

## IMAGINÁRIOS EM (DES)CONSTRUÇÃO: O LUGAR DO SUJEITO-PROFESSOR NO DISCURSO PUBLICITÁRIO GOVERNAMENTAL

IMAGINARY IN (DE)CONSTRUCTION: THE PLACE OF SUBJECT- TEACHER IN  
GOVERNMENT ADVERTISING DISCOURSE

Marcio José de Lima Winchuar<sup>1</sup>

Maria Cleci Venturini<sup>2</sup>

**RESUMO:** o presente artigo busca identificar os efeitos de sentido que sinalizam para a (des)construção da formação identitária do sujeito-professor por meio do discurso publicitário governamental. O funcionamento da publicidade pode produzir efeitos de sentidos que (re)produzem imaginários coletivos acerca desses sujeitos e, ao mesmo tempo, instauram outros. Para verificar como isso ocorre, pautamos nosso trabalho na análise de discurso, de orientação francesa e temos como *corpus* de análise um vídeo que faz parte da campanha *seja um professor* do Ministério da Educação. A partir da materialidade, ressoam memórias pelas quais se produz o imaginário coletivo da sociedade e do que é ser professor na atualidade, à medida que o mesmo é representado como um profissional, cuja função é não só ensinar, mas promover o desenvolvimento de seu país.

**PALAVRAS-CHAVES:** professor. Imaginários. Formação identitária. Análise de discurso.

**ABSTRACT:** this article aims to identify the effects of meaning that signals the (de)construction of the identity forming of the subject - teacher through government advertising discourse. The operation of advertising can produce effect of senses that reproduce collective imaginaries about these subjects and, at the same time they set others. To see how this happens, we anchor our work on discourse analysis of French guidance, and we analyze a video that is part of the campaign “be a teacher” from the Ministry of Education. From this materiality that we analyze, it echoes memories by which produces the collective imagination of society and from what is being a teacher in the present, as it is represented as a professional whose function is not only the teaching, but to promote the development of its country.

**KEYWORDS:** Teacher. Imaginary. Identity forming. Discourse analysis.

### Considerações Iniciais

Este trabalho busca identificar os efeitos de sentido que sinalizam para a (des)construção da formação identitária do sujeito-professor por meio do discurso publicitário

---

<sup>1</sup> Mestre em Letras pela Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná (2014). Especialista em Metodologia do Ensino da Língua Portuguesa pela faculdade Guairacá (2013). Atualmente é professor colaborador da Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO-PR.

<sup>2</sup> Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Santa Maria (2008). Professora do programa de pós-graduação em Letras da Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO

governamental. Para isso, partimos do pressuposto de que o discurso publicitário pode atuar como um mecanismo de coerção e/ou representação imaginária da formação identitária desses sujeitos, tendo em vista as práticas sociais da mídia na reprodução/transformação da formação social, pela determinação das memórias e dos discursos podem/devem ser formuladas e circular. Diante disso, propomos os efeitos de sentidos decorrentes do discurso em torno do professor, enquanto sujeito, na formação social.

A formação identitária e a representação do sujeito-professor são, historicamente, (des)construídas, colocando-o como aquele que, além de possuir um saber científico e ser detentor e transmissor do conhecimento, ocupa uma posição importante na formação social. Nesse âmbito, o sujeito-professor é tomado como aquele que educa e visa à edificação de uma formação social a serviço da cidadania. Não raro, reproduz práticas que interessam às instituições e reforçam poderes e ideologias as quais nem sempre atendem ao interesse dos cidadãos como um todo, sendo significado como o profissional capaz de realizar um trabalho social ligada à vocação, a um possível sacerdócio.

Esses pré-construídos ressoam pelo resgate histórico acerca da representação e do imaginário em torno do sujeito-professor em diferentes formações sociais e períodos sócio-históricos, tratados, neste artigo, como condições de produção do discurso pelo funcionamento da ideologia, produzindo efeitos. Conforme Teixeira (2010), a comunicação publicitária não só veicula formas simbólicas, que dão visibilidade ao mundo real, mas também, instauram representações imaginárias que funcionam como mecanismos discursivos na constituição da formação identitária dos sujeitos-professores na formação social. Nesse funcionamento, pode reproduzir ou transformar as práticas sociais por meio de discursos, efeitos de sentidos entre sujeitos na formação identitária do sujeito-professor, podendo produzir, pelo discurso, conforme Pêcheux (2009) propõe, a reflexão e um “estado” de identificação, contraidentificação ou desidentificação.

Nesse sentido, tendo em vista “o trabalho” da mídia na contemporaneidade e o poder ideológico em cada peça publicitária, interessa-nos perguntar pelos mecanismos de (des)construção da formação identitária do sujeito-professor por meio do discurso publicitário governamental, buscando saber de que forma as condições de produção do discurso influenciam nessa representação imaginária. Preocupa-nos, ainda, se nessas práticas a representação imaginária do sujeito, em tela, se mantém ou se transforma, instaurando novas redes discursivas.

A ancoragem teórica advém da Análise de Discurso (AD), que coloca em suspenso os sentidos já dados, buscando os efeitos de sentidos em torno do professor em discursos efetivamente realizados. Com isso questiona-se as evidências de verdades, de homogeneidade e de legitimidades. O discurso publicitário governamental produz o efeito de sentido de (des)construção pela determinação que legitima representações imaginárias acerca desse sujeito e impõem condutas, que intervêm na (des)construção de sua formação identitária. Para tanto, tem-se como *corpus* materialidades verbais e não-verbais em uma peça publicitária veiculada na mídia televisiva e virtual, que faz parte da campanha “*seja um professor*”, do Ministério da Educação.

O dispositivo analítico mobilizado para tratar das materialidades constituídas também pelo não-verbal é produtivo pela noção enunciado-imagem, que Venturini (2009), sustentando-se em Pêcheux (2002), Durand (2004), Davallon (1999) e Orlandi (1995, 2001, 2002), mobilizou como espaço interdiscursivo, pelo funcionamento da memória, sem o que a imagem funcionaria apenas como ilustração. Neste artigo, essa noção tem a razão de ser, tendo em vista a necessidade de significar os efeitos também do não-verbal. É pertinente, igualmente, porque a Análise de Discurso, em seu escopo, abarca distintas materialidades, as quais chamamos de texto-imagem, enquanto materialidade significante.

Pêcheux (2002) trata o enunciado *on a gagné* como uma materialidade discursiva que rompe com a repetição, tanto pela sua estrutura, cujo significado se constrói pelo que lhe é exterior, quanto pela relação de entremeio com domínios provenientes de outros lugares, do que ressoa, também, o não-verbal, nesse caso, relacionado ao ritmo de uma torcida de futebol. Esse deslocamento impulsiona o tratamento de materialidades imagéticas, buscando pelos seus efeitos e sinalizando para a opacidade de enunciados que abrem para a heterogeneidade, especialmente, pelo deslizamento de um domínio a outro, frequentemente possível por meio de imagens e pelas memórias por estas ressoadas.

### **1. O sujeito-professor e os efeitos de (des)identificação**

Os estudos relacionados à identidade, ancorados em diversas perspectivas, vêm destacando-se na área dos estudos da linguagem, mas no viés discursivo tratamos dos modos de identificação e, neste trabalho referimo-nos à formação identitária, pela relação da identidade com a interpelação ideológica e com o atravessamento do inconsciente pela

inscrição desse sujeito em formações discursivas, as quais, de acordo com Pêcheux (2009, p. 147), “determinam o que pode e deve ser dito”, isto é, o dizer e a interpretação.

A Análise de Discurso possibilita ao analista verificar os possíveis efeitos de sentidos provocados pelas representações imaginárias dos sujeitos, no discurso, tendo em vista que relaciona língua, história e ideologia que funcionam no/pelo discurso como o objeto de análise da teoria materialista. Essa teoria tem como foco a leitura/interpretação/compreensão, perguntando pelo modo como determinados efeitos de sentidos se constituem no questionamento da transparência da linguagem e dos sentidos.

Nessa conjuntura, o discurso ultrapassa as barreiras do dizer e do transmitir em relação, segundo Pêcheux (2002, p. 43), “a um real constitutivamente estranho à univocidade lógico e um saber que não se transmite, não se aprende, não se ensina, e que, no entanto existe produzindo efeitos”. Isso significa que o discurso funciona como materialidade da ideologia, o que permite analisar os processos de identificação do sujeito, da subjetivação e dos efeitos de realidade presentes em cada materialidade, a partir das formações discursivas em que todo sujeito se inscreve, de acordo com Pêcheux (2009) e Orlandi (2003).

Pêcheux (2009, p. 150) postula que “a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina”. Em outras palavras, tal identificação constituinte do sujeito se ancora no interdiscurso, como pré-construído. Segundo o mesmo autor, as formações ideológicas têm lugar na formação discursiva, como o seu lugar material. Por isso, diz-se que o sujeito significa e é significado pela sua manifestação linguística, sustentada e ancorada pela afirmação de que os sentidos sempre podem ser outros.

