

Uma análise dos efeitos de sentidos e as estratégias do político no comercial da Proposta de Reforma do Ensino Médio

Kiára de Sousa Batista de Queiroz ¹

Maria José da Silva Bernardo ²

Irineusa Maria Ferreira ³

RESUMO

O presente trabalho é fundamentado na análise discursiva pecheutiana, com o objetivo de realizar uma análise discursiva, do comercial proposto pelo Ministério de Educação sobre a Reforma de Ensino. Neste contexto, procura identificar a importância do discurso e seus efeitos de sentidos causados pelo comercial a partir de um discurso governamental. Considerando, pois, que o discurso se materializa na enunciação, buscaremos através desta pesquisa, questionar como acontecem os gestos de interpretação na língua, sujeito e história, pois Orlandi, afirma que a língua se inscreve na história para significar e, no entanto, isso implica saber que toda interpretação é regulada por condições de produção específica, uma vez que está ligada a concepção discursiva de leitura. O cerne da pesquisa encontra-se, portanto, em analisar o comercial do MEC a respeito da Reforma de Ensino Médio com o intuito de legitimar o discurso do professor e do aluno. O estudo se apresenta na teoria da AD de linha francesa, com base nos postulados de Coutrine (2006), Pêcheux (2008), Orlandi (2008-2012-2014), e Maingueneau (2008). Logo, essa abordagem consiste numa visão crítica histórica- ideológica e seus deslizamentos de sentidos entre os sujeitos e os discursos propagados.

Palavras- chaves: Reforma de ensino. Efeitos de sentidos. Discurso.

INTRODUÇÃO

Pode se afirmar que os discursos voltados para a temática do ensino nas escolas já vem de muitos anos, mas pelo que se parece, a luta permanece até hoje visando procurar novas práticas para auxiliar os sujeitos a serem mais críticos e participativos na sociedade. Desse modo, essa constante luta e anseio de mudança deve privilegiar um enfoque no ensino de língua voltado para as práticas sociais, isso não significa dizer que seja através de uma Medida Provisória de Reforma de Ensino Médio que a situação educacional do país se resolverá.

No entanto, a proposta do discurso institucional, é o de impor a Medida Provisória (MP 746/2016), na tentativa de melhorar os resultados obtidos nos IDEBS que se encontram abaixo da média. Uma realidade da escola é que quando se trata com índices de avaliação divulgados pelos exames nacionais da Educação percebemos que nem sempre tais objetivos têm sido alcançados. Mas, Olandi (2014, p.11-12), atesta para o fato de desmistificar o eterno lamento “ninguém mais sabe ler ou escrever” ou pior as pessoas não leem, aqui a autora quer

¹ Professora da ECI. Professor Jose Gonçalves de Queiroz – Sumé- PB, kiaradeamparol@hotmail.com;

² Professora da ECI. Professor Jose Gonçalves de Queiroz – Sumé- PB, lylybernardo@hotmail.com;

³ Professora da ECI. Professor Jose Gonçalves de Queiroz – Sumé- PB, irineusamaria9@hotmail.com;

chamar atenção para outro tipo de perspectiva a de trabalhar com a Análise do Discurso. Pensando assim, a especificidade da AD é de trabalhar a linguagem como análise. Diante disso:

A análise do Discurso permite pensar a leitura (escrita) além da interpretação (E.Orlandi, 1998,1996): o sujeito que interpreta lê a partir de sua posição sujeito, o sujeito leitor crítico lê refletindo sobre sua posição sujeito, sobre as condições de produção de sua leitura, por isso ele não interpreta apenas ele compreende, sem no entanto trabalhar sua determinação através de sua teoria. (ORLANDI, 2012, p.14)

Então, ler na AD significa ir além da interpretação, posso afirmar que a Análise do Discurso não interpreta os textos que analisa, mas os resultados da análise desses textos (ORLANDI, 2012, p.32), entretanto, essas análises interpretativas se associam fixando-se nas marcas de discursividade, levando os sujeitos para uma viagem rica de interpretações possíveis, por conta dos conhecimentos adquiridos ao longo da vida, o que faz com que, não fique estagnada apenas na interpretação, pois, trabalha seus limites para obter significações. Pensando nisso, analisaremos dois comerciais televisivos abordando o conteúdo da nova proposta de reforma de ensino e seus efeitos de sentido causados pelo discurso do professor bem como também, no do aluno.

