



SEJA UM PROFESSOR! O DIZER DOS DOCENTES DE UM CURSO DE PEDAGOGIA

Fabíola Ponzoni Balzan FAACS

Regina Maria Varini Mutti UFRGS

Resumo:

Visando a analisar efeitos de sentidos sobre a valorização do professor e a refletir sobre a posição do professor como docente do Ensino Superior, esse trabalho é o recorte de uma pesquisa de doutorado em andamento. Os professores, após assistirem a um vídeo, se manifestaram a partir de uma entrevista semi-estruturada. As marcas selecionadas foram a pergunta e o coletivo. Os efeitos de sentido produzidos remetem ao questionamento, pelos docentes, dos sentidos positivos exacerbados tal como aparecem na propaganda; apontam à defesa de uma posição de humildade frente aos desafios da profissão e a função da educação responsável pela democratização dos saberes. O referencial teórico-metodológico utilizado é o da Análise de Discurso francesa. Busca o estranhamento de sentidos naturalizados pela linguagem. Guia a análise pelas marcas linguísticas, presentes no nível das formulações intradiscursivas relacionando-o ao interdiscursivo. Aponta à heterogeneidade do sujeito e do discurso e concebe que os sentidos são produzidos pelos sujeitos historicamente, mediante o uso da língua, sendo formulados a cada enunciação, numa dinâmica de significação aberta a novos sentidos.

Palavras-chave: Pedagogia. Discurso. Sujeito-professor.

Esta profissão precisa de se dizer e de contar: é uma maneira de a compreender em toda a sua complexidade humana e científica.

(NÓVOA, A. 1992, p. 9)

No ar, o professor ...!

O Ministério da Educação (MEC) abrigou, na Internet, um portal intitulado *Seja um professor*¹ o qual apresentava um *menu* composto por seis opções. Em cada uma delas, havia vários links que remetiam a páginas explicativas, a saber: 1) Como se tornar um professor? (Perfil do professor/ Requisitos/ Formação/Seleção/ Principais Licenciaturas/ Programas de incentivo) 2) Mercado de trabalho (Onde trabalhar/ Oportunidades na rede federal/Carreira e remuneração/ Legislação) 3) Serviços ao professor (Ferramentas de trabalho/Concursos e prêmios/ Pesquisa e formação/ Tecnologia) 4) Curiosidades (Como surgiu a profissão/Fatos interessantes/ Grandes educadores) 5) Fale com a gente (Receba novidades) 6) Notícias. Na parte inferior da tela, em destaque, proporcionado pelo uso de linhas horizontais nas cores verde e amarelo, pela presença da bandeira em formato reduzido e pelo uso da palavra *Educação* e da sigla *MEC*, lia-se: *Seja um professor. Venha construir um Brasil mais*

desenvolvido, mais justo, com oportunidades para todos. Abaixo do slogan e na parte central foram disponibilizadas, até meados do mês de julho de 2010, duas peças publicitárias intituladas “*Valorização do professor I*” e “*Valorização do professor II*”, cuja temática é a valorização do professor e, conseqüentemente, da carreira do magistério. No rodapé, para arrematar o convite ou aumentar o estímulo ao ingresso na Licenciatura, estava registrado: *A profissão que pode mudar o mundo.*

O objetivo da campanha, embora não tenha sido explicitado, é incentivar o ingresso de jovens nos cursos de Licenciatura. Nas campanhas, o destaque é dado ao professor, ser humano, como o responsável pelo desenvolvimento socioeconômico das nações ou pela formação de jovens curiosos, pensantes, alegres, enfim, cidadãos. A emoção do telespectador começa a ser mexida.

Esses trabalhos fazem parte de uma propaganda maior que conta com 14 peças publicitárias sobre a educação escolar brasileira a cargo da agência Link Comunicação e Propaganda que desde julho de 2008 tem, em sua lista de clientes, o referido ministério.

O suporte teórico desse estudo é a Análise de Discurso (AD) de origem francesa. Essa referência articula o lingüístico, com o social e o histórico. Assim, a linguagem é entendida como um objeto a ser estudado não apenas tendo em vista o interior (forma lingüística). Também atenta-se ao seu exterior (forma material da ideologia). Logo, a língua não é transparente, homogênea. É compreendida como passível de equívocos, falhas, deslizes, relacionada à ideologia na medida em que materializa e regula sentidos e é articulada a uma determinação histórica. Sujeito e sentido se constituem no discurso. Portanto, não pré-existem. Atentando para o pressuposto de que o sentido não está na palavra, o sujeito, ao enunciar, traz à tona uma história, uma ideologia. Os seus enunciados produzem efeitos de sentido a partir de gestos de interpretação realizados pelo sujeito e são dependentes de sua posição na cadeia discursiva. O sujeito está filiado a uma memória histórica, ideológica que o constitui e que ele retoma toda vez que coloca a língua em movimento.

Pêcheux¹ esclarece

A análise de discurso não pretende se instituir em especialista de interpretação, dominando “o” sentido dos textos, mas somente construir procedimentos expondo o olhar-leitor a níveis opacos à ação de um sujeito (tais como a relação discursiva entre sintaxe e léxico no regime dos enunciados, com o efeito do interdiscurso induzindo nesse regime, sob a forma do não dito que aí emerge, como discurso outro, discurso de um outro ou discurso do Outro). (2011, p. 291).

¹ Texto inédito até a morte do autor. Publicado na revista *Mots* em março de 1984. Traduzido e publicado na revista *Escritos* do Labeurb/Nudecri – UNICAMP. Em 2011, foi traduzido por Eni Puccinelli Orlandi e publicado pela Pontes Editores.

Um caminho que viabiliza a análise, de acordo com a AD, leva em conta os níveis intradiscursivo e interdiscursivo. O Intradiscurso permite, pela memória discursiva (interdiscursivo), buscar os discursos outros, já que ambos fazem parte do processo discursivo. Ele nos direciona às complexas formações discursivas nas quais todo dizer está inserido e fornece pistas para compreender o interdiscurso (a exterioridade discursiva).

Para a realização desse estudo, os professores de um curso presencial de Licenciatura em Pedagogia, após assistirem a um vídeo, anunciado anteriormente, foram convidados a se manifestarem a partir de roteiro (entrevista semi-estruturada). Há dois vídeos que se referem à valorização do professor, porém aqui apenas um deles (Valorização do professor II) será objeto de estudo. Os enunciados dos professores foram gravados e, posteriormente, transcritos para leitura e análise.

O objetivo é analisar, nos enunciados de professores de um curso presencial de Pedagogia, efeitos de sentidos que se refiram a valorização do professor e a refletir sobre a posição do sujeito-professor como docente do Ensino Superior que (trans)forma professores para atuarem em ambientes educativos formais e não formais.

Trabalhos sobre formação de professores são comuns como também é a linha de pesquisa que investiga essa temática. Então, por que mais um? A insistência se dá no sentido privilegiado nesse estudo: a vivência de um momento paradoxal. Sabemos que, enquanto a educação ocupa espaços de destaque em variados contextos, existe uma desvalorização do magistério. Elege-se a educação como área prioritária de qualquer proposta e assiste-se a fortes e fartos investimentos em setores do ensino. Por outro lado, testemunha-se que as Licenciaturas abrigam os acadêmicos que não lograram aprovação em cursos mais disputados na relação número de vagas X candidatos inscritos e de maior prestígio social.

Não é de hoje que há estudos sobre políticas educacionais no Brasil, principalmente nos espaços e tempos da pós-graduação. AZEVEDO (2004) aponta que desde a década de 80 esses estudos passaram a ganhar destaque possibilitando a consolidação de um campo investigativo – políticas públicas. O cenário dessas últimas décadas vai configurando-se através de mudanças pelas quais o Estado e, conseqüentemente, toda a sociedade, passam: governos militares, possibilidade de retorno à democratização, globalização do capital.

Mais recentemente, o Estado propôs uma revisão sistematizada de vários temas educacionais objetivando adequar a educação brasileira aos novos marcos econômicos determinantes das políticas públicas. Entre os anunciados temas, a formação de professores.

Além disso, justificando de forma pessoal, já que esse texto também o será, é uma oportunidade para falar para/com outros colegas, para enunciar de/para dentro da profissão

sobre a valorização. Geralmente, não é tranquilo olhar para nós mesmos, porém necessário e importante porque é uma incursão direcionada aos (meus) sentimentos em turbulência na profissão.

Após a promulgação da última Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB EN/96), houve uma profusão de textos legais derivados sobre a formação de professores. Isso se deu, principalmente, porque a LDB/96 assumiu um perfil amplo e flexível. As políticas educacionais de formação de docentes fazem parte de uma esfera mais abrangente: políticas públicas contemporâneas relacionadas ao panorama sociopolítico e econômico brasileiro e mundial. Políticas públicas definem-se por um novo mapa socioeconômico mundial impondo diretrizes de redefinição do papel do estado, uso de tecnologias e globalização da economia. Como não poderia deixar de ser, outro modo de se conceber o trabalho e os trabalhadores, de modo geral, impõe-se. Aos professores, em particular, uma (trans)formação continuada. O professor não é mais um simples executor de tarefas bem aos moldes fordista/taylorista. Portanto, exige-se um profissional cooperativo, autônomo, criativo, comunicativo, competente linguisticamente, hábil no trabalho em equipes, ... ufa! E, para atingir isso, quais as ações do estado? O que é ofertado em relação às políticas educacionais públicas de formação de professores? Evidentemente, o modelo econômico descrito pressupõe que a responsabilidade de (trans)formação seja de cada um.

Assim,

Os indivíduos são convocados a serem responsáveis pelo seu destino, pela sua sobrevivência e pela sua segurança, gestores individuais das suas trajetórias sociais sem dependências nem planos predeterminados. No entanto, esta responsabilização ocorre de par com a eliminação das condições que a poderiam transformar em energia de realização pessoal. O indivíduo é chamado a ser o senhor de seu destino quando tudo parece estar fora de seu controle. A sua responsabilidade é a sua alienação; alienação que, ao contrário da alienação marxista, não resulta da exploração do trabalho assalariado, mas da ausência dela. (AFONSO, 2003, p. 44)

Logo, evidencia-se que, nessa área, o sucesso de políticas públicas nem sempre está presente talvez porque sua principal personagem – o professor - não tenha sido convidado a atuar, embora esteja (muito) envolvido. Portanto, não compreende o objetivo da formação, já que é obscura a origem das propostas e de seus fins. Por sua vez, a comunidade escolar e a sociedade anunciam a incapacidade da escola pública educar as pessoas.

Valorização do professor II

A agência divulga que a peça foi dirigida por Helvécio Ratton com duração de 1 minuto e 15 segundos e classificada como videofonográfica. A data de registro apresentada na tela, antes da exibição do trabalho durante 11 segundos, é 31 de agosto de 2009.

Textos publicitários caracterizam-se pelo trabalho com várias linguagens (verbais, musicais, gestuais, visuais, etc.) ao mesmo tempo, a fim de produzir, um todo de significação. Verifica-se, portanto, uma tendência de linguagens híbridas ou mestiças para a linguagem audiovisual recente. Assim, os cenários, a iluminação, o acústico (música, ruídos, vozes, narração), o figurino, as tomadas de câmera, etc. constroem um todo de significado. Além disso, a qualidade de ser híbrida também pode assumir outro sentido. Machado (2011) afirma que o vídeo opera com códigos diferentes, importações de outros meios de expressão (por exemplo: teatro, rádio, cinema, computação gráfica, entre outros) e, ao (re)processar essas formas de expressão, atribui-lhes novos sentidos, sintetizando muitas e distintas contribuições. A publicidade adota a linguagem cinematográfica evitando certos posicionamentos de câmera e, conseqüentemente, privilegiando outros. A princípio, o critério de escolha desses posicionamentos é o tamanho do objeto. Quase sempre, e também aqui nessa análise, o objeto é uma pessoa. Então, adequados posicionamentos para o vídeo são aqueles em que as pessoas são filmadas “de perto” (cabeça e tórax), ou seja, em close-up e plano próximo.