Vale ressaltar os modos como o sujeito representa a si e representa o outro, projetando-se, segundo Pêcheux (1997), imaginariamente para o lugar de onde o outro ouve/lê o seu discurso. O autor, em relação às formações imaginárias, postula que o sujeito significa a si mesmo, pensando em quem ele é, e significa o outro, o interlocutor, direcionando o dizer a partir do modo como o vê. Assim, pelas formações imaginárias são designados os lugares que o sujeito e seu interlocutor atribuem a si e ao outro. Em outras palavras, o imaginário em torno dos sujeitos, nos discursos, dizem respeito, igualmente, às condições de produção em sentido restrito – o discurso em si – e em sentido amplo – as condições sócio-históricas, determinantes para a representação imaginária do sujeito no discurso.

Na perspectiva discursiva, o que funciona não é o sujeito em si, no nosso caso específico, o sujeito-professor visto não empiricamente, mas sim a posição discursiva pela

qual ele é representado, representa-se e faz significar seu dizer de acordo com a FD a qual se filia. É por esse viés que as condições de produção funcionam nos processos de identificação, resultando nas formações identitárias dos sujeitos e na sua representação imaginária.

Assim, os discursos e os textos-imagens analisados, neste trabalho, pautam-se no funcionamento ideológico e constituem traços de identificação, pelas quais se configura a representação imaginária do sujeito-professor. Frequentemente esse funcionamento resulta de (pré)determinações constituídas pelas instituições e pelo contexto sociocultural, capazes de revelarem as relações de poder. Nesse sentido, a mídia torna visíveis determinados sentidos, legitimando-os, fato revelado pelas análises da propaganda recortada, nesse trabalho. Essas materialidades dão visibilidade, dessa forma, ao modo como tal representação imaginária constitui efeitos de sentidos de (des)construção da formação identitária do sujeito-professor e instaura imaginários acerca desse sujeito e do seu lugar na formação social.

A mídia tem importante função social, à medida que interpreta a formação social e, pela circulação de materialidades permeadas por ideologias, media a relação e o lugar dos sujeitos na reprodução e nas transformações sócio-históricas na contemporaneidade. Esse funcionamento instaura efeitos de sentidos pelo lugar da formulação e da circulação dos discursos e sujeitos inscritos em formações discursivas. Nesse sentido, ao fazer discursos circularem, a mídia interfere na formação identitária dos sujeitos e no imaginário que se instaura acerca deles, uma vez que ela pode veicular ideologias e saberes (pré)determinados e pré-significados. Tal funcionamento, na Análise de Discurso, é possibilitado pelas condições de produção, pela ideologia e pela memória que convocam a exterioridade e discursos já ditos e significantes antes em outro lugar, como destaca Pêcheux (2009).

A ideologia fornece evidências de literalidade e faz com que os pré-construídos naturalizem os sentidos e constituam evidências que fazem, de acordo com Pêcheux (2009, p. 146), “com que uma palavra ou um enunciado ‘queiram dizer o que realmente dizem’ e [...] mascaram, assim sob a transparência da linguagem, aquilo que chamaremos o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados”. O mesmo autor (idem, p. 146) destaca que “o sentido de uma palavra não existe em si mesmo [...] mas sim, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico”. Assim, as palavras mudam de sentido de acordo as posições daqueles que as empregam, ou seja, em referência às *Formações Discursivas*, nas quais essas posições se inscrevem. Para Pêcheux (2009, p.147), “os indivíduos são interpelados em sujeitos falantes pelas Formações Discursivas que representam na linguagem as Formações Ideológicas que lhes são

correspondentes”. Logo não é possível pensar o sentido e o sujeito sem pensar a ideologia, assim como não se pode pensar a ideologia, em termos discursivos, sem pensar a linguagem.

Trabalhamos as formações identitárias, a partir de Pêcheux (2009), como processo de identificação que se realiza por meio de modalidades. Os indivíduos são interpelados pela ideologia e assujeitados em sujeitos da enunciação. Nessa conjuntura, o autor divide tais modalidades em: identificação plena, contraidentificação e desidentificação. O mesmo autor postula a primeira modalidade, referindo ao “bom sujeito”, como aquele que se identifica com os saberes da forma-sujeito dominante, sem questionamentos. Com isso, apaga as falhas constitutivas do sujeito e do sentido. Apaga, também, a divisão do sujeito, a partir do que se pode dizer que ele ocupa diferentes posições-sujeito, no discurso.

A segunda modalidade de identificação, proposta por Pêcheux (2009), é a que ele denomina de mau-sujeito. Por essa modalidade ocorre o distanciamento, funcionando como princípio de resistência e sinalizando para um posicionamento crítico, que não provoca o rompimento do sujeito com a FD que o domina. Ocorre, segundo Pêcheux (2009), a contraidentificação em relação aos saberes da FD e, contraditoriamente, à permanência.

A terceira modalidade, referida por Pêcheux (2009) como desidentificação, o sujeito da enunciação rompe com determinada formação discursiva e inscreve-se em outra. Trata-se não só do rompimento, mas também da negação dos saberes de uma formação discursiva. Podemos dizer, a partir disso, que os sujeitos sempre se filiam a uma FD e o rompimento resulta sempre na inscrição em outra FD, na qual acontece uma nova identificação. Conforme destaca Indurky (2008), o sujeito tem a ilusão de ser livre, na verdade, conforme destaca Pêcheux (2009) a partir de Althusser, ele é livre para livremente assujeitar-se.

## **2. Para fins de análise: “seja um professor”**

O *corpus* desta pesquisa parte da peça publicitária “*seja um professor*”, do Ministério da Educação, que circulou em canal aberto e está disponível no endereço eletrônico do Ministério da Educação. Os dizeres que estruturam a página têm como centro sujeitos interessados em seguir a carreira docente. O objetivo principal da campanha parece ser a divulgação e o chamamento para as vantagens da profissão, segundo as representações imaginárias do ministério em torno do que seja professor e dos sujeitos a quem o dizer se encaminha.

O discurso, em tela, deriva da forma-sujeito inscrita na formação discursiva institucional e significa, de acordo com o ponto de vista do ministério, Assim, a ideologia advém da formação discursiva dominante. O ministério responde pelo dizer e constitui representações e imaginários que atendem à formação social, ao que eles, de certa forma, esperam que seja dito. Um dos possíveis sentidos é a sedução dos candidatos ao magistério e, por isso, mostra a importância de cursar uma licenciatura e seguir a carreira docente. O que ressoa como memória é o discurso em torno do valor do estudo, dito como a única herança que os pobres podem deixar aos filhos.

### Publicidade 1 – Ministério da educação <sup>3</sup>



#### Toque Musical



**Voz masculina:** alguns países mostraram uma grande capacidade de se desenvolver social e economicamente nos últimos 30 anos. Nós perguntamos a pessoas desses países: - qual é, na sua opinião, o profissional responsável pelo desenvolvimento?



**Respostas:** “Voz das pessoas”

“Der Lehrer” ( O professor)

“선생님” ( o professor)

<sup>3</sup> Propaganda televisiva veiculada em canal livre, em rede nacional e hoje disponível em: <http://sejaumprofessor.mec.gov.br/> Acesso em 19 / 05 / 2012.



El Maestro ( o professor)



Opttaja ( o professor)



The Teacher ( o professor)



De Leraar (o professor)



Le Professeur ( o professor )



**Voz da professora:** venha construir um país mais desenvolvido, mais justo, com oportunidades para todos. Seja Um professor. Bom dia, vamos lá? Voz das crianças: vamos!

**Voz da narradora:** informe-se no portal do MEC. Ministério da educação. Brasil, um país de todos!

*Brasil, um país de todos!* Para instaurar e constituir um primeiro enlace vale destacar o fato de que, por meio da peça de publicidade, instauram dois possíveis efeitos de sentidos, mas isso não significa a inexistência de outros efeitos. O primeiro efeito sinaliza para o profissional da educação, como sendo o responsável pelo desenvolvimento socioeconômico de um país e o segundo diz respeito à acessibilidade da profissão, ou seja, instaura evidências de que todos podem ser chamados a exercer o magistério, sem discriminação social, política ou étnica. O que ressoa como pré-construído, nos exemplos em tela, é a discriminação racial, que esse discurso busca apagar.

A publicidade original que circula na rede estrutura-se não só por discursos verbais, mas também por imagens, constituindo textos-imagens, os quais analisamos pela noção enunciados-imagem, cujos significados se constroem por meio de memórias e por domínios discursivos que ressoam neles/por eles e funcionam nos efeitos instaurados. Pelo fundo musical, pode-se ler/interpretar/compreender países considerados de primeiro mundo, no qual

os sujeitos, por habitarem esses países considerados mundialmente desenvolvidos legitimam/ancoram o que é dito no texto midiático.

O fio condutor dessa materialidade significativa é a questão: “*qual é o profissional responsável pelo desenvolvimento de um país?*” A resposta que instaura o efeito de evidência constituída pelo trabalho da ideologia na língua propõe: o professor. E isso está dito na língua oficial do país representado pelo personagem desses sujeitos, o que pode encaminhar para o efeito de sentido de que todos sabem o que é um professor. Isso significa em todos os demais países e em qualquer língua.

É latente o esforço do discurso institucional para inscrever-se na formação discursiva dos países de primeiro mundo, na constituição de efeitos de valorização do profissional do magistério e da profissão professor. Com esse discurso, pelo funcionamento da ideologia, ressoa outro efeito que desconstrói a representação latente no discurso midiático, ou seja, uma possível realidade, que dá visibilidade à falta de professores e à desvalorização do profissional. Isso ocorre, pois no dito ressoa o não dito e o que não está dito é que o professor é desconsiderado no discurso dominante e pelos poderes constituídos no Brasil.

Caso o sujeito-professor e a profissão ‘ser professor’ fosse valorizada no país, não haveria necessidade de fazer esse chamamento. A modalidade de identificação presente, nesse discurso, é a do bom sujeito, que constitui efeitos de sobredeterminação do locutor à forma-sujeito do discurso, explorando os pré-construídos, advindos do interdiscurso, que, como diz Pêcheux (2009, p. 198), fornece e impõe a realidade, de modo que o sentido ressoa como universalidade, da ordem do que tudo mundo sabe ou seja, o sujeito-professor como aquele que reproduz ou transforma a formação social.

O discurso propõe-se a construir uma representação identitária e imaginária em torno do sujeito-professor, mas o efeito para o sujeito interlocutor que não se inscreve na FD governamental, aquele que Pêcheux (2009) designa de ‘mau sujeito’, distancia-se dos saberes mobilizados no discurso e lê/interpreta/compreende o sujeito responsável pelo dizer como contraidentificado com a formação social em que o sujeito-professor faz a diferença. Ressoa, por essa contraidentificação, os não ditos, os silenciamentos em torno da falta de professores, da incompetência do governo na consolidação de uma educação de qualidade, no qual ser professor, significa transformar mentalidades.

A campanha, pelos não-ditos, ressoa como preconceituosa, pois se contraidentifica com o fazer governamental por meio de um discurso do próprio Governo, tendo em vista que na peça publicitária o locutor é representado pelo próprio governo, que protagoniza o

discurso, mas na prática promove a exploração e se constitui como responsável pelo que se apresenta.

Por esse discurso, o discurso constrói uma representação do que seja professor, mas o desconstrói, igualmente, os locutores, pela posição-sujeito ocupada no discurso, respondem à pergunta linearizada no eixo da formulação. Nesse mesmo eixo, se constituem efeitos de sentido de reconhecimento e representação de verdade, pois a fala desses sujeitos, na formação discursiva em que se inscrevem, possui como credibilidade a ideologia, que ressoa em relação ao imaginário dos sujeitos locutores sobre eles mesmos (sujeitos autorizados a dizer porque podem dizer) e em relação à memória em torno do que falam (dos professores e dos saberes que os legitimam sobre mudar um país e em torno dos sujeitos-cidadãos para os quais a educação tem sido significativa como uma forma de mudar de vida, de ascender socialmente).

A peça publicitária, diante dessas inscrições e desses imaginários, busca produzir um efeito de sentido de valorização do profissional e de reconhecimento, uma vez que os discursos de resposta são proferidos por sujeitos comuns, respondendo em suas próprias línguas maternas e de seus lugares de origem. Trata-se de um mecanismo importante na constituição de identificações. O sujeito-professor se identifica com os sujeitos-cidadãos e o locutor encaminha o seu dizer na direção dos sujeitos interlocutores, buscando adesão.

A afirmação de que o professor é responsável pelo desenvolvimento de um país, legitima e ancora os dois efeitos de sentido que referenciamos anteriormente: o lugar do sujeito professor no desenvolvimento do país e a igualdade no que tange ao direito de ser professor. Esses dois efeitos instauram um terceiro: o de que ser professor é vivenciar uma condição privilegiada, é ser importante.

No Brasil, por meio do *corpus* recortado, a condição de valorização do professor tem origem no próprio sujeito-professor. O funcionamento não é o mesmo que nos países dos sujeitos que respondem ao que é perguntado. Nesses países, todos dizem que é o professor, mas, no Brasil, contraditoriamente, quem diz/legitima a importância do professor é o próprio professor. Esse fato pode direcionar para um possível efeito de sentido de desvalorização do magistério, uma vez que o próprio profissional precisa se legitimar, dizendo que é parte da construção de um país desenvolvido. Trata-se do dizer que faz trabalhar o não dizer.

Ao mesmo tempo, o fato da materialidade não só afirmar, mas também expor por meio dos locutores e do discurso da professora, constitui efeitos de sustentação e de legitimação do lugar do sujeito-professor, como aquele que é responsável pelo desenvolvimento de seu país,

fator que ultrapassa o ato de ensinar e transcende as barreiras da sala de aula. O fato de o profissional representado imaginariamente no discurso ser uma mulher reforça a reprodução, ou seja, o magistério é o espaço do feminino, pois a mulher trabalha em casa ou como professora.

O modo como esse discurso se estrutura pode conduzir a uma possível identificação dos professores com a formação discursiva presente na materialidade significativa contribui para a construção identitária do professor, que primeiro deve ser mulher, segundo deve estar vestida com terninho feminino, mais formal como desejam as classes dominantes. O que se vê, significa como enunciado-imagem e por ele ressoam e significam as memórias pelo ver, que, nesse discurso, é representado pela tranquilidade e higienização do sujeito, que se veste formalmente e é igual aos demais sujeitos femininos que são professoras.

Há, nessa materialidade, efeitos de sentido que encaminham para a homogeneidade, simulando que em todos os países, o sujeito-professor desempenha a mesma função, ou seja, o de construtor de um país. Ocorrem, também, dois imaginários em funcionamento, o primeiro diz respeito à representação da nação brasileira dada pelos demais países, ou seja, de que Brasil é um país democrático e nele, todos podem ser professores, inclusive os negros, que historicamente têm se dedicado a trabalhos de menor expressão. Os interlocutores diretamente interpelados são as mulheres que podem/devem ser professores e, também, os cidadãos como um todo, que se identificam com o professor e, juntamente, com ele, poderiam mudar o país e participação da construção de igualdades. Cabe questionar, então, se predominam sujeitos negros? Fato observado por meio da professora brasileira presente na publicidade.

O segundo relaciona-se a efeitos de sentidos que evidenciam também o imaginário nacional sobre “ser professor”, tendo em vista que a peça publicitária é composta por uma agência brasileira e é representada pela voz governamental. Esse fato produz efeitos de legitimação e institucionalização do imaginário “ser professor” no Brasil. Nesse âmbito, há efeitos que, de um lado, valorizam a profissão e, de outro, acabam a estigmatizando, pois direciona ao público a quem se dirige o discurso: a mulher, o negro, sujeitos que historicamente caminham para a conquista de um espaço na sociedade.

O fato em questão é o de que todos podem ser professores, pois, apesar de, no Brasil, haver uma maioria de mestiços, pardos, negros, o direito à educação e à democratização do ensino foi conquistado por eles há pouco e, até então, só faziam parte dessa classe o clero e sujeitos brancos de maior poder aquisitivo. *Todos*, nesse âmbito, ressoa sentidos que

direcionam o convite a sujeitos na sociedade que até então não possuíam espaço para exercer a profissão do magistério. Por esses efeitos, ressoam também memórias e discursos em torno da divisão dada pelo próprio discurso, que legitima a mulher como o sujeito legítimo para ser professor. Esse efeito é visível pelo que ressoa da história, como historicidade que ressoa em torno da educação no Brasil.

Por muito tempo predominou a estruturação de uma educação elitizada, a qual excluía as classes menos favorecidas. Hoje, ressoa pelo discurso institucional, efeitos de democratização do ensino, como um simulacro capaz de instaurar evidências de que as formações sociais vêm mudando e novos espaços vêm sendo conquistados (LEDESMA, 2010). O Estado, no entanto, continua sendo autoritário, pois diz/determina quem deve/pode ser professor e como esse sujeito deve/pode ser representado por uma professora negra. Assim, há sentidos que não param de ressoar: o discurso governamental direciona a uma sociedade deixou de se mostrar como preconceituosa e desigual, abrindo espaço e convidando a todos para participarem como agentes transformadores na educação? Ou seria a profissão do magistério que se mostra como desvalorizada e estigmatizada, não sendo o foco da sociedade elitista brasileira? Jamais conseguiremos provar essas considerações, no entanto, talvez essa seja uma das principais contradições encontradas por/nessas materialidades.

Isso pode ser notado por meio da ênfase na informação de que a educação é para todos, o negro pode ser professor, a mulher deve continuar ocupando essa função e a ocorrência da valorização. Ressoam, por essa campanha, práticas discursivas de duas ordens: uma que sinaliza para a falta de professores, para a desvalorização das licenciaturas e outra que destaca a discriminação. Assim, os sujeitos que não possuem oportunidade na formação social, são chamados a ocupar o lugar de professor. Ao mesmo tempo se constroem evidências de que todos podem ser professor, é dito que os que ocupam esses lugares são mulheres e negros.

Outro fator pertinente relaciona-se à construção de um imaginário do ser professor, de um professor aos moldes apresentado pelo *corpus*, posto que ele apresenta o professor como aquele que ocupa uma posição sujeito responsável pelo desenvolvimento do país, sendo comum o olhar e a construção de um imaginário coletivo da formação social ao sujeito-professor. Isso ocorre porque os discursos em circulação apontam para esse possível efeito de sentido.

A mídia apaga, de certa forma, outros fatores relacionados ao desenvolvimento e o sujeito-professor é significado como o único responsável pelo sucesso do país, ressoando,

contraditoriamente, que ele é responsável pelo fracasso também. Assim, se o país tem problemas, o maior culpado é o professor. Com relação aos apagamentos, então, entram em cena outros “elementos” essenciais à promoção de uma educação de qualidade, a qual direciona o país para o desenvolvimento contínuo.

O discurso do sujeito-professora “*venha construir um país mais desenvolvido, mais justo, com oportunidades para todos. Seja Um professor,*” constitui efeitos de autoridade e evidências de que o sujeito-locutor é o professor e que ele pode/deve mandar. Esse efeito se constitui pelos verbos no imperativo: “*venha*” e “*seja*”, podem ressoar como convite, mas também como imposição, como ordem. Esses efeitos se apagam quando se olha quem assina a peça publicitária. O sujeito do dizer é o governo e colocar a voz instucional no sujeito professor funciona como um mecanismo discursivo que interpela os sujeitos a significarem o professor como sujeito que entra na ordem do discurso.

Nessa materialidade, entretanto, esse sujeito exerce a função discursiva de um porta-voz, que instaura um nós, estruturado pelo conjunto de sujeitos-cidadãos e aos possíveis candidatos a serem professores e poderem fazer um país *mais desenvolvido*. *Seja e venha* sinalizam, então, para a coerção que vem do discurso institucional. O fato de o sujeito-professor ser colocado em um patamar diferenciado constitui pertencimento a uma classe que deve ultrapassar a sala de aula, a fim de sustentar o que é colocado acerca de sua própria profissão. Constitui-se um imaginário de igualdade quando professor e país *justo, desenvolvido e com oportunidades para todos* inscrevem-se em uma mesma FD e, pelo processo metafórico, instauram-se efeitos de identificação entre professor e governo, como se um pudesse intervir no fazer do outro.

A professora diz “*bom dia pessoal, vamos lá*” e os alunos respondem ao cumprimento e aceitam o chamamento, simulando que alunos e professores vivem em harmonia. Esse discurso sustenta-se em um imaginário que já não funciona, mas retoma como memória o ambiente escolar, no qual cabe ao professor dirigir o processo (mandar) e ao aluno submeter-se (obedecer). A marca do professor seria a autoridade, mas esse discurso apaga que a autoridade significa a partir de um sujeito oprimido que também oprime. Apaga, também, as condições de produção do discurso, que é o chamamento para sujeitos ocupem o lugar vazio.

Nesse discurso, ocorre a imposição da figura do sujeito-professor que, ao mesmo tempo em que é aquele como outrora tinha uma função de autoridade, deixou marcas do “ser professor” em seu discurso – na verdade – esse não é o discurso do professor, enquanto

sujeito, mas o discurso governamental. Por esse discurso, o professor é representado como “salvador do país”, independentemente do que lhe é oferecido para isso. Tal efeito desloca a posição-sujeito do professor autoritário e portador do saber para o de um sujeito responsivo e construtor de igualdades sociais.

### **Considerações finais**

Por meio da análise do *corpus* foi possível identificar mais de um efeito de sentido, sinalizando para a (des)construção da formação identitária do sujeito-professor, representado imaginariamente como responsável pela formação dos sujeitos-alunos e pelo progresso do país.

Uma das contradições em funcionamento a partir disso é que o sujeito-professor, de acordo com o discurso veiculado pelo Ministério é muito importante, mas tal importância dada à profissão e ao profissional, no cotidiano do professor, não redundava em salário e muito menos em prestígio. Essa contradição sinaliza para a manipulação a partir da ideologia, que simula efeitos de verdades inquestionáveis, resultantes da construção de evidências de homogeneidade. Nesse discurso, o locutor que responde pelo dizer não é o professor, mas a instituição governamental.

Tento em conta que o dizer advém da instituição governamental e que o professor apenas reproduz o dizer, ressoam sujeitos que não se identificam com a condição de “ser professor” estabelecida pelo Ministério da educação e, por mais que sejam convidados, excluem-se e são excluídos da categoria, desidentificando-se, conforme Pêcheux (2009) postula.

Pelo que é dito pelo professor-personagem, nesse discurso, um porta-voz e ao que falha e falta no dizer, efeitos de sentidos contraditórios, ou seja, não há professores suficientes, as licenciaturas estão desvalorizadas, os sujeitos convocados (negros e mulheres) são os convocados para serem professores. Diante desse funcionamento, cabe ressignificar a profissão e identificar o real lugar do sujeito-professor na formação social.

Na materialidade analisada, o sujeito-professor é representado, por um lado, como um sujeito impositivo, pelo modo como emprega formas verbais no imperativo. Por outro lado, assume a posição-sujeito de quem apresenta vantagens, buscando a sedução, a apresentação de vantagens de ser professor. Ressoa, nesse discurso, discursos advindos da

história, da antropologia e do político, pelo que é possível ler/interpretar/compreender a formação social.

Na materialidade em foco, ressoam memórias pelas quais se constitui o imaginário coletivo da formação social e do que representado na formação identitária do sujeito-professor. No discurso, ele é representado como um profissional, mas o que acontece na realidade é ser tratado e pago como um profissional desvalorizado.

Nessa conjuntura, (des)constrói-se um olhar da formação social para um sujeito que precise ser detentor de todo o saber, colocando-se no lugar um sujeito que contribui de modo singular com o crescimento de sua nação. Esses efeitos de sentido possuem ligação direta com as condições de produção do discurso publicitário.

A mídia, nesse contexto, interfere na (des)construção da identidade desse sujeito, pois os sujeitos ao estarem em contato com a materialidade analisada, podem, conforme estabelece Pêcheux (1997), identificar-se com a formação discursiva que os domina, por meio dos efeitos de sentido produzidos e interpelados em sujeito.

Por fim, vale destacar que o discurso publicitário estrutura-se por mecanismos de identificação legitimadores da formação identitária do sujeito-professor, atendendo ao proposto pelo discurso político governamental, que assina a materialidade analisada.

## Referências

DAVALLON, Jean. A imagem como arte da memória. In: ACHARD, Pierre. **O papel da memória**. Trad. De José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999.

DURAND, Gilbert. **O imaginário**. Ensaio acerca das ciências e da filosofia as imagem. Trad. De René Eve Lévié. 3. Ed. Rio de Janeiro: Difel, 2004.

INDURSKY, Freda. **Unicidade, desdobramento, fragmentação**: a trajetória da noção de sujeito em Análise de Discurso. IN: MITTMANN, Solange; GRIGOLETTO, Evandra; CAZARIN, Ercília. **Práticas discursivas e identitárias**: sujeito e língua. Porto Alegre: Nova Prova, 2008.

LEDESMA, Maria Rita Kaminski. **Evolução histórica da educação brasileira**: 1549 2010. Guarapuava: Ed. da Unicentro, 2010.

ORLANDI, Eni. Efeitos do verbal sobre o não-verbal. **Rua**, Campinas: Unicamp, nº 1, p. 39-48, 1995.

\_\_\_\_\_. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 8ª. Ed. Campinas: Pontes, 2002.

\_\_\_\_\_. **Discurso fundador:** a formação do país e a construção da identidade nacional. 2. Ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2001.

PÊCHEUX, MICHEL. **O discurso:** estrutura ou acontecimento. 3ª. edição. Tradução Eni Orlandi. Campinas, SP/Pontes Editores, 2002.

\_\_\_\_\_. **Por uma análise automática do discurso:** uma introdução à obra de Michel Pêcheux. GADET, Françoise (org.) Trad. de Bethania Mariani *et al.* 3. ed. Campinas, SP: Unicamp, 1997.

\_\_\_\_\_. **Semântica e discurso:** uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi [et al]. 4ª edição. – Campinas, SP: editora da Unicamp, 2009.

RIBEIRO, A. P. G; FERREIRA, L. M. A Mídia e memória: **a produção de sentidos nos meios de comunicação** / Organizadoras Ana Paula Goulart Ribeiro e Lúcia Maria Alves Ferreira. – Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

TEIXEIRA, Níncia Cecília Ribas Borges. **Discurso, gênero e mídia.** In: A trama das humanidades: olhares, discursos, intervenções / Organização de Ariane Pereira, Everly Pegoraro, Guarapuava: Unicentro, 2010.

VENTURINI, Maria Cleci. **Imaginário Urbano:** espaço de rememoração/comemoração. Passo Fundo, RS: Editora da Universidade de Passo Fundo, 2009.

VENTURINI, Maria Cleci; FERNANDES, Célia Bassuma. O Imaginário em torno do sujeito-professor e da educação na revista Nova Escola. In: VENTURINI, Maria Cleci, DINIZ, Terezinha Marcondes; OLIVEIRA, Sheila Elias de. **O professor no Brasil:** dizeres contemporâneos. Guarapuava: Ed. Da Unicentro, 2012.