index, complex image, *Veja Magazine* (or *Revista Veja*).

**T**odos os que sofrem o influxo de milhares de imagens, diariamente, e que prezam a fotografia jornalística vivem buscando imagens significativas. Significativas do momento histórico, significativas desta sociedade. As perguntas sucedem-se: existe espaço para o fotojornalismo? Onde as reportagens e ensaios fotográficos? Ou, ainda, é possível uma fruição ao mesmo tempo crítica e estética da fotografia de imprensa?

Essas inquietações motivam este trabalho, que procura fazer algumas observações a respeito da utilização da imagem fotográfica pela mídia impressa. A exemplificação concentra-se no formato revista semanal de informação. No horizonte teórico estão autores como Pepe Baeza, Philippe Dubois, Josep Maria Català e Miriam Moreira Leite, além de clássicos como Barthes e Susan Sontag. Cultura visual, aqui, implica em não tratar as imagens como objeto de caráter distinto dos textos.

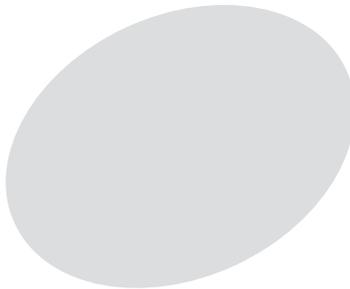
É tarefa extremamente complicada formular critérios de análise diante da profusão e complexidade dos diferentes tipos de imagens contemporâneas. Além da observação do discurso fotográfico apresentado pela mídia im-

\* Trabalho apresentado ao NP Fotografia: Comunicação e Cultura durante o XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Brasília, 4 a 9 de setembro de 2006.

pressa, entendemos que precisam ser considerados fatores como as condições de produção das fotos dentro de uma lógica de empresas de comunicação, a presença de fotógrafos no corpo editorial de um veículo, a questão da autoria, a maré da virtualidade etc.

A partir da discussão de alguns conceitos – o caráter indicial, a relação documental, a estética publicitária, a mescla de registros – será apontado se há diferenças de utilização de fotos na revista *Veja*, dos anos 1960 até nossos dias. Foi analisada uma revista por década, de 1960 até 2006, numa escolha até certo ponto aleatória, focando as imagens fotográficas publicadas.

*No fluxo de percepções,  
a função de espelho  
mostra-se mais forte  
que a de manipulação.  
O fascínio pelo análogo  
impulsiona a ver a foto  
como prova do real*



### ● Foto jornalística e foto-ilustração

A utilização de fotografias por jornais e revistas – mesmo que as revistas tivessem nascido mais vinculadas à ilustração do que à informação noticiosa – costuma se fazer num horizonte de registrar um lampejo de realidade. O registro, o referente, o índice – esse rastro concreto, o cordão umbilical químico ou digital que remete à cena física real (ainda que tenha sido inteiramente produzida) sempre foi um motivo muito forte que justificava a presença de fotos nas páginas que se pretendem jornalísticas.

Testemunho, comprovação: a fotografia tem essa capacidade de evocar prontamente o fotografado; tanto que desde logo foi incorporada como documentação científica e judicial. Dubois aponta três modos de encarar a fotografia: como índice, como ícone e como

símbolo. Cada vez mais as pessoas sabem que a foto pode ser muito manipulada; qualquer usuário do computador ou de câmeras digitais conhece as inúmeras possibilidades de alteração e falseamento. Mesmo assim, a grande justificativa filosófica do uso de fotos pelo jornalismo ainda é o fato de ser um registro da realidade. No fluxo de percepções, a função de espelho do real surge mais forte do que a função de manipulação. A fascinação pelo análogo é quase um impulso para aceitar a foto como prova do real.

A visão crítica leva-nos a considerar como posição mais defensável a justificativa baseada na função indicial como denotadora de um real que esteve ali, frente à câmera. Mas, como dizia Barthes, a única coisa que a foto prova é que houve um referente ali; mas não se sabe quando, se foi instantâneo ou não, se a cena era real ou produzida. Só no exato momento do ato fotográfico podemos invocar essa vinculação com o real. No segundo seguinte, essa relação já acabou.

A vinculação temporal – em especial o instantâneo, espécie de congelamento de um plano-sequência imaginário – pode ser apontada como um elemento definidor de propriedades jornalísticas. Do mesmo modo, a tendência de focalizar a dor, a tragédia, o problema, indica uma intenção de registrar o real para transformá-lo. A pergunta que sempre aparece é: o que torna jornalística uma foto?