Para a nova proposta, é definida cinco áreas de conhecimento: linguagens; matemática; ciências da natureza; ciências humanas e ainda o aluno pode optar por uma formação técnica, ou profissional, sendo assim, apenas português e matemática serão obrigatórios nos três anos do ensino médio. Então, se propõe a Medida provisória MP de reforma de ensino, mas não se dialoga com os sujeitos do campo educacional, ou seja, sabe-se que essa medida não pode ser considerada democrática e sim, movida através das estratégias de interesses sócio-políticos e econômicos. Dessa forma, o objetivo dessa pesquisa é de analisar os efeitos de sentido presentes no discurso do comercial que trata da reforma de ensino tentando entender que estratégias discursivas e ideológicas estão sendo construídas. Nesse sentido, temos as seguintes perguntas de pesquisa:

Quais os efeitos de sentidos apresentados na fala do professor e do aluno nos comerciais?

Qual a consequência apresentada no discurso dos comerciais para o ensino?

JUSTIFICATIVA

Estamos sempre rodeados de uma infinidade de discursos o que nos dá desejo de entendê-los, e principalmente quando são bastante repercutidos, como é o caso da Reforma de Ensino Médio, pois, tudo isso tem a ver com a maneira de como ouvimos e o que querem dizer, portanto, esses discursos merecem toda nossa atenção. Já nos fala Pêcheux (2008, p.45) “foi a partir de Freud que começamos a suspeitar do que escutar, logo do que falar (e calar) quer dizer: que este ‘quer dizer’ se refere do falar e do escutar que decorre do discurso inconsciente embarcando sobre a linguística moderna buscando efeitos e condições”.

Sendo assim, o presente trabalho justifica-se pelo fato de que os discursos propagados insistem em convencer os sujeitos, como por exemplo, nos comerciais da proposta de reforma de ensino que analisaremos a diante. Portanto, se faz necessário realizar uma leitura observando as condições sócio-históricas e ideológicas, ou seja, é uma forma de nos pronunciarmos diante dos enunciados apresentados e observar que efeitos de sentidos estão perpassados no discurso governamental do comercial televisivo da reforma do Ensino Médio.

Pode-se afirmar que o gênero textual: propaganda tem o poder de persuasão e é notório em sua existência a presença aberturas, pois é possível observar nesses discursos, assuntos de polêmica e conflitos, seja em diversos segmentos da sociedade tanto no político, jornalístico e rede sociais. Assim, Mangala (Apud. Aranha 2009, p.37) define a propaganda como ideológica gratuita (paga pelo estado, pelos organismos sociais ou particulares), dirige-se ao indivíduo, visa à adesão individual a um dado sistema ideológico, podendo, contudo, dar lugar a adesões coletivas e apela para sentimentos morais, cívicos, religiosos e políticos. então, por isso, os comerciais que tratam da temática de reforma do ensino médio, é digna de um olhar analítico observando as estratégias do comercial, os efeitos causados na imagem do aluno e professor em relação a identidade e sua formação discursiva, memória e historização.

REFERENCIAL TEÓRICO

A nossa pesquisa está fundamentada nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha Francesa, mediado, sobretudo pelos estudos de Coutrine, (2006), Pêcheux (2008), Fernandes (2007,2012), Orlandi (2008-2012-2014), Maingueneau (2008), Farias (2015). De acordo com essa linha, Orlandi (2014, p.69) afirma ser a AD a disciplina que interroga os sentidos, no entanto temos a exterioridade, ou seja, é possível falar aqui da relação conjunta entre língua e ideologia, no entanto, isso tem fundamental importância porque é pela relação com a exterioridade que um analista pode dizer como o discurso funciona. Neste sentido, pensar a Análise do Discurso francesa é preciso enfatizar algumas questões políticas, pois, o

político está no fato de que tanto os sentidos como os sujeitos estão devidos em si e entre si (ORLANDI, 2014, p.27), na relação com o político existe a legitimação de retirar da historicidade do sujeito, porque os sentidos são apagados na memória e o sujeito acaba sendo influenciado por tais dizeres.

