

- Huss, M.T., y Ralston, A. (2008). Do batterer subtypes actually matter? Treatment completion, treatment response and recidivism across a batterer typology. *Criminal Justice and Behavior*, 35, 710-724.
- Martín del Buey, F. y Dapelo, B. (2006). El cuestionario de personalidad eficaz en contextos educativos diferenciados: un estudio en el ámbito de las Carreras de pedagogía de Uplaced. *Revista de orientación*, 20, 65-79.
- Martín del Buey, F., Martín Palacio, E., y Fernández Zapico, A. (2009). El constructo personalidad eficaz versus competente. *International Journal of developmental and Educational Psychology*, 2, 575-584.
- Muñoz, Navas, Graña y Martínez, 2006; Subtipos de drogodependientes en tratamiento: apoyo empírico para una distinción entre tipo a y tipo b. *Psicothema*, vol. 18, 1, pp 43-51
- Mulet, Sanchez-Casas, Arrufat, Figuera, Labad y Rosich (2005); Deterioro cognitivo ligero anterior a la enfermedad de alzheimer: tipologías y evolución. *Psicothema*, vol 17, 2, pp. 250-256
- Newcomb, A.F., y Bukowski, W.M. (1983). Social impact and social preference as determinants of Children's Peer Group Status. *Developmental Psychology*, 9, 856-867.
- Ortiz-Tallo, M., Cardenal, V., Blanca, M.J., Sánchez, L.M., y Morales, I. (2007). Multiaxial evaluation of violent criminals. *Psychological Reports*, 100, 1065-1075.
- Petersen, Doody, Kurz, Mohs, Morris, Rabins et al, 2001 Saunders, D.G. (1992). A typology of men who batter: Three types derived from cluster analysis. *American Journal of Orthopsychiatry*, 62, 246-275.
- Waltz, J., Babcock, J.C., Jacobson, N.S., y Gottman, J.M. (2000). Testing a typology of batterers. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 68, 658-669.

3.34.

Título:

Investigação discursiva dos egressos do curso de Design Gráfico do Instituto Federal de Pernambuco

Autor/a (es/as):

Pena, Silvio da Silva [IFPE]

Resumo:

A presente comunicação tem como objetivo contribuir para reflexão acerca da trajetória dos egressos dos cursos superiores profissionalizantes em tecnologia e foi desenvolvida no Curso Superior Tecnológico de *Design* Gráfico do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) *Campus* Recife/PE-Brasil. Através dos discursos analisados, objetivamos desvelar as posições assumidas por esses egressos, em relação ao curso, sua inserção no mercado de trabalho, bem como criar possibilidades de futuras análises curriculares, pelos segmentos educacionais que atualmente fazem esse ensino. Esse nosso interesse advém da formação acadêmica no âmbito tecnológico e sob a ditadura militar brasileira; das reformas educacionais no Brasil - leis 5.540/68, referente ao ensino superior e 5692/71 do 1º e 2º graus, que marcaram a educação técnica brasileira dentro do período chamado “milagre econômico” (1968-1976) pelos militares, consolidando a educação tecnicista brasileira. O ensino de *design* no Brasil desenvolveu-se sob influência da *Bauhaus* e da Escola de *Ulm*, e estas, edificaram o perfil da Escola Superior de *Design* Industrial do Rio de Janeiro em 1963 e desse ensino no Estado de Pernambuco na década de 1970. No atual IFPE, ao lecionarmos no curso em *Design* Gráfico constatamos a falta de diretrizes que conduzam ao aprimoramento do curso no processo de ensino-aprendizagem, bem como uma pseudo interação deste com as aspirações do mundo trabalho. Na passagem da inserção do sujeito entre a sua formação e o trabalho, diante de um mundo dito globalizado e exigindo desse educando um aprimoramento profissional contínuo para justificar uma pretensa empregabilidade, não constatamos desenvolvimento de pesquisas direcionadas no sentido de justificar um aparente “modelo” de ensino para o mundo do trabalho, explicitado na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira. Para alcançarmos nossos objetivos, identificamos, a partir dos discursos dos egressos quais as condicionantes dos eixos temáticos dos módulos da matriz curricular que influenciam na sua formação e atuação no mundo do trabalho. Como dispositivo teórico analítico, adotamos os pressupostos da Análise do Discurso (AD) de Linha Francesa, fazendo uso das categorias desenvolvidas por Pechêux e no Brasil pela Orlandi e Florencio, atrelando-as ao materialismo histórico em Marx e Bakhtin. A AD entende que a produção dos sentidos está associada à relação sujeito; língua; discurso e ideologia. Sob essa perspectiva, analisamos sequências discursivas (SDs) extraídas das entrevistas realizadas com egressos do curso e que naquele momento estavam efetivamente no mercado de trabalho. Aportamos nossas análises às formulações da AD com ênfase nas categorias das Condições de Produção do Discurso, Formação Discursiva, Formação Ideológica, Interdiscursividade e Silêncio. As análises apontaram para uma trajetória afetada pelas condições sócio históricas, submetendo o perfil acadêmico às exigências do mundo do trabalho, sendo este, fator de influência decisiva na formação educacional e profissional dos alunos. Identificamos nas SDs,

um sujeito atravessado pela formação ideológica do capital, um direcionamento à adaptação na sociedade de classes e demandas de cursos tecnológicos que formem para o mercado.

Palavras-chave:

Análise do Discurso; *Design* Gráfico; Ensino Superior Tecnológico.

Introdução

No Brasil, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB) nº 9.394/96⁴⁸[1], afirma que a educação “deverá vincular-se ao mundo do trabalho e à prática social” e desta maneira preparar o indivíduo “para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho”. Nos Institutos Federais de Educação Tecnológica, foram incorporados os cursos tecnológicos superiores, e as relações de profissionalização e inserção no mercado de trabalho ficaram condicionadas a contextos sociais onde só o aspecto educacional não garante essa inserção.

Os projetos pedagógicos dessas instituições procuram objetivar-se no desenvolvimento de competências profissionais. Em Pernambuco, no ano 2000, dentro da chamada “Reforma da Educação Profissional” inaugura-se o primeiro curso superior tecnológico em *design* gráfico. A matriz curricular comporta o procedimento de trabalhos pautados em projetos. São quatro módulos, que estão relacionados com seus eixos temáticos. Marcas discursivas que evidenciam a formação e as primeiras relações com o mercado serão analisadas, no intuito de contribuir para o desenvolvimento e aprimoramento desse perfil.

Desenvolvimento

A efervescência intelectual, cultural e a bipolaridade dos sistemas econômicos no final dos anos 1960, propiciaram os questionamentos sobre a epistemologia da Linguística por meio dos conceitos desenvolvidos pelo linguista Ferdinand de Saussure⁴⁹. A AD é um campo de pesquisa que tem sua gênese naquele momento quando Pêcheux apresenta os seus estudos e tem como referências os conceitos de ideologia e discurso.

Posteriormente, temos a fecundidade da análise da materialidade não-verbal, através da aproximação com a Semiótica e conseqüentemente com as formas imagéticas. Essas mais novas apropriações conduzem à consciência de uma língua que não pode ser delimitada ou nem mesmo alcançada.

⁴⁸ Define e regulariza o sistema de educação brasileira com base nos princípios da Constituição. A primeira foi criada em 1961, seguida pela reforma de 1º e 2º graus em 1971 e vigorou até a promulgação da mais recente em 1996.

⁴⁹ Nasce em Genebra, 1857 e seu livro Curso de Linguística Geral, coletânea de textos escritos por seus alunos em cursos de linguística geral ministrados entre 1906 e 1911, só é publicado, através da reunião desses textos, em 1916 após seu falecimento em 1913.

As determinações sociais, políticas e econômicas da produção intelectual de uma sociedade constituem-se pelas Condições de Produção do Discurso (CPD). A produção intelectual cria *efeitos de sentido* sobre a realidade, e provoca mudanças nas relações sociais, fazendo ressurgir novas significações, que foram criadas pelas condições, em um sucessivo porvir de novos contextos históricos. No espaço constitutivo das CPDs o sujeito é interpelado identificando-se com determinadas Formações Discursivas (FD). Em Pêcheux:

A interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina (isto é, na qual ele é constituído como sujeito) [...] (PÊCHEUX, 1988, p.163).

O sujeito interpelado enuncia através das palavras, texto ou imagem o seu discurso, que se constitui linguisticamente e para o analista de discurso, é um ponto de partida para o desvelamento de sentidos e do lugar social de onde o sujeito fala.

Expor as CPDs exige a tomada de consciência do conhecimento dos processos sociais que engendram as políticas econômicas da produção intelectual. Em Pêcheux, 1988, p.146, “em sua materialidade concreta, a instância ideológica existe sob a forma das Formações Ideológicas (FI)”. É no discurso que essas posições políticas sócio-históricas, criam *efeitos de sentido* nas superestruturas da sociedade, constituindo as estruturas das relações econômicas e sociais. Segundo Karl Marx:

Na produção social da sua existência, os homens estabelecem relações determinadas, necessárias, independentes da sua vontade, relações de produção que correspondem a um determinado grau de desenvolvimento das forças produtivas materiais. O conjunto destas relações de produção constitui a estrutura econômica da sociedade, a base concreta sobre a qual se eleva uma superestrutura jurídica e política e à qual correspondem determinadas formas de consciência social. O modo de produção da vida material condiciona o desenvolvimento da vida social, política e intelectual em geral. Não é a consciência dos homens que determina o seu ser; é o seu ser que, inversamente, determina a sua consciência (MARX, 1983, p.24).

Para Marx, o mundo dos homens nem é pura ideia, nem é só matéria, e sim uma síntese da transformação da realidade de uma situação previamente ideada na consciência.

As CPDs são constituídas em dois sentidos: estrito, que diz respeito às condições imediatas das relações de produção, que se mostram na realidade em que os discursos foram produzidos; e no sentido amplo, que expressa as relações de produção, a partir de um conjunto de elementos que se referem às situações constituídas por fatores sociais, históricos e ideológicos.

Essa relação é estabelecida e intermediada pelos sistemas de signos. A dialética interna do signo ideológico nos caminhos da investigação, não é evidente. É pelo signo que temos a porta aberta para fazer a ponte entre língua, ideologia e sujeito, pois as relações sógnicas encontram-se em constante mudança fazendo saber “como o signo reflete e refrata a realidade em transformação” (BAKHTIN, 2006, p.41).

Quanto à ideologia a AD entende como procedimento que se naturaliza pela história e não entendendo como ocultação de sentido e sim simulação. Em Orlandi, temos que, na perspectiva da AD “trabalha-se com os processos de constituição da linguagem e da ideologia e não com seus conteúdos. Na perspectiva da AD a ideologia não é ‘x’ mas, o mecanismo de produzir ‘x’” (ORLANDI, 2007b, p.30).

Esse processo não ocorre em condições iguais para todos os homens, mas através dos meandros da ideologia, instaura-se uma diversidade de controle por meio das FI que, numa dada circunstância, intervêm nas relações sociais como forças em conflito no interior de uma conjuntura ideológica, estabelecendo valores, atitudes e representações dos sujeitos parcialmente interpelados. Para Orlandi (2007a, p.47) “É o *gesto de interpretação* que realiza essa relação do sujeito com a língua, com a história, com os sentidos”. O *gesto de interpretação* expõe os fundamentos de dominação de uma classe sobre outra e encontram-se no gerenciamento das FIs fundantes: capital e trabalho.

Na multiplicidade dos *fiões ideológicos* temos novos espaços discursivos onde o analista faz seus recortes, levantando hipóteses dessas ressignificações na relação entre diferentes discursos. Temos assim, o que a AD chama de interdiscurso, próprio de toda FD dissimulada, em nuances de transparências transcorrendo pelas suas opacidades, onde no interior dessa FD “algo fala” exposto que foi em outros campos e tornando a significar e (re)significar “num espaço de confronto ideológico das relações de dominação/subordinação” (FLORENCIO *et al.*, 2009, p.76).

A ilusão referencial que se estabelece na relação “natural” entre palavra e coisa, surge como evidência de sentido e acontece graças ao esquecimento, que denunciaria o que a sintaxe significa e o modo de dizer não é indiferente aos sentidos. A “ilusão subjetiva” é um esquecimento ideológico, já que é da instância do inconsciente e resulta do modo pelo qual somos afetados pela ideologia.

Segundo Pêcheux, opera em dois níveis: Esquecimento número 1, onde o sujeito tem a ilusão de que é fonte do seu dizer, não percebendo que retoma outros discursos que por ele circulam, apagando as determinações ideológicas e discursivas. O esquecimento número 2, onde o sujeito passa a ter a ilusão de que controla o seu dizer, selecionando e induzindo paráfrases, e assim expondo fronteiras entre o que pode e deve ser dito e o que não pode e não deve ser dito.

Nesse processo de reformulação e incorporação do já-dito, através do interdiscurso, temos a formulação do intradiscurso que é compreendido como o que está sendo dito em uma situação e momento dado, atravessado pelo interdiscurso. Esse trabalho de ressignificação está alicerçado em

bases construídas que são ressignificadas com a instalação de novos sentidos, determinados pelas condições sócio-econômicas de uma época. Assim, questionamos aos egressos atribuindo “E” para a palavra Egresso, seguida de numeral para sua identificação e “DS” seguida de numeral identificando sua Sequência Discursiva.

1ª - Qual o papel do profissional *designer* gráfico na sociedade?

E1 SD1: Como **profissional de comunicação, ele exerce uma função importante de aproximar empresas, aproximar empresa, empresa com a sociedade, né?**⁵⁰ Tipo: **tem esse papel comunicativo**, principalmente, que ele vai exercer **através da linguagem visual**.

Ao dizer que [...] **ele** (o profissional da comunicação) **exerce uma função importante de aproximar empresas, aproximar empresa, tem esse papel comunicativo**, o entrevistado expõe sua visão do papel do **profissional da comunicação, de aproximar empresas**. Há um aparente sentido para “aproximação” como **o estabelecimento de um diálogo com a sociedade**. Mas, como os sentidos não são fixos e podem ser vistos a partir da FD em que são produzidos, podemos deduzir, pela inserção do sujeito no mercado⁵¹, com bases na ideologia do Capital, que rege o profissional e não está dito, em uma divulgação pela propaganda bem estruturada, com um *design* adequado e atraente, é a “aproximação” com a sociedade na direção da valorização do produto (ou marca), tendo como meta a venda que gere lucro ao mercado.

Insistimos na expressão **papel comunicativo**, evocada num *efeito de sentido*, em referência à posição ideológica do mercado, com seu “papel” reconhecido como veículo de informação (**comunicativo**) que procura aproximar a **empresa, empresa com a sociedade**. No entanto, essa aproximação apaga o sentido de que, no caso, comunica-se para cooptar, seduzir, instigar, contribuir para a aceitação de determinado produto. São, pois, valores acionados, representativos da classe dominante, que oferecem algo a ser aceito pelas diferentes classes, impondo-lhes, sem possibilidade de questionamentos. **Comunicar** traz, na SD, um *efeito de sentido* de direção única e não de diálogo, no sentido de veicular uma mensagem que parte da ideia de um emissor - a empresa via *designer* - para um receptor - a sociedade. Chega-se a esse efeito pelo fato de que a audiência, de uma maneira geral, é passível de assujeitar-se, sendo levada a aceitar o que lhe é apresentado. Essa apresentação requer artifícios próprios da arte do *designer* na sua pretensão de seduzir o consumidor, a exemplo da escolha das cores, formas e na direção de instigar determinada usabilidade de um produto.

⁵⁰ As entrevistas foram transcritas literalmente, da forma como os egressos falaram.

⁵¹ Segundo Amaral (2005, p.137) a “Formação Discursiva do Mercado se define como um lugar de encontro de elementos de saber já sedimentados; ou seja, elementos pré-construídos, produzidos em outros discursos, que são convocados no interior dessa formação discursiva, quer seja para serem confirmados, quer seja para serem negados, mas sempre para organizar os discursos que a representam”.

No entanto, assumindo a visão de que o sujeito, embora não esteja isento de assujeitar-se à realidade, tem a possibilidade de realizar escolhas; a partir dessa mesma realidade é que sabemos que sempre será aberta ao consumidor a opção de reagir ao propósito mercadológico.

O não-dito está silenciando a possibilidade de sentidos outros que poderiam desestabilizar a formação discursiva dominante. **Comunicar** evita dizer impor e estabelece a ilusão de interação mercado/sociedade. Assim, o sentido de **Comunicar** aparece convocado de uma memória discursiva, um lugar de retorno a discursos outros, sedimentados em sua formação profissional, que vieram à tona pela via do esquecimento. A AD refere-se à memória discursiva como um

lugar anterior, onde os já ditos, prontos a serem convocados [...], como um lugar de retorno a outros discursos, não como uma repetição, mas como resignificação. Ao mesmo tempo em que aciona a memória, essa memória sofre alterações na medida em que ocorrem lacunas, falhas, apagamentos do que não pode ou não deve ser dito (FLORENCIO et al.,2009, p.79).

Entretanto, esse esquecimento, provocado pelo silenciamento é sempre instável e pode, a qualquer momento, ter seus limites ultrapassados pelo dizível de sentido outros, que afetarão a sua constituição.

E2 SD1: O *designer* gráfico, ele vai trabalhar com comunicação visual. Então, o que é comunicação visual? É tudo que a gente vê, é tudo que a gente gesticula, é tudo que, um símbolo que a gente vê, então o *designer* vai organizar esse processo da comunicação visual, então é fazer justamente esse processo de organização, de processo, pra **fazer com que chegue uma comunicação mais, digamos mastigada para o cliente, pra sociedade no geral.**

Mastigar produz um efeito de sentido de detalhar, deixar mais claro o que se quer transmitir, visando uma garantia de controle dos sentidos. É um trabalho discursivo que se realiza apagando o não-dito de que, mastigando-se, evita-se que sentidos outros sejam produzidos. O sujeito é atravessado por um sentido que lhe vem como único, previamente definido, para que não haja a possibilidade de outros sentidos serem produzidos diferentemente da FD que lhe dá lugar, a do mercado, incutida no imaginário social, sem que os afetados por tal discurso se deem conta disso. **Mastigada** no sentido de não propiciar o pensar; o refletir; não haver possibilidade de julgamento.

E4 SD1: Um facilitador da compreensão, do objetivo, digamos, mentor do cliente, se chega um **cliente** para mim querendo que eu venda uma banana, um exemplo, **eu tenho que fazer de forma que atraia aquele público que ele quer que compre aquela banana, eu tenho de fazer de um jeito que atraia o público.**

Pela via de um sentido de submissão à determinação do cliente, pode-se perceber, pelas marcas discursivas - **eu tenho que fazer de forma que atraia aquele público que ele** (o cliente) **quer que**

compre aquela banana, eu tenho de fazer de um jeito que atraia o público - que o enunciador se identifica à formação discursiva do **cliente** como sujeito social, representando ambos os discursos do sistema capitalista em sua FD do mercado, no que se refere a indução do público.

Tal discurso se constitui de um interdiscurso da propaganda, da criação de desejos e necessidades construídas pelo consumismo, constituído nas relações sociais de uma sociedade capitalista, onde a lógica do mercado direciona dizeres e carências. O sujeito identifica-se com esse discurso trazendo o que é relevante em sua produção. São sentidos que, na sociedade de consumo, estão historicamente sedimentados e naturalizados através de um processo ideológico que dá lugar a um novo discurso que, embora reproduza já-ditos anteriores, próprios do mercado – como: quem adquirir o produto conseguirá prestígio, atingirá a felicidade - tem a “ilusão” de produzir o novo, pois, os “sujeitos não se constituem sem memória, da mesma forma que discursos não se produzem sem memória e sem inconsciente” (FLORENCIO *et al.*, 2009, p.79).

E5 SD1: Eu acredito que seja **traduzir visualmente as ideias da sociedade**, é transformar, é traduzir propriamente, é, em forma de cartazes, todo tipo de peça gráfica, **o que a sociedade produz, o que ela deseja, inclusive.**

Traduzir visualmente as ideias da sociedade deixa clara a posição de porta-voz da sociedade que legitima os discursos circulantes, articulando-os para que se efetivem movimentos próprios da FD do mercado que precisa escoar a produção e, para tanto, criar sempre novas necessidades disfarçadas pela idéia de que produzem **o que ela deseja, inclusive**, ou seja, de que esse desejo é produzido pela ideologia do Capital, evocado, provocado e incutido no consumidor.

O sujeito da SD acima, fala desse lugar da posição ideológica do capital e se põe na individualidade do que ele supõe ser “seu discurso”. Assim, a materialidade discursiva aponta para um sujeito determinado por tal formação ideológica, inserido na lógica do mercado, pois as relações sociais lhe impedem de colocar-se num outro imaginário social, levando-o a identificar-se com a formação discursiva dominante.

Corroborando nesse sentido, temos o egresso sete na sua sequência discursiva um, argumentando do papel do *designer* no ato de manejar signos, afirma:

E7 SD1: Avalio muito a importância do trabalho com símbolos, assim... imagem enquanto símbolo, **eu acho que toda imagem dialoga com o indivíduo**, mesmo aquela placa que a gente ignora, mesmo aquele, aquela placa de sinal que já tão batido, **ela mantém um diálogo com o indivíduo**. Acho assim, **a importância do trabalho da gente é saber como manejar corretamente esses signos.**

Toda imagem dialoga com o indivíduo, parece deixar ao sujeito a possibilidade de refletir, de se interrogar a respeito do material visual que lhe é apresentado. No entanto, quando o sujeito diz que **a importância do trabalho da gente é saber como manejar corretamente, manejar** sugere manipular, de modo a cooptar, convencer, aliciar o leitor do *design*. Assim, esse discurso aponta para

o mesmo sentido de diálogo visto no discurso do entrevistado 1, como comunicação direta, em direção única e não como possibilidade de o sujeito refletir e refratar o sentido que lhe atravessa.

O criar soluções visuais tem o propósito de comunicar, no sentido de manipular para persuadir a compra e evidencia a importância do profissional do *design* gráfico como sujeito que possui o domínio dos signos - ou que, pelo menos, deