



Sobre sentidos e sujeitos: a prosperidade nas “metrópoles do futuro”

About meanings and subjects: the prosperity in the “metropolis of the future”

Alexandre Zanella¹

RESUMO: Este trabalho tem o objetivo de analisar, ancorado no dispositivo teórico-metodológico da análise de discurso de linha francesa, os sentidos que (se) produzem (n)as fotografias que compõem o especial “Cidades médias”, publicado pela revista *Veja* em setembro de 2010. Essa reportagem visa, segundo o semanário, destacar quais são as cidades brasileiras consideradas “metrópoles do futuro”, por possibilitarem, dentre outros elementos, também a obtenção de prosperidade financeira. Se as fotografias na imprensa atuam como suportes da materialidade linguística, como representações de realidade, pretendo, neste artigo: debruçar sobre o efeito de evidência da fotografia; refletir sobre o atravessamento ideológico, que determina o que pode e deve ser dito e, por conseguinte, o que não se pode e não se deve dizer; analisar de que forma esse atravessamento perpassa a imagem e qual a sua representação no discurso jornalístico; e analisar quais os sentidos produzidos a partir das fotografias que montam o especial da revista *Veja*, também em sua relação com os sujeitos que ali se inscrevem. Para esta investigação, vali-me de contribuições de Barthes (1984) e de Dubois (1993) e em alguns conceitos caros à análise de discurso encontrados em Pêcheux (2009 [1988]) e Orlandi (2007 [1992]; 1995).

PALAVRAS-CHAVE: Análise de discurso; Efeitos de sentido; Revista *Veja*.

ABSTRACT: This study has the objective of analyzing, based on the theoretical and methodological device of the French Discourse Analysis, the meanings that (are) produce(d) (in) the photographs that compose the special report entitled “Cidades médias” (“*Medium-sized cities*”), published by *Veja* magazine in September, 2010. This report aims, according to the magazine, at highlighting which are the Brazilian cities that are considered “metropolis of the future”, for making possible, amongst other elements, also the obtainment of financial success. If the photographs in the media act as supports of the linguistic materiality, as representations of reality, I intend in this study: work with the effect of evidence produced by the photograph; reflect about the ideological crossing, which determines what can and must be said and, therefore, what cannot and must not be said; analyze in what way this crossing passes by the image and what is its representation in the journalistic discourse; and analyze which are the meanings produced by the photographs that compose the special report on *Veja* magazine; also in their relation to the subjects introduced there. For my

¹ Doutorando em Estudos de Linguagem pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor do Departamento de Letras do Instituto Universitário de Pesquisas do Estado do Rio de Janeiro (IUPERJ).



investigation, I was based on the contributions of Barthes (1984) and Dubois (1993) and in some important concepts for the Discourse Analysis field found in Pêcheux (2009 [1988]) and Orlandi (2007 [1992]; 1995).

KEYWORDS: Discourse Analysis; Meaning effects; *Veja* magazine.

[...] *perceber o fato de linguagem na perspectiva do discurso, que é política, é perceber a mídia de outra maneira (ORLANDI, 1995, p. 42).*

Quando, em 1º de setembro de 2010, a revista *Veja* lançou sua edição semanal com uma chamada em que se anunciavam “As 20 metrópoles brasileiras do futuro”, produziram-se alguns efeitos de sentido dentre os quais estavam os de que, por meio da leitura desta série de reportagens de caráter especial, seria possível *desvendar* quais eram as cidades brasileiras que se tornariam metrópoles ou, então, quais as metrópoles que, além de o serem ou virem a ser, seriam ainda “do futuro”, compreendendo, aqui, um imaginário no qual poderia se inscrever aquilo que é da ordem do *moderno*, do *desenvolvido*, do *planejado*, etc.

Ainda que *Veja* referisse a algumas justificativas para a escolha das 20 cidades a compor seu especial, como, segundo ela, bons índices de desenvolvimento econômico, educacional e médico, entrava em questão quais eram os sentidos a que o semanário acenava ao tratar desses aspectos. Primeiro, porque, com relação às 233 cidades atualmente consideradas “médias” no Brasil – isto é, cidades cuja população está entre 100 e 500 mil habitantes (cf. FILHO & SERRA, 2001) –, listadas pelo censo de 2000 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), não há qualquer indicação dos *motivos* que levaram a revista a escolher, dentre todos os municípios, especificamente *aqueles* vinte². *Veja* diz, na introdução do especial, que a intenção era dar “uma amostra que cobre 10% do total” (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 80), mas quanto à escolha das cidades para compor sua série de reportagens apenas diz que “os vinte casos **considerados mais interessantes mereceram textos específicos**” (01/09/2010, p. 81, grifos meus). Permite-se questionar, portanto, como se dá essa escolha: *quem* os considera “mais interessantes”? *Para quem* são “mais interessantes”? O que significa, afinal, ser “interessante”? *Por que* “mereceram” textos específicos?

² São eles: Hortolândia/SP; Cabo Frio/RJ; Marabá/PA; Sete Lagoas/MG; Varginha/MG; Sinop/MT; Araguaína/TO; Ji-Paraná/RO; Barreiras/BA; Petrolina/PE; Anápolis/GO; Taubaté/SP; Rio Claro/SP; Cascavel/PR; Açailândia/MA; Divinópolis/MG; Arapiraca/AL; Mossoró/RN; Uruguaiana/RS; Campina Grande/PB.



Em segundo lugar, porque seria possível supor, por exemplo, que a revista escrevesse sobre as vinte primeiras cidades em densidade demográfica ou em contagem do Produto Interno Bruto (PIB), mas, no estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) em que aparentemente se baseiam, já que *Veja* não faz referências diretas ao estudo citado³, não há nenhum ranking, mas considerações gerais acerca do crescimento econômico das cidades médias no país.

Segundo Pêcheux (2009 [1988]), “palavras, expressões e proposições *literalmente diferentes* podem, no interior de uma formação discursiva⁴ dada, ‘ter o mesmo sentido, o que [...] representa, na verdade, a condição para que cada elemento [...] seja dotado de sentido” (p. 148, itálicos do autor). A partir da leitura do especial, vê-se justamente que a *história*, os sentidos que se produzem sobre as cidades listadas se repetem num ciclo parafrástico, entendido, aqui, ainda em consonância com Pêcheux (*ibidem*), como aquilo que, dito de diversas maneiras, materializa os mesmos sentidos. Efetiva-se no especial um sentido dominante de que alguns municípios no passado, em contraposição ao atual estágio de desenvolvimento econômico, apresentavam *problemas* de ordens diversas que só foram superados devido às políticas de industrialização. A tomar como exemplo o caso da cidade de Hortolândia/SP, que encabeça a fila das 20 “cidades do futuro” trazidas pelo especial, é possível ver como *Veja* constrói discursivamente o *desenvolvimento* da cidade, como se lê na sequência discursiva (doravante, SD)⁵:

(SD1) Antes uma localidade **assolada pela criminalidade**, com **poucas ruas asfaltadas** e **nenhuma rede de esgoto**, Hortolândia encontrou sua **vocação para a riqueza** ao adotar uma **política agressiva de atração de indústrias**. Em apenas cinco anos, **os benefícios oferecidos a esse setor foram responsáveis pela abertura de 200 fábricas dentro dos seus limites**, como a Dell, de computadores, a CAF, de vagões de passageiros, e a Mabe, de eletrodomésticos. [...] Em pouco tempo, o **desenvolvimento** permitiu que o município, encravado entre duas das maiores metrópoles do país – São Paulo e Campinas –, **conquistasse sua independência e deixasse de ser uma cidade-dormitório** (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 89, grifos meus).

³ Em pesquisa efetuada no site do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), o único documento encontrado mencionando a pesquisa desse instituto à qual *Veja* parece se referir é um release de 17/07/2008, disponível em <http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/pdf_release/32_release_PIBdascidades.pdf>, acesso em 08/08/2011.

⁴ Ainda segundo Pêcheux (2009 [1998]), uma formação discursiva é definida como “**aquilo que, numa formação ideológica dada**, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, **determina o que pode e deve ser dito**”. (p. 147, itálicos do autor, grifos meus).

⁵ Baseamo-nos na noção de “sequência discursiva” tal como proposta por Courtine (1981): são “seqüências orais ou escritas de dimensão superior à frase” (apud MARIANI, 1998, p. 53). Segundo Mariani (*ibidem*), esta noção é “fluida o suficiente para viabilizar a apreensão das formulações discursivas (fds), ou seja, de seqüências lingüísticas nucleares, cujas realizações representam, no fio do discurso (ou intradiscurso), o retorno da memória (a repetibilidade que sustenta o interdiscurso)” (p. 53).



A revista, portanto, põe como única saída para a estagnação – seja ela econômica, infraestrutural, etc. – a industrialização (assumida também como *modernização*) dos municípios, a qual traz “desenvolvimento” e altera aquele estado inicial, dado como algo negativo; “criminalidade”, “poucas ruas asfaltadas” e “nenhuma rede de esgoto” compõem um cenário de degradação.

Por outro lado, *Veja* evidencia que os setores econômicos privados, compostos, sobretudo, por grandes empresas, multinacionais e latifúndios diminuem o desemprego e dobram as arrecadações:

(SD2) A chegada de novas empresas **dobrou a receita municipal**, desde 2005. Para garantir um **ambiente propício ao bom e saudável capitalismo**, a prefeitura aplicou parte significativa do excedente de arrecadação em segurança. Para **desestimular a bandidagem e encorajar os policiais, que tinham medo de entrar nas ruas escuras e esburacadas**, a administração local trocou todas as 10.000 lâmpadas dos postos de iluminação por outras mais fortes, e 80% das vias públicas foram asfaltadas. A incidência de homicídios, **antes entre as mais altas do país**, caiu 30%. Com menos assaltos e mais dinheiro em circulação, **o comércio prosperou**. Em 2005, havia 1.600 lojas em Hortolândia. **Hoje, existem 2.600**. No ano que vem, o primeiro shopping center da cidade abrirá **mais 500 vagas de trabalho**. E grandes varejistas, como Casas Bahia e Lojas Cem, já se instalaram na região central (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 90, grifos meus).

O semanário produz como efeito de sentido que a abertura de 200 fábricas é *responsável* pelo bom crescimento econômico do município. Afirma também que, devido à maior introyecção de capital, a “bandidagem” é desestimulada, os policiais são encorajados e há melhoria na infraestrutura, já que “80% das vias públicas foram asfaltadas”. Além disso, as fábricas ainda melhoram os *serviços* de educação, como se lê na seguinte SD:

(SD3) [Barretto] reclama da **falta de mão de obra qualificada** tanto para o comércio quanto para a construção. **Ele e outros empresários** da cidade, porém, acreditam que **o problema está com os dias contados**. Uma de suas principais demandas foi atendida: no próximo ano, começa a funcionar **a escola técnica federal que treinará os trabalhadores** de Hortolândia (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 90, grifos meus).

Ou seja: produz-se o sentido de que haja uma *fórmula* – a da industrialização que promove o *desenvolvimento* – que, se *bem* aplicada, seja por empresas privadas, seja pela parceria entre iniciativa privada e estatal, dá resultados instantaneamente, como se poderia de alguma forma *comprovar* a partir da leitura de *Veja*, isto é, a partir dos sentidos instalados pelo semanário. E isto porque, sendo um meio de comunicação social, a revista é afetada pelo



efeito ideológico de que cabe à mídia informar, dizer o mundo (MARIANI, 1998). Tal efeito se dá sem que haja, porém, por parte dos sujeitos (jornalistas) envolvidos, consciência deste processo. Trata-se de uma identificação com a formação discursiva do periódico, a qual simula uma transparência da linguagem e tem como efeito a busca pelo controle do sentido. Como sinaliza Pêcheux (2009 [1988]), os sentidos só se materializam dentro das formações discursivas, e seu efeito de estabilidade só se dá porque se apaga o interdiscurso, entendido como aquilo que fala “antes, em outro lugar e independentemente” (idem, p. 149), e porque o sujeito não se dá conta de sua interpelação pela ideologia, o que, por conseguinte, lhe fornece uma rede de evidências, de sentidos.

A partir destas e outras análises empreendidas⁶, foi possível detectar que habita na formação discursiva do semanário um imaginário de que, nessas “cidades do futuro”, o *sucesso pessoal* – entendido, sobretudo, como decorrência de *prosperidade* financeira e as formas de alcançá-lo por meio do trabalho, levando-se em consideração, por conseguinte, questões referentes a educação/qualificação, comportamento empresarial, “oportunidades”, mercado de trabalho, etc. – poderia ser alcançado, já que nesses municípios havia *espaço* para o *crescimento econômico*, desde que se fosse uma pessoa de *visão*. Como se pode ler nas próximas SDs:

(SD4) Histórias como a do mineiro José Melgaço Chaves, de 57 anos, **simbolizam o progresso da cidade**. Nos anos 80, ele montou uma assistência técnica de motosserras. Em 1998, **quando seu negócio perdia fôlego, mudou para a criação de gado leiteiro**. Em 2005, Melgaço **abriu uma indústria que envia semanalmente 10 toneladas de queijos** para São Paulo. (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 107, grifos meus).

(SD5) Comerciante de piscinas, [Gilberto Erbert] **resolveu abrir** uma loja de lanchas e jet skis a 300 quilômetros do mar. O que parecia ser projeto de lunático [...] **acabou se revelando ideia milionária**. Em 2005, Erbert **percebeu** que quase todos os bacanas da cidade já tinham piscinas. ‘No meio desse enrosco, pensei: ‘O que posso oferecer a quem já tem piscina?’. Foi então que associei a Represa de Furnas, que fica a apenas 5 quilômetros daqui, a barcos’, diz ele. **Ou seja, o mundão de água estava ali, para todo mundo ver, mas só Erbert o enxergou. Trata-se, sem dúvida, de um homem de visão** [...]. E também de sorte: hoje, **ele surfa na onda da riqueza criada pela industrialização** recente. (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 96, grifos meus).

Nessas SDs, veem-se três casos destacados de pessoas que puderam enriquecer. Os efeitos de sentido circulam em torno de ideias como as da SD4, em que o proprietário da loja

⁶ Analisei, em meu trabalho de dissertação (ver. Referências), uma série mais ampla de sequências discursivas que corroboram a discussão aqui realizada.



tem *percepção* para mudar de ramo quando o “negócio perdia fôlego”, da SD5, em que se “resolve abrir” uma loja de lanchas e jet skis porque havia um “mundão de água” que ninguém havia enxergado antes.

Parece haver uma relação causal em cada uma dessas SDs: os empresários que *resolvem* abrir ou expandir seus *negócios* o fazem porque é natural que assim seja, como se o fizessem para suprir uma *necessidade*. Necessidade que, pelos sentidos de *Veja*, parece ser comum a qualquer pessoa, ou pelo menos a qualquer pessoa que compartilhe que, para alcançar o sucesso pessoal financeiro, seja dessa forma. Quando a revista traz os três relatos acima, apresenta-os com o fim de mostrar como uma *boa ideia* permite alcançar este “êxito empresarial” (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 81).

É possível, a partir dessas primeiras análises, perceber que, para *Veja*, ser uma pessoa de visão é uma garantia de que é possível lucrar com *boas ideias*. O objetivo deste trabalho, portanto, é verificar como os sentidos presentes nas SDs acima compõem quando se tratam das fotografias.

A ideologia construída em torno do discurso jornalístico diz que os meios de comunicação, enquanto instrumentos de “informação”, utilizam-se de uma língua que seria neutra, imparcial, objetiva, transparente, etc., numa relação direta entre linguagem e mundo circundante. Segundo Mariani (1998), porém,

a noção de informação no jornalismo [...] precisa ser avaliada como decorrência das leis que constituem a idéia de liberdade presente na instituição imprensa. Observando a ‘comunicação referencial’ por este ângulo, **comunicar/informar/noticiar (na imprensa) são atos resultantes de um controle exterior, vindo do Estado e do sistema jurídico de um lado, e, por outro, de um controle internalizado na própria atividade jornalística. Os efeitos ilusórios estão aí: o controle externo e interno, garantindo a objetividade (e neutralidade etc.), garantiria também a imprensa como digna de fé** (p. 73, grifos meus).

Trata-se, portanto, de uma *ilusão* de neutralidade. Além disso, conforme Orlandi (1995), a noção de mídia é afetada por um efeito de redução do não-verbal ao verbal. Nesse sentido, quaisquer outras materialidades que não sejam verbais, no discurso jornalístico, são submetidas a esta sobreposição do verbal e à concepção de língua como instrumento de comunicação.

Desta forma, as fotografias na imprensa refletem uma noção de transparência, de correspondência entre mundo e língua, isto é: no discurso jornalístico, elas também se pretendem evidentes, objetivas, retratos fiéis dos fatos. Trata-se de um efeito ideológico construído historicamente; julga-se *natural* que uma imagem fotográfica represente uma dada

realidade, afinal, ela captura um instante, eterniza um momento, reproduz, copia algo. Apaga-se, por outro lado, que a fotografia, como linguagem, é – e não poderia ser de outra forma – produto de um sujeito atravessado pelo ideológico (cf. PÊCHEUX, 2009 [1988]), ajustado às FDs que habitam o semanário. Não é a fotografia, por si só, que *transmite* um momento. Há o fotógrafo, há a presença do sujeito envolvido que faz a fotografia “acontecer”, e aí comparece, sempre, o recorte escolhido pelo sujeito que fotografa, sem que haja, também neste processo, uma verdadeira consciência.

Nessa direção, ao se observar as seguintes fotografias, acompanhadas de suas respectivas legendas, que sentidos se registram no que diz respeito às “metrópoles do futuro”? Que discursividades se constroem com relação a desenvolvimento e possibilidade de alcance de sucesso?

Foto 1 – “ELA PEDE PASSAGEM – As empresas de Kelly Mascarello fabricam doze ônibus por dia e faturam 1 bilhão de reais por ano”



Na Foto 1, o que se vê é uma mulher sentada num chassi de um veículo grande, provavelmente um ônibus. Ao fundo, dois trabalhadores aparecem vestidos com roupas de proteção contra arco elétrico, produzindo faúlhas. Há um efeito de completude na fotografia, ela parece dizer *tudo*, pois, diferentemente do verbal, tem um efeito de que o que nela está retratado só possa ser *aquilo, daquela forma*, como se fosse uma representação da realidade. De um ponto de vista do senso comum, é como se a fotografia realmente fosse um documento da realidade nua e crua (DUBOIS, 1993).



Por outro lado, Barthes (1984) escreve que *vemos* a fotografia, quando, na realidade, “não é ela que vemos”, pois o que ela “dá a ver” (p. 16) não é transparente. E é nesse sentido que se leva em consideração que a *linguagem* da fotografia também é atravessada pelo ideológico, pelo histórico e, nesse caso, pelo verbal (da revista) – também histórico e ideológico – que lhe fecunda de sentidos. Não que eles, os sentidos, *brotem* no momento exato em que lemos os textos em seu entorno; lemos aquilo que está já-lá na fotografia, mas os sentidos são amarrados por esse verbal.

No canto inferior direito da foto, acompanha a seguinte legenda: “**ELA PEDE PASSAGEM – As empresas de Kelly Mascarello fabricam doze ônibus por dia e faturam 1 bilhão de reais por ano**” (Revista *Veja*, 01/09/2010, p. 105, grifos meus).

A mulher, então, não é mais qualquer mulher. Há a legenda para nos *informar* que *aquela mulher* possui empresas fabricantes de ônibus cujo lucro é de 1 bilhão de reais ao ano. Portanto, podemos supor que ela alcançou o *sucesso* e que, por esse motivo, pode *pedir passagem* e esboçar um sorriso, enquanto seu “negócio” vai de vento em popa, evidenciado pelo funcionamento da fábrica, ao fundo. Nesse sentido, é como se a mulher sentada no chassi *necessitasse* ser fotografada para evidenciar o que *Veja* noticia, como se Kelly Mascarello fosse uma porta-voz do progresso das cidades médias e do que se passa nelas.

Por outro lado, fica silenciado o processo que permitiu e ainda permite aos Mascarello enriquecerem, por exemplo. Na mesma fotografia, há dois trabalhadores que aparecem ao fundo e também compõem a cena. Não obstante, não se faz nenhuma menção a eles ou a seu trabalho, nem se fala *para* eles. O trabalhador, embora presente na foto, está ausente quando a ordem é a da possibilidade de prosperidade. Quanto a isso, ele não tem voz nem vez na revista. Sua presença está para mostrar que ele desempenha uma “função”: a de ser unicamente mão-de-obra. Contudo, podemos dizer que ele *contribui* para a ascensão social da família, afinal, não é o “grupo Mascarello” que está lidando com as máquinas.

Foto 2 – “BAIANO RECENTE – O paranaense Walter Horita amealhou uma fortuna plantando algodão no cerrado de Barreiras”



Fonte: Revista *Veja*, pp. 100-1.

Na Foto 2, mostra-se o proprietário de uma fazenda, ao qual faz-se referência e diz-se que ele “amealhou uma fortuna plantando algodão”. Novamente, coloca-se um sujeito como “dono de si”, ou como único responsável pelo alcance da prosperidade. Como exemplo disso, mostra-se a fazenda em época de colheita, as máquinas agrícolas ao fundo e, em evidência, o fazendeiro (mais uma vez com nome e sobrenome) como exemplo da possibilidade de sucesso pessoal. O texto sobre a cidade de Barreiras (BA) ainda cita que o homem “montou um conjunto de dez fazendas, que cobrem uma área de mais de 30.000 hectares” e que ele “fatura 150 milhões de reais por ano” (p. 101). Conclui-se que nesta FD a exploração da agricultura (vale lembrar a expressão “agronegócio”) figura como um dos elementos que caracterizam a possibilidade de crescimento das cidades, porque movimenta dinheiro, traz serviços e permite o enriquecimento, como afirma a revista.

Foto 3 – “ARQUITETURA DE INTERIOR – Casas em Araguaína: não, não é um bairro só que é assim. É a cidade inteira”



Fonte: Revista *Veja*, pp. 98-99.