No anúncio, inicialmente, há rápidas tomadas mostrando sete países através de belo efeito visual: Inglaterra, Finlândia, Alemanha, Coreia do Sul, Espanha, Holanda e França (nenhum deles localizado na América Latina). São mostradas ruas com trânsito de pedestres e de veículos e monumentos (ícones) facilmente reconhecidos. Exemplo: relógio Big Ben, ônibus de cor vermelha de dois andares, etc. Logo após, sete pessoas são entrevistadas pertencentes respectivamente aos países anunciados anteriormente. Destas, quatro são homens e três, mulheres que responderão de forma alternada (homem-mulher) a questão lida pelo narrador: *Qual é, na sua opinião, o profissional responsável pelo desenvolvimento?* Todos os entrevistados enunciam, sem hesitar, mesmo que demonstrem, através rápido movimento dos olhos e da cabeça, que pensaram um pouco antes de emitir a resposta: *O professor!* Todos aparecem, mexendo a cabeça de cima para baixo, em plano próximo e emoldurados por bonitas paisagens ao fundo. Efeitos de sentido produzidos são de certeza e de convicção do que está declarado. Esse é o texto verbal comum a todas as respostas e traduzido, por legendas registradas na parte inferior do vídeo, para as diferentes línguas faladas nas metrópoles apresentadas no início da peça. Moradores dessas grandes cidades, não ligados diretamente aos processos educativos formais, ou seja, não são professores, economicamente bem

sucedidas, depõem afirmando ser o professor o profissional responsável pelo sucesso, pelo desenvolvimento. As músicas de fundo são trilhas instrumentais executadas na primeira parte por um sintetizador eletrônico. O efeito produzido é o de que a música seja apenas um acompanhamento discreto e que a principal mensagem seja a de que a educação pode mudar o mundo. No último depoimento, a trilha muda. É apresentada por instrumentos mais conhecidos, mais populares aqui no Brasil promovendo um efeito de leveza e de pertencimento: flauta, violão e tamborim, cúmplices do samba-choro, conversam em harmonia. Assim, o espectador se sente em casa e o tom formal e sério do início da peça publicitária é suavizado. Em seguida, a principal personagem aparece: a professora negra, jovem e magra caminha devagar (gingando) se dirigindo aos seus estudantes e fala olhando para a câmera (para o espectador) gesticulando com o braço direito: *Venha construir um Brasil mais desenvolvido, mais justo e com oportunidades para todos. Seja um professor!* No braço esquerdo carrega materiais. Embora em todas as respostas emitidas o artigo e o substantivo estejam no gênero masculino, quem desfila é uma professora (mulher). Ora, como ser diferente se o magistério brasileiro é exercido muito mais por mulheres do que por homens! Ou será essa a profissão natural das mulheres? Ao olhar para a turma de estudantes que a espera (uniformizados e disciplinarmente sentados nos degraus que dão acesso a Escola) diz: *Bom dia! Vamos lá!* As crianças, em coro, respondem: *Bom dia! Vamos!* No momento em que o movimento das crianças inicia, a professora toca cuidadosamente duas delas como se fosse conduzi-las, pelo seu gesto, ao interior do prédio escolar. Lembro, aqui, a etimologia da palavra pedagogo: aquele que guia ao conhecimento.

A narração, realizada por uma voz feminina, finaliza a peça, orientando espectadores a informarem-se mais sobre a profissão no site do MEC. O endereço eletrônico é projetado ocupando toda a linha horizontal disponível. A imagem fica fora de foco porque o que tem que aparecer com nitidez não é mais a performance da professora e, sim, os ícones apresentados ao mesmo tempo na tela.: PDE, MEC e Brasil – um país de todos. Mesmo assim, é possível continuar vendo a professora e os estudantes dirigindo-se ao interior da escola.

A seguir, apresento alguns frames capturados da peça publicitária “Valorização do professor II”.

Figura 1: seleção de frames da peça publicitária Valorização do professor II.



Fonte: www.mec.br

Figura 2: seleção de frames da peça publicitária Valorização do professor II.



Fonte: www.mec.br

Figura 3: seleção de frames da peça publicitária Valorização do professor II.



Fonte: www.mec.br

Em relação à peça publicitária selecionada, as tomadas de câmera no plano de filmagem estão posicionadas, em relação à professora, em *close-up*. Somente nos frames capturados no início da peça, em plano geral. O efeito de intimidade é gerado pelo *close-up* e pelo plano próximo. Nessa peça, a câmera privilegiou elementos gerais (paisagens) no início e, após, mostrou a estrela do comercial próxima do espectador.