O autor Pepe Baeza propõe duas grandes classificações para a fotografia de imprensa: fotografia jornalística e foto-ilustração. O foto-jornalismo orienta-se por valores de atualidade e de relevância social e política. O instantâneo também costuma agregar qualidade informativa. A foto jornalística pode se desdobrar em reportagem ou ensaio – um trabalho de cunho mais interpretativo, seqüencial e narrativo. A foto-ilustração procura trazer melhor compreensão de um objeto, de um fato, de um conceito, representando-os mimeticamente ou interpretando visualmente alguns de seus traços essenciais. Trata-se de uma finalidade didática, descritiva e, por isso, é a configuração privilegiada pelo jornalismo de serviço.

## Revista *Veja*: breve análise

A observação de uma pequena amostragem permite-nos verificar que a estratégia fotográfica da revista *Veja* tem caminhado de um teor jornalístico para uma tendência ilustrativa. Este trabalho é uma primeira aproximação que sinaliza tal direção no tratamento imagético da publicação.

Escolhemos cinco edições de *Veja* para observação do discurso visual figurativo. Não foram computadas imagens publicitárias.

Numa contagem rápida, foram selecionadas apenas fotos e alguns infográficos. As cinco revistas trazem fotografias na capa, embora uma delas, sobre UTI, seja uma montagem com fins estéticos e evocativos. As outras capas têm caráter referencial, sendo que duas delas remetem a fatos jornalísticos relevantes, acontecidos naquela semana. O critério para divisão das imagens foi: a) retrato – pessoas com expressão fisionômica significativa, geralmente relacionada à matéria; o fundo não era uma cena específica; b) 3x 4 – fotos meramente identificadoras de pessoas; c) cenas – uma ou mais pessoas em algum tipo de ação; d) fotos de ensaio jornalístico; e) fotos meramente ilustrativas e/ou infografias. Como vemos, trata-se de uma classificação bastante genérica, mas que serve aos propósitos de mapear a representação imagética.

Revista 1 - *Veja* n. 60, de 29 de outubro de 1969 (figuras 1, 2 e 3)



Figura 1

Capa – foto PxB do Congresso Nacional, metade inferior da página, com a legenda:

“Congresso Nacional, 25 de outubro de 1969”. Sobre fundo vermelho, letras brancas: “Garrastazu: sua eleição, seu projeto, seus ministros”. Na tarja em diagonal, a chamada “Anos 60: o terceiro mundo”.

Em 82 páginas, 87 fotos: 34 retratos, 7 fotos 3x4, 33 cenas, 6 fotos de ensaio, 7 ilustrativas.



Figura 2



Figura 3

Revista 2 - *Veja* n. 180, de 16 de fevereiro de 1972 (figuras 4, 5, 6 e 7)



Figura 4

Capa – foto colorida, página inteira, com seu Natal da Portela, assististas ao fun-

do (foto de Cristiano Mascaro). A chamada para o tema principal aparece na tarja em diagonal: “O Natal do Carnaval” (geralmente a tarja era usada para outras chamadas que não a principal).

Em 66 páginas, 80 fotos: 20 retratos, 1 foto 3x4, 32 cenas (sendo 10 de moda) e 27 de ensaio, sendo 16 da matéria de capa e 9 sobre turismo na Bahia.



Figura 5



Figura 6



Figura 7

Revista 3 – *Veja* n. 46, ano21, de 16 de novembro de 1988 (figuras 8, 9 e 10)

Capa – foto colorida, página inteira, mãos do rapaz morto, em meio às flores do



Figura 8

caixão (foto de Antonio Milena). Ao lado das mãos, a legenda: “William Fernandes Leite, 22 anos, metalúrgico”. Embaixo, a chamada, em letras vermelhas: “A tragédia de Volta Redonda: A história da vida e da morte de três brasileiros”.

Em 142 páginas, 111 fotos: 29 retratos, 4 fotos 3x4, 78 cenas (4 de moda e 23 da matéria de capa, sendo quase ensaio), 4 infografias e 5 desenhos.



Figura 9



Figura 10

Revista 4 - *Veja* n. 19, ano 28, de 10 de maio de 1995 (figuras 11, 12 e 13).



Figura 11



Figura 12



Figura 13

Capa – fotomontagem colorida, representando uma pessoa “levitando” numa U.T.I. Há uma etiqueta vermelha com a sigla U.T.I. na cabeça da pessoa e abaixo, a chamada: “O corredor da vida e da morte”.

Em 134 páginas, 95 fotos: 6 fotos no índice, 33 retratos, 2 figuras recortadas, 54 cenas; 3 infografias e 4 ilustrações opinativas.