Senso assim, a Análise de Discurso pressupõe o fato de que há um real da história e que o homem faz história. Logo, para Orlandi (2012, p.60) a Análise de Discurso “objetiva compreender esse tipo de real, sujeito à interpretação e que se dá no cruzamento da língua com a história.” Neste sentido, Orlandi (2014, p. 68) atenta que a língua se inscreve na história para significar,” então, é exatamente neste momento, a partir dos sujeitos falando que o discurso se apresenta produzindo sentidos. Sobre esse aspecto Pêcheux (1995, 62), “analisa o discurso do qual uma ciência pode descrever o funcionamento”, entretanto, cabe aqui entender o discurso como a prática do homem no exercício da linguagem. Diante dessa posição a Análise do Discurso foi então, o lugar privilegiado de um encontro entre a linguística e a história (COURTINE, 2006, p. 40).

Desse modo, a AD pretende enveredar pelos caminhos da significação dando enfoque ao sujeito. Segundo Orlandi (2012, p.47) a AD se coloca pela maneira particular com que explicita o fato do sujeito e sentido se constituírem ao mesmo tempo, por um processo que tem como fundamento a ideologia e, como unidade linguística, o texto. Portanto, é através dos sentidos produzidos que descobrimos o quanto o sujeito está inserido num contexto histórico e ideologicamente situado. Desse modo, para a Análise do Discurso não haverá sentido se não houver a interpretação, logo, está presente em dois níveis: “na pessoa que fala e que analisa” (ORLANDI, 2012, p.19). Portanto, é um ato que pode estar visível ou não, por isso, requer um olhar mais investigativo. No entanto, o sujeito leitor é quem através de sua ideologia compreende o texto e seu sentido. Por isso, as contribuições da AD têm sido consideradas de suma importância para análise dos discursos apresentados nos textos.

O referencial teórico desse artigo será dividido em duas partes constitutivas, a primeira será: *Uma análise discursiva dos comerciais da reforma de ensino e suas estratégias políticas*. Entretanto, esse tópico discutirá a relação do discurso do comercial da Reforma de Ensino (RE), apresentar um efeito político desvinculando seu sentido. A segunda parte: *Os efeitos de sentidos constituintes no discurso do aluno e do professor*, o subtítulo fará uma abordagem sobre os efeitos de harmonia, imagem, efeitos de sentidos e suas condições de produções de acordo como são propagados no comercial do Ministério da Educação sobre a RE. Diante

dessas posições, o próprio Pêcheux (1975), considera o discurso como um dos aspectos materiais de existências das ideologias, pois ele acaba falando antes independente do sujeito do enunciado, por isso, muitas vezes a produção do discurso acaba sendo controlada, embora o texto seja unidade de análise, o discurso é o lugar da observação, portanto o discurso acaba sendo heterogêneo e devemos pensá-lo como formação discursiva e na sua maioria podem ser definidos em enunciados divididos, como por exemplo: a propaganda da RE que gera diferentes opiniões.

Assim, o corpus desta pesquisa consta dos discursos de dois comerciais televisivos propagados pelo MEC (2016) sobre a Reforma do Ensino. O primeiro comercial é abordado por um estudante, e já o outro por uma professora. Portanto, serão feitas algumas análises para observarmos construção de identidades apresentadas nesses comerciais. Contudo, tomaremos como base a teoria da AD e daremos importância ao sujeito, a ideologia, e ao discurso sócio-histórico. E assim, enfatizaremos na propaganda da RE suas possíveis condições de produções e o modo como os sujeitos e sentidos são controlados por instâncias políticas.

1- Uma análise discursiva dos comerciais da reforma de ensino e suas estratégias políticas

Os discursos que circulam no meio social são elaborados através de saberes e poderes. Nesse sentido, Gallo (2011), aborda uma análise bem mais cautelosa sobre os discursos postos em sociedade, no entremeio da tecnologia e a produção de feitos de sentidos, pois, é nesse espaço do acontecimento enunciativo que Gallo (2011), aproxima-se da AD. Visto dessa forma, tais enunciados acabam criando discursividade e uma vez, transposta para rede adquire outra memória, outra temporalidade e outro futuro. Assim, o sujeito precisa interpretar os discursos porque no espaço do entremeio do texto e a tecnologia existe uma mera repetição que forma a historicidade.