O intradiscurso é composto duas frases; uma afirmativa e uma interrogativa. São elas: *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?* A voz masculina narra quase todo o texto, enquanto é destinado à voz feminina apenas a leitura da referência ao MEC e do slogan do

governo federal. Os efeitos de sentido provocados remetem à generalidade e indefinição principalmente em relação ao uso dos termos alguns, mostraram, uma, nós. Quantos países? Os selecionados para a peça? É possível a seleção de mais algum? Mostram como o desenvolvimento? Como e através de que instrumentos é determinada a capacidade de um país se desenvolver? Qual o contexto social, político e econômico dos últimos 30 anos? Que outros profissionais também seriam responsáveis pelo desenvolvimento social e econômico dos países citados? Quem está autorizado, na peça, a perguntar? O nós se refere a quem? Quem pode responder essas perguntas? Tais questões são pertinentes aos pressupostos teóricos adotados para a realização desse estudo e contribuem para a produção de sentidos do viver corriqueiro de educadores e para a produção de sentidos sobre a valorização do professor.

O professor do curso de Pedagogia enuncia!

E 1 Será tão fácil assim atender a esse chamado do governo, da peça publicitária para ser professor, hoje? Eu não sei se é tão fácil ...

E 2 Para o professor do curso de Pedagogia, que tem a tarefa de formar o pedagogo, a tarefa de formar o professor que vai atuar na educação, ele traz também um papel muito interessante no que diz, por exemplo, a questão de ser agente responsável pelo desenvolvimento, de ser agente responsável pela sociedade, de certa forma de ter um papel de desenvolver na sociedade a questão da cultura, a questão das relações sociais, porque quando fala em desenvolvimento econômico também fala em desenvolvimento social. Mostra países que tem também um alto desenvolvimento cultural, então essa relação da cultura, então a cultura universal também está inserida nesse vídeo e a cultura universal que de certa forma influenciou também, influenciou a nossa cultura, então isso... E quem que tem esse papel? O vídeo aponta, conforme a resposta das pessoas, de vários países, pessoas comuns, o vídeo aponta: O professor tem esse papel, então o que ele vai resgatar? Ele vai resgatar mesmo, que eu vejo que é importantíssimo, ou seja, aquela autoestima de ser professor, então ele resgata a autoestima do professor, ele te dá um orgulho de ser professor, então mesmo que tu exerças outra profissão, tu tens a profissão de professor, ela cumpre um papel social, cumpre um papel social, coletivo, desenvolve o coletivo. Você pode ser um executivo que está desenvolvendo um excelente projeto dentro de uma empresa, então usando como um exemplo, no momento que chegas a sala de aula estas lidando com várias pessoas de várias camadas sociais e, além disso, está desenvolvendo uma espécie de crescimento social, então aí é o professor, na empresa sim, ele está fazendo isso, ele está tendo um papel de desenvolvimento econômico pra sua empresa, em consequência um desenvolvimento econômico pro seu município, pro seu país, pro seu estado, mas isso gera um lucro mais imediato, um lucro mais privado, um lucro mais privado que é importante, mas o professor, o mesmo professor que sai da empresa e vai pra faculdade vai chegar e desenvolver o quê? Desenvolver uma espécie de crescimento social, um resgate na questão da coletividade.

Nos enunciados transcritos acima destaco a marca da pergunta (E1 e E 2).

Questionar, indagar, inquirir, não saber. Colocar em xeque, desconfiar, duvidar. No gesto de interpretação que procedo, o efeito de sentido provocado pelo E 1 e pelo E 2 é o de propor a reflexão. Não é o fim do jogo, não é exterminar com o adversário, impedir a próxima

jogada, vencer, mas fazer continuar o jogo, fazer continuar o pensamento sobre a docência, convidar à participação, à reflexão tendo em vista mudanças na postura didático-pedagógica. Embora o advérbio *talvez* seja classificado como periférico, ou seja, no E 1 reforça o efeito de perguntar. Esse advérbio modalizador asseverativo relativo aponta para a eventualidade, para a possibilidade ou impossibilidade. Vale destacar o efeito de sentido da não filiação do sujeito-professor com a verdade absoluta ou com modismos estabelecidos de procedimentos e de posturas didático-pedagógicas. Portanto, há baixo grau de adesão aos tradicionais postulados da área da educação.