Na Foto 3, apresenta-se uma imagem na qual há um recorte de um bairro onde se vê várias casas grandes, com piscina, e a legenda, que enxerta sentidos afirmando que “não, não é um bairro só que é assim. É a cidade inteira”. A revista, aqui, pelo “jogo da negativa”, produz um sentido de que o leitor poderia supor que aquele recorte não corresponde à “realidade” da cidade de Araguaína. Por isso, produz o efeito de que *esteve lá* e, portanto, pode comprovar que a cidade inteira é de classe média alta. Apesar disso, o que as casas com piscina querem significar? Parece haver aqui uma relação direta com estilo de vida, revelando o que significa, na FD da revista, o que seria desenvolvimento e prosperidade. Não se fala, por exemplo, em questões de saúde, educação ou segurança quando se trata desta cidade. No texto sobre o município, a revista somente evidencia como a pecuária promove o consumo na região, mobilizou o setor de serviços e influenciou o *boom* imobiliário, o qual contrasta, conforme o próprio semanário, com as “ruas [...] de terra e repleta de buracos”, “a pista do aeroporto [...] mantida em condições precárias” e a falta de voos (Revista *Veja*, 01/09/2010, pp. 98-9). Ainda assim, quando trata desta questão de mobilidade urbana, que configura uma contradição com os próprios sentidos que produz (*se a cidade é um exemplo de desenvolvimento, como poderia ter ruas esburacas?*), *Veja* conclui dizendo que “Os ricos evitam esses contratempos com aeronaves particulares” (ibidem). Ou seja, dirige-se especificamente a um grupo social bastante específico, o qual não “sofre” com os problemas que a cidade tem.

Foto 4 – “DINHEIRO ATÉ A TAMPA – Fábrica de cerveja da AmBev, em Sete Lagoas: uma das indústrias que ajudaram a triplicar o produto interno bruto do município”



Fonte: Revista *Veja*, pp. 94-95.

Por fim, na Foto 4, o que se vê como “ilustração” para a cidade de Sete Lagoas (MG) é uma fábrica de cerveja em funcionamento. A legenda que acompanha a fotografia diz que esta “é uma das indústrias que ajudaram a triplicar o produto interno bruto do município”. Novamente, coloca-se a industrialização como a força motriz que puxa o desenvolvimento, que faz com a cidade cresça e possa ser considerada uma metrópole. Nessa foto, porém, não se vê destaque para um empresário que figure como exemplo de sucesso pessoal, distintamente do que se observou nas Fotos 1 e 2. Aqui, aparecem dois trabalhadores da indústria manipulando a máquina, mas sobre eles nada é dito. A foto é tirada de um ângulo no qual não se vê os rostos dos operários. O efeito que se produz a partir da fotografia (atrelada à legenda) é o de que o que “importa” evidenciar é a fábrica funcionando, afinal, é ela que faz com que o município progrida. Assim, o sujeito-trabalhador, nessa FD, comparece apenas como mais um elemento para a prosperidade, sem que essa prosperidade também diga respeito a ele. Se relacionarmos esta fotografia com a da cidade de Cascavel, vemos como há um retorno do mesmo dizer sobre o sujeito-trabalhador. Ele é apenas uma peça que desempenha a função de mão-de-obra e não de administrador/empreendedor. Por isso, nada é dito sobre remuneração, condições de trabalho, qualidade de vida quando o assunto é este sujeito; seu nome e sobrenome, seu rosto não são importantes nessa FD.



ALGUMAS CONCLUSÕES

No especial de *Veja*, verifica-se que as imagens que acompanham os textos das cidades vêm para evidenciar aqueles sentidos de prosperidade possível presentes nas materialidades verbais do semanário: o que se inscreve no fio do discurso é uma cadeia parafrástica de sentidos que giram em torno da fórmula: industrialização/agronegócio = desenvolvimento + sucesso pessoal, a qual parte de uma formação discursiva na qual se valoriza o regime governamental de base liberal, isto é, capitalista-imperialista em seu modelo atual (cf. SILVA, 2009; SANTOS, 1999). Nessa direção, o que se valoriza é a questão do livre mercado, dos empresários e de seus lucros sem uma real intervenção do Estado.

Uma questão, porém, é mandatória. O efeito de que as fotografias *representam*, de maneira evidente e transparente, como provas cabais, de que forma a industrialização/agronegócio são algo positivo, já que mostram o *desenvolvimento* permitido às cidades e a possibilidade de boa qualidade de vida, são sentidos produzidos a partir do que pode e deve ser dito da posição assumida por *Veja*. Da perspectiva da análise de discurso, as fotografias por elas mesmas não produzem *estes* sentidos que elenco; eles comparecem também porque estão amarrados pelo verbal, porque a leitura/interpretação que se faz das imagens se atrelam a este verbal (texto/legenda). Há o fotógrafo, mas há, também, um processo de identificação que leva em consideração o lugar que se ocupa, o que pode e deve ser dito, os sentidos já-lá presentes naquela determinada FD (SOARES, 2006).

Orlandi (1995) diz haver na mídia (e no que a ela compete) uma redução do não verbal ao verbal. Isto quer dizer que a significação do não verbal é sempre sobredeterminada pelo verbal, o que promove o efeito de correspondência, por exemplo, entre imagem e legenda, imagem e texto, como se houvesse de fato uma relação de decodificação. Trata-se, no que diz respeito à imprensa, de um efeito de sentido que paira sobre a questão da informação e da capacidade de organizá-la de forma bem sucedida com diferentes “linguagens”.

O texto e a legenda que acompanham as fotografias das matérias do especial sobre as “cidades do futuro” são exemplos disso. Embora o poder de ilusão da fotografia não aniquile outras leituras possíveis, atua constantemente para apagá-las, enviesando uma tentativa de única leitura aceitável/possível.

O que se registra é que a prosperidade está *ali*, à disposição daqueles que têm visão empreendedora, mas, repito, no fio do discurso de *Veja*, apreende-se como isto é intimamente ligado com uma posição de classe que o semanário defende, busca a manutenção. Nesse



sentido, consideramos que, na tentativa de amarração dos sentidos que permitem validar o seu discurso, apagam-se outros sentidos que entrariam em choque com a FD da revista.

Considera-se, enfim, que as fotografias no especial constituem uma *tradução* do que *Veja* diz, a partir de sua formação ideológica e discursiva, ao longo da série de reportagens. A partir desta análise, compreende-se como o semanário repete o que está já-lá *sobre* o empresariado e como se dirige a ele. Ou seja, o semanário apenas retorna aos mesmos *espaços do dizer*, como diz Orlandi (2010a [1999]), estancando, assim, o movimento dos sentidos.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. *A Câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Trad. Marina Appenzeller. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

MARIANI, Bethânia. *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)*. Rio de Janeiro: Revan; Campinas, SP: Ed. da Unicamp, 1998.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 6. ed. Campinas, SP: Pontes, 2010a [1999].

_____. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 5. ed. Campinas, SP: Ed. da Unicamp, 2007 [1992].

_____. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. *Revista RUA*, Campinas/SP, vol. 1, p. 35-47, 1995.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. Eni Puccinelli Orlandi *et al.* Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009 [1988].

REVISTA VEJA, São Paulo: Abril, 01 set. 2010. Brasil.

SILVA, Carla Luciana. *VEJA: o indispensável partido neoliberal (1989-2002)*. Cascavel, PR: Edunioeste, 2009.

SANTOS, Theotônio dos. O neoliberalismo como doutrina econômica. *Revista Econômica*, Niterói/RJ, v. 1, n. 1, pp. 119-151, 1999.

SOARES, Alexandre Sebastião Ferrari. As fotos falam ou sussurram?! In: _____. *A homossexualidade e a AIDS no Imaginário de revistas semanais (1985-1990)*. 2006. 235 p. Tese (Doutorado em Letras) – Curso de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal Fluminense – Niterói, RJ: 2006.



ZANELLA, Alexandre da Silva. *Metrópoles do futuro: o barulho por trás do ranking de Veja*. 2012. 119 p. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Cascavel, 2012.

Data de recebimento: 04/4/2016
Data de aprovação: 22/08/2016