Revista 5 – *Veja* n.10, ano 39, de 15 de março de 2006 (figuras 14, 15, 16 e 17)

Capa – foto colorida, close de rosto feminino com curativo no nariz e olho roxo (pose produzida, como para matéria de comportamento, mas relativa a fato real),

com a legenda: “Ingrid Saldanha, mulher do ator Kadu Moliterno”. Chamada: “‘Ele sempre me bateu’: Mulheres rompem o



Figura 14



Figura 15



Figura 16



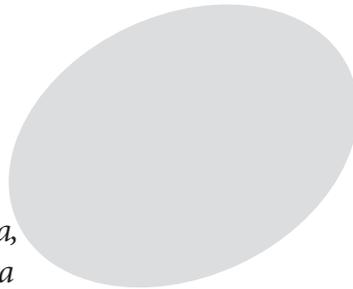
Figura 17

silêncio sobre o inferno da vida com homens violentos”. Chamada em tarja horizontal no alto da página: “Mensalão II: a testemunha fala a Veja”.

Em 134 páginas, 139 fotos: 3 no índice, 37 retratos (dos quais 9 com recorte), 19 fotos 3X4 (5 com recorte), 17 cenas ilustrativas (4 com recorte), 37 objetos (30 com recorte), 26 cenas (3 com recorte) e 4 mapas e/ou desenhos.

As capas da revista *Veja* sempre utilizaram foto-ilustração ou desenhos, alternando-se com fotos que consideramos mais jornalísticas. O recurso a capas “produzidas” é bastante comum nesse tipo de revistas semanais de informação em todo o mundo. Apesar da grande quantidade de capas “produzidas” na história de *Veja*, esta amostragem traz 3 capas jornalísticas, 1 capa híbrida e 1 capa ilustrativa.

*O texto visual e o texto verbal, poderosos instrumentos de conhecimento e cidadania, são sub-aproveitados, numa forma burocrática, repetitiva, pouco criativa*



A revista número 1 apresenta uma capa com referente jornalístico: é a foto do Congresso Nacional no dia da eleição do Presidente Garrastazu. A matéria traz um conjunto de fotos que têm uma articulação entre si, caracterizando uma reportagem fotográfica (fotos de Amilton Vieira e Darcy Trigo). Outra matéria, intitulada “A cidade da grandeza prometida”, escrita por Bernardo Kucinski, mostra relação estética entre a foto arquitetônica e o texto iniciado pela citação de uma frase de Juscelino: “Deste planalto Central, desta solidão que em breve se transformará em cérebro das mais altas decisões nacionais, lanço os olhos mais uma vez sobre o amanhã de meu país (...)”. Nessa época, podemos dizer que *Veja* tinha uma filosofia jornalística para edição de suas fotos, comprovada também

pela presença de quatro fotógrafos em seu expediente e um diretor de fotografia.

A capa da revista número 2 retrata Natal, presidente da escola de samba Portela, personagem de uma longa reportagem de Sebastião Rubens Gomes, acompanhada de ensaio fotográfico assinado por Cristiano Mascaro. As legendas das fotos contam pequenas histórias, não são meramente identificadoras. As fotos contribuem com muitas informações sobre o ambiente em que vive esse protagonista da cultura popular. Nesse ano, o expediente apontava um chefe de fotografia e oito fotógrafos sediados nas principais capitais brasileiras.

A revista número 3 estampa na capa uma imagem, feita por Antonio Milena, que conseguiu reunir forte referencial jornalístico e grande qualidade estética: a representação não é óbvia, nem sensacionalista, mas provoca impacto. A matéria interna traz uma série de fotos jornalísticas e um infográfico. Duas fotos de álbum de família – os dois jovens mortos por soldados também tinham passado pelo exército alguns anos antes. O jogo entre texto e imagem provoca imediatamente o contraponto: os mortos poderiam estar no lugar dos seus agressores. O expediente dessa edição relacionava uma editora de fotografia e 16 fotógrafos em diferentes cidades do Brasil.

Uma foto produzida está na capa da revista número 4: é uma imagem que tenta apresentar uma visualização da tecnologia da UTI. A matéria traz fotos de pessoas que já passaram por uma UTI e fotos de pacientes dentro de UTIs. Há também um infográfico construído a partir de uma foto. O uso das imagens revela finalidades mais descritivas; não é possível caracterizá-las como ensaio. No ano de 1995, havia três fotógrafos em São Paulo, dois no Rio de Janeiro, dois em Brasília e uma produtora.