De acordo com o referencial teórico da AD de origem francesa (Pêcheux, 2009), quando o sujeito enuncia, filia-se à memória discursiva da área que é heterogênea e aberta a outros sentidos. O sujeito-professor enunciador acessa a memória discursiva da área, resignificando seus enunciados, uma vez que

Todo enunciado, toda sequência de enunciados é, pois, linguisticamente descritível como uma série (léxico-sintaticamente determinada) de pontos de deriva possíveis, oferecendo lugar à interpretação. É nesse espaço que pretende trabalhar a análise de discurso (Pêcheux, 2008, p. 53).

A expressão *não sei*, enunciada logo após o advérbio referido acima, contribui, no E 1, para o reforço ao questionamento. Mais uma vez, o sujeito-professor deixa explícita sua disponibilidade e sua disposição para o questionamento da prática didático-pedagógica.

No E 2, a marca *coletividade* também provoca um efeito de sentido que se afasta dos postulados da Pedagogia Tradicional. O sujeito-professor, em seu enunciado, evidencia o contrário de individualismo. Não é apenas para uma pessoa, mas destina-se a muitos. O professor teria, então, o papel de educar todos, de socializar os conhecimentos uma vez que foram produzidos por todos. Verifica-se a preocupação com procedimentos didático-pedagógicos que privilegiam a troca de conhecimentos. O sujeito-professor, ao enunciar, destaca o debate, o seminário, a discussão, os trabalhos de pequenos grupos como importantes procedimentos a serem adotados pelos professores. O efeito de sentido provocado aponta para o binarismo *eu X nós*. O *eu* compõe e ressalta características de personalidade enquanto o *nós* anula o *eu* almejando um objetivo comum. Dicotomia profícua para análise no sentido dialético merece ser aprofundada, em outro momento, pela relevância na área da educação.

Usando planos curtos, rápidos, justapostos e com forte apelo emocional a peça publicitária “*Valorização do professor II*” produz efeitos de sentido sobre a valorização do professor e sobre o magistério idealizados e não revela as dificuldades cotidianas da educação escolar de um país ainda tão desigual socialmente. Os enunciados dos professores de um

curso presencial de Pedagogia produzem efeitos de sentidos que se afastam dos postulados tradicionais da educação apontando para o questionamento e para a coletividade.

¹ <http://sejaumprofessor.mec.gov.br> Em contato com o MEC através do menu “Serviços”, link “Fale conosco” perguntei sobre o não funcionamento do endereço. A resposta que obtive foi a de era possível acessar o portal no endereço apontado. Porém, mesmo após várias tentativas, sempre fui redirecionada para a página inicial do MEC.

² Link Publicidade e propaganda: <http://linkpropaganda.com.br>

³ O leitor poderá acessar a peça publicitária no site da agência Link publicidade e propaganda, no portal de vídeos <http://www.youtube.com> ou no site www.mec.br

Referências bibliográficas

AFONSO, A. J. **Estado, globalização e políticas educacionais:** elementos para uma agenda de investigação. Revista Brasileira de Educação. ANPEd – Associação nacional de Pós-Graduação e pesquisa em Educação. Rio de Janeiro, N. 22, p. 35-46, Jan/Fev/Mar/Abr/2003.

AZEVEDO, J. M. Lins de. **A educação como política pública.** 3 ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2004.

BRASIL. Lei N° 9.394/96, de 20 de dezembro de 1996.

ERNEST-PEREIRA, A; MUTTI, R. M. V. (Orgs). **Práticas discursivas.** Pelotas, RS: EDUCAT, 2008.

MACHADO, A. **Pré-cinemas e pós-cinemas.** SP: Papyrus, 2011.

NÓVOA, A. (Org). **Os professores e a sua formação.** Lisboa: Quixote?Instituto de Inovação Educacional, 1992.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso:** Michel Pêcheux. Textos selecionados: Eni Puccinelli Orlandi. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso:** uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Puccinelli Orlandi et al. 4ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

_____. **O discurso:** estrutura ou acontecimento. Tradução Eni Puccinelli Orlandi. 5ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2008.