Há uma diferença radical entre o telespectador e a mídia porque, a grande mídia acaba informando interesses de próprio cunho, ou seja, a partir de um ponto de vista porque dentro de alguns discursos existem sempre vestígios de uma posição ideológica. E assim, a memória dos sujeitos acabam por um lado sendo influenciada, e no entanto, os sentidos são apagados, gerando uma gama de confusões no interdiscurso dos sujeitos porque o discurso é controlado por vozes políticas, como analisaremos adiante os comerciais da RE.

Ademais, tendo o sujeito como importante fator da interpretação, percebemos uma ligação entre a interpretação e a ideologia, pois, sabemos que o sujeito é quem determina as condições de produções. Todavia, podemos chamar essa concentração do sujeito como processo de individualização, ou seja, o indivíduo acredita ser “dono” de suas vontades que são constituídos pelo simbólico e pelo histórico sendo, no entanto, um sujeito interpelado.

Por conseguinte, Borges e Bastos (2011), afirmam que os discursos apelam em favor de interesses coletivos, pois mascaram interesses particulares e por isso, aborda o sujeito narcísico, ou seja, aquele que tem amor a si mesmo, eu o senhor das vontades, então, há uma semelhança entre o discurso do político diga-se, de passagem a maioria só pensam nos seus próprios interesses e muitas vezes esquecem da sociedade. Assim, Pêcheux teoriza que o sujeito é interpelado pela ideologia e, portanto, acaba sofrendo as coerções da formação discursiva e ideológica.

Dessa forma, o sujeito é visto como assujeitamento pela própria ideologia, e assim percebe-se que os enunciados propagados acabam evidenciando os discursos. Logo, esses textos apresentam aberturas, uma vez que buscam mostrar os efeitos de sentidos causados. Portanto, o sujeito acaba sendo afetado pelo discurso seja ele, televisivo ou eletrônico e às mídias acabam influenciando no aceitamento de tais dizeres, por isso tornam-se tão importante para a perspectiva discursiva exatamente por esses discursos fazerem parte de uma heterogeneidade colocando o analista para uma pura reflexão. Agora discutiremos no tópico seguinte como acontecem os gestos e efeitos de sentidos confrontando o discurso do aluno e do professor.

2- Os efeitos de sentidos constituintes no discurso do aluno e do professor

Sabemos da real situação e das dificuldades que a educação tem passado como, por exemplo, dificuldades voltadas para o ensino aprendizagem e bem como, a falta de mais investimentos neste setor. Então, pensando numa discussão democrática para a escola, o termo instituição social acaba adquirindo vários significados, porque agrupa interesses e estratégias para um grupo social, condutas e formas. Esses conceitos nos fazem refletir sobre como os sujeitos devem ser canais agentes capazes de buscar melhorias para intervir em boas práticas de conhecimentos cognitivos.

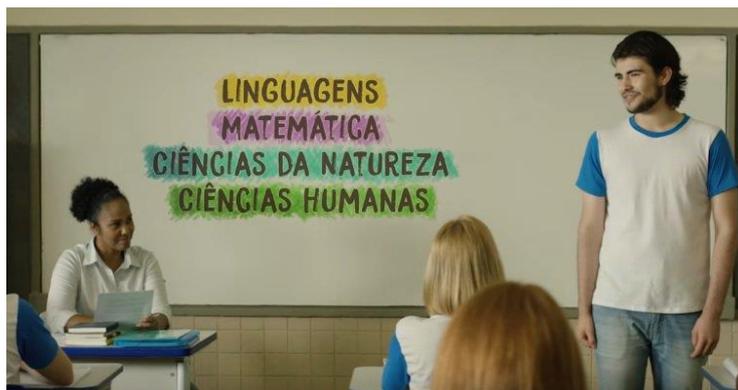
Sendo assim, não é através de uma medida provisória de ensino que a educação consistirá em um modelo de fonte inspiradora para outras escolas, não tão somente, porque o estado de Pernambuco conseguiu um bom resultado, ocupando o primeiro lugar do ideb por ter

implantado escolas de tempo integral, que surtirá efeito também nos outros. Mas, sobre o patamar de socialização de saberes e pelos princípios de igualdade, liberdade e fraternidade fazendo toda a comunidade escolar buscar desenvolver ações positivas. De uma maneira geral, para que o professor e a escola consigam exercer ações que produzam mudanças significativas na vida escolar, é necessário que os profissionais da educação sejam ouvidos constantemente, pois são eles que estão todos os dias enfrentando a realidade da sala de aula. Todavia, esse mecanismo de interatividade com a conjuntura política parece não acontecer, porque se prefere impor uma medida de ensino sem deixar a proposta bem articulada com os protagonistas da educação.

Pensando nesses aspectos iremos agora entender os comerciais sobre a RE no tópico seguinte.

2.1- O efeito de harmonia e identidade no discurso do professor e do aluno

Diante de tantas discussões sobre a reforma de ensino médio, as alterações que estão previstas na Medida provisória é a ampliação da jornada escolar de quatro horas obrigatórias por dia, para sete horas e também, entra em questão a organização do currículo escolar, pois com a medida provisória se faz exigências que ensino médio, seja voltado para os conteúdos que ainda serão definidos na Base Nacional Comum Curricular, ou seja, existe aqui um equívoco se propõe uma MP, mas não se define quais os conteúdos. Então, diante de tais proposições vemos que a metodologia colocada em questão está no fator, tanto qualitativo, quanto quantitativo. Pois bem, para o político a questão é criar condições quantitativas, mas será que a qualidade de ensino oferecida para as escolas é suficiente? Será que aumentando a carga horária e mudando os conteúdos para os alunos, deixando que os próprios escolham as áreas que mais se identificam vai gerar melhores condições de aprendizado? Essas questões são efeito de textos que circulam e que deixam aberturas, pois por esse motivo merece uma atenção analítica maior, tendo em vista que os resultados da educação não são colhidos há curto prazo, mas sim há longo prazo. Atentamos agora para a imagem do comercial da RE, em que o aluno é o mediador da discussão:



<https://www.google.com/search?q=comercial+de+reforma+de+ensino+medio+imagem&tbm=isch&so>. Acesso em 20 de novembro de 2018, às 13:32

Essa imagem mostra que o aluno é quem está no domínio total da situação do discurso, no entanto existe uma sintonia de harmonia, pois o vídeo apresenta um deslizamento de sentido que por sua vez, quem acaba explicando a definição do novo ensino médio é o aluno, ao invés de ser a professora, mesmo que em outro momento, já em outro comercial a versão se inverte e a professora também se coloca em cena, a ideia governamental genuína tenta persuadir toda comunidade escolar e se coloca preocupada com o ensino aprendizagem na educação como todo.

Tendo em vista esse fator, sabemos que para educar é preciso estudar, conhecer e aprender. Mas, agora o governo quer impor a medida Provisória de RE para tentar sanar com essas dificuldades. No próprio comercial, como a imagem acima evidencia temos a fala voltada flexibilização do currículo e as áreas de conhecimento: linguagens, matemática, ciências da natureza e ciências humanas, porém isso vai ainda mais além dessas áreas porque o aluno poderá optar por fazer junto ou separadamente um ensino técnico profissionalizante, mas só depois que tiver na metade do ensino médio. Portanto, a propaganda tenta convencer os sujeitos que esse é o caminho mais certo para manter uma educação equilibrada e aponta como sugestão a reformar o ensino. Logo, é notório pela imagem da sala de aula, como no vídeo, existe aceitação dos colegas e dá professora, assim sendo, o comercial apresenta ideologias dotadas de interesses políticos com as quais acabam convencendo os sujeitos sem que haja questionamentos, pois há um real sentido em tudo o que é dito e visto, como por exemplo, na imagem dos estudantes, na sala de aula e no articulador das ideias, ou seja, esse real compreende para os deslizamentos de sentidos, e porque não dizer que esse discurso está cheio de aspectos sociais, históricos e ideológicos pregando as mesmas condições de produção. Veja na imagem como o estudante mostra total domínio dos discursos e de persuasão:



<https://www.google.com/search?q=comercial+de+reforma+de+ensino+medio+imagem&tbn=isch&so>. Acesso em 20 de novembro de 2018, às 13:32

Quando passa o comercial, exatamente neste momento o estudante fala que o novo ensino médio se baseará na educação de alguns países que tratam a educação como prioridade como: Coreia do Sul, França, Inglaterra, Portugal e Austrália. Diante dessa ideia, Orlandi (2012, p.129), aponta para o fato de “a textualização e a colocação do discurso em palavras, tem uma relação necessária com o político”, ou seja, os discursos são meramente pensados e estruturados fazendo significar de seu modo particular. A grande questão aqui é trazer os países de representatividade para dá retorno a um discurso já visto e dito antes, só que não foi ouvido pela parte dos integrantes da educação no nosso país, o que não é o caso dos países que apontam como referências na educação, uma vez que lá se houve discussões por parte de todos os envolvidos na gestão educacional.