Na última revista, número 5, a foto da capa tem referencial jornalístico ao apresentar a moça que acusa de agressão o marido, ator famoso. No entanto, o enquadramento, o penteado e a maquiagem lembram edição visual de revistas femininas; enfim, uma foto “produzida”. Nesse

sentido, é uma imagem híbrida. A diagramação da matéria interna segue o mesmo estilo de revistas femininas, com fotos recortadas, típicas de matérias de comportamento, de moda ou serviço. Há até uma foto produzida que remete a situação de violência infantil.

A revista contém um grande número de fotos, mas a maioria conserva pouquíssimos índices que remetem a um trabalho jornalístico de captação de imagens: talvez apenas três ou quatro fotos possam ser consideradas genuinamente jornalísticas. Além disso, um traço estilístico afeta todas as categorias: fotos recortadas, destacadas de seu fundo original, contribuem para criar um contexto de imagens meramente ilustrativas. O aumento de espaço para seções de serviço trouxe ainda mais um *design* da publicidade, como bem demonstra a reportagem sobre pele – nada a distingue de um anúncio. O expediente relaciona dois editores visuais, um coordenador, dois fotógrafos (Rio e Brasília), cinco infografistas e quatro pesquisadores, comprovando a grande utilização de fotografias de agências e bancos de imagens. Houve encolhimento na função do fotógrafo e aumento de cargos gerenciais. Há uma estrutura de suporte à visualidade, mais voltada à edição gráfica que à especificidade fotojornalística.

### ● Índices de realidade e imagens de catálogo

O uso indiscriminado de estéticas documentais e publicitárias, com poucas diferenças perceptíveis para a grande maioria dos leitores, trouxe diminuição do teor jornalístico do discurso fotográfico da revista *Veja*. Tal observação permitiu que apontássemos como tendência a baixa exploração das potencialidades informativas da imagem.

O discurso da revista não trabalha as complexidades da imagem como fator de ampliação da informação jornalística, o que propiciaria mais consciência crítica, tal como defende Pepe Baeza. O texto visual e o texto

verbal podem ser poderosos instrumentos de conhecimento e de cidadania; no entanto, vêm sendo sub-aproveitados, numa forma burocrática, repetitiva, pouco criativa.

As imagens são muito reconhecíveis. São tão reconhecíveis, têm tão poucos traços únicos, que podem ser facilmente substituídas umas pelas outras. Imagens de catálogo, de bancos de imagens. A noção de autoria pouco importa, basta ter a qualidade técnica exigida pelo veículo e seu projeto visual. Qualquer foto serve, seleciona-se a mulher jovem, a idosa, a grávida, a negra, o executivo, a fábrica, a praia paradisíaca. Interessa apenas fazer ilustrações visuais para o texto (e obter um *design* leve e atraente). A imagem continua submetida à lógica verbal: ela serve ao texto.

Fotografias e construções parafotográficas inundam as páginas. O índice – sinal perseguido pelas visões documentalistas que justificavam a imagem como dotada de um vínculo jornalístico – foi substituído pelo mimetismo da imagem-catálogo, permutável entre diferentes registros: publicitário, científico, pedagógico etc. O recurso de recortar a foto, subtraindo seu fundo, acentua a desvinculação de um contexto referencial mais específico e real.

Català nos diz que mais além das vanguardas profundamente antimiméticas, nossa cultura tecno-científica (cinema, televisão, vídeo) procurou imagens de um crescente realismo que acabaram se cristalizando nessa realidade virtual, em que o realismo tradicional alcança sua culminação. Català formula o projeto da imagem complexa, um esforço de desconstrução dos pressupostos epistemológicos das representações visuais humanas, para que elas possam melhor servir ao processo cognitivo. Isso inclui possibilidades novas de interconexão entre o verbal e o visual e a ampliação para o terreno da subjetividade e das emoções.

Incorporando publicidade e arte e, ao mesmo tempo, clareando as intenções dos registros, a imagem jornalística pode exercer a sua complexidade numa direção que une

a informação e a estética não superficial. A fruição estética pode ser informativa e crítica. Em vez do mimetismo e do reconhecimento fácil e descartável, o conhecimen-

to. Assim, a capa com as mãos do operário morto: a foto traz a chama do jornalístico. Informa, mas não é óbvia. É opaca e transparente ao mesmo tempo.

## Referências

---

BAEZA, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2001.  
BARBOZA, Pierre. *Du photographique au numérique: la parenthèse indicielle dans l'histoire des images*. Paris: L'Harmattan, 1996.  
CATALÀ DOMÉNECH, Josep M. *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Bellater-

ra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.  
DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico*. Campinas: Papirus, 1994.  
LEITE, Miriam L. Moreira. "Texto visual e texto verbal". In: FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam L. Moreira (orgs.). *Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*. Campinas: Papirus, 1998.