Então, estamos diante de uma utopia, pois quando não existem discussões como é o caso do nosso país, para se ouvir o que é positivo ou não, também tão pouco existirá democracia. É preciso se construir uma cultura democrática, pois a escola é uma instituição encarregada de características para a consecução da Educação como: a socialização, assimilação e conhecimento. Mas, a propaganda do MEC para minimizar essas situações propõe que tanto no discurso do aluno, quanto da professora uma solicitação para haver entretenimento e no final suaviza: “acesse o site e participe das discussões, agora é você quem decide seu futuro”. Paradoxalmente, esse enunciado quer trazer um sentido de afinidade por parte de todos envolvidos com a educação do país, mas para ultrapassar essa noção de sentido decorrente da ideologia de sujeitos dotados de saber político se faz necessário compreender a realidade política e social, pois não temos visto diante da situação educacional um efeito harmônico, muito embora o comercial tente passar isso: que está todo mundo inclusive a professora e os alunos estão aceitando a ideia. Porém, a realidade mostra que os estudantes e

também os professores de muitas instituições espalhadas de Brasil a fora fazem protestos e sem contar que alguns órgãos públicos foram ocupados em tentativa de coibir com as ações do poder político.

Outro fator interessante se dá pelo fato de o comercial da professora que também abordava a temática da reforma de ensino médio ter sido colocada fora do ar pela rede globo de televisão, talvez esse fato se dê porque a maioria da classe docente resiste a tal ação imposta, e não aceita as novas formas de ensino. Todavia, o vídeo ainda prevalece no site do MEC e em alguns canais, muito embora não seja apresentado assiduamente para os telespectadores, o fato é que a discussão retoma o discurso da seguinte forma:

Atenção turma! Porque agora é hora de falar de educação. Vocês sabiam que a última avaliação da educação mostrou que o Brasil precisa melhorar muito o ensino médio, isso mesmo! O desempenho dos jovens em matemática e português está menor do que há vinte anos. Duas décadas gente! E hoje são dois milhões de jovens que nem estudam nem trabalham. Preocupante não é? A gente precisa virar essa página! Melhorar a educação dos jovens é uma das tarefas mais importantes do Brasil. É para ontem! O novo ensino médio vai dar mais liberdade para você escolher as áreas de conhecimento de acordo com sua vocação e projeto de vida, ou ainda optar pela formação técnica caso queira concluir o ensino e começar a trabalhar. Acesse o site e participe das discussões. (MEC. GOV.BR)

Decerto que há muito que dizer sobre esse discurso da professora tentando explicar a reforma de ensino, assim percebe-se que os dizeres estão atrelados a uma demanda de autoridade trazendo nesses enunciados cadeias de significantes, que tanto pode envolver o discurso do eu político o como o discurso do outro.

Neste sentido, evidenciando a identidade de um sujeito com a imagem de uma professora muito feliz tornando o discurso digno de confiança por enfatizar uma sala de aula aparentemente harmoniosa e uma docente altamente confiante do dizer acaba assim, passando a ideia para os telespectadores de que o discurso propagado apresenta uma verdade, pois a professora utiliza de jogo argumentativo muito bem elaborado: “*O desempenho dos jovens em matemática e português está menor do que há vinte anos. Duas décadas gente! E hoje são dois milhões de jovens que nem estudam nem trabalham. Preocupante não é? A gente precisa virar essa página! Melhorar a educação dos jovens é uma das tarefas mais importantes do Brasil. É para ontem!*” Esse discurso mostra que há condições impostas tentando convencer os sujeitos para aceitar realmente a nova forma de ensino, ou seja, devido a interpretação de todos os estudantes na sala de aula aceitar o discurso propagado pela professora no vídeo, a impressão que é produzida pelas imagens surtem efeitos de sentidos que trazem por si só, a alienação dos telespectadores, no entanto, os sujeitos acabam sendo assujeitados e

influenciados a aceitarem os discursos, porque a propaganda exerce seu poder para controlar os sujeitos e assim, é retirada a historicidade do sujeito. Por isso, todo discurso precisa de ser desvendado os seus sentidos. Orlandi (2012, p. 180) enfatiza a seguinte ideia:

A Tevê produz repetição sem memória... A memória neste domínio de reflexão, é o que chamamos de interdiscurso, o saber discurso, a memória do dizer, sobre o qual não temos controle. Trata-se do que foi e é dito a respeito de um assunto qualquer, mas que, ao longo do uso já esquecemos como foi dito... (ORLANDI, 2012, p.180)

Diante dessa afirmação percebemos o quanto o político influencia muitas coisas em nossa volta, até a própria TV e a mídia, Orlandi afirma (2014, p.27) que o “político está no fato de que tanto os sentidos como os sujeitos estão divididos em si e entre si”, notadamente esse efeito de sentido é perceptível, porque se existe algum interesse a produção do discurso é controlada, organizada e redistribuída, sendo assim, só se anuncia aquilo que favorece aos interesses particulares e muitas vezes, os sujeitos de tanto ouvirem determinados discursos tendem para a aceitação dos mesmos, e a memória tem relação discursiva direta com os efeitos de sentidos se apresentada num espaço móvel de divisões, de deslocamentos e retomadas e portanto, a TV funciona como o lugar de construção de memória discursiva e coletiva, por isso, o comercial da RE se coloca como o lugar de construção de interpretação através de constantes e ressignificações. Portanto, esse trabalho enfatizou questões relacionadas a Análise do Discurso como acontecimentos em práticas sócio- históricas examinando os comerciais sobre o novo ensino médio proposto pelo Ministério da Educação.

Considerações Finais

A grande contribuição da Análise do Discurso é que a luz dela podemos enxergar o mais além, pelo simples fato de não interpretar apenas os textos, mas de analisá-los de mais perto. Neste sentido, nesta pesquisa voltemos nosso olhar para o comercial de Reforma de Ensino do MEC sobre uma postura discursiva frente ao que quer dizer o novo ensino médio e seus efeitos de sentidos perante o sujeito. Todos nós sabemos que educar é fazer emergir vivências do processo de conhecimento. O “produto” da educação deve levar o nome de experiências de aprendizagem e não simplesmente aquisição de conhecimentos supostamente já prontos e disponíveis. No entanto, sabemos que o processo educacional precisa e deve inserir a educação democrática para todos discutirem juntos em favor do melhor para a educação do nosso país.

Enfatizou-se questões relacionadas aos discursos de interesses políticos dotados de saber e poder colocando a imagem de um estudante e de um professor para atender as

expectativas de um discurso considerado governamental repleto de insistências gerando todo um efeito de sentido que só através da AD pode se ter uma análise mais atenta sobre esses enunciados que circulam na sociedade como um discurso absoluto. Nosso intuito foi de despertar o interesse para a perspectiva discursiva tentando despertar o senso crítico dos indivíduos. Portanto, se faz necessário refletir sobre um processo de formação ativa e reflexiva e dá ênfase aos quatro pilares da educação, isto é, aprender a aprender; aprender a ser; aprender a conviver; e aprender a fazer. No entanto, percebemos o quanto esses temas são úteis na prática de ensino, porque se faz necessário pensar em políticas educacionais que levam à construção de um mundo melhor e não impor medida sem consultar toda comunidade educacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COUTRINE, Jean-Jacques. **Uma genealogia da Análise do Discurso**. São Carlos: Claraluz, 2006.

_____. **Linguagem, discurso político e ideologia**. São Carlos: Claraluz, 2006, p. 59-86.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

ORLANDI, E. P. **A Análise de Discurso em suas diferentes tradições intelectuais: o Brasil**. São Carlos: Claraluz, 2005, p. 75-88.

_____. **Ciência da Linguagem e Política: Anotações ao Pé das Letras**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2014, p. 65-74.

_____. **Análise de Discurso e contemporaneidade científica**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012, p. 37

_____. **Princípios e Procedimentos**. 6ª ed. Campinas, São Paulo: Cortez, 2005b.

_____. **Discurso e Leitura**. 8ª ed. São Paulo: Cortez, 2008.

FERNANDES, Cleudimar Alves. **Análise do Discurso: Reflexões Introdutórias**. 2ª ed. São Carlos: Clara Luz, 2007.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: ou estrutura acontecimento**. 5ª ed. Campinas, São Paulo: Pontes editores, 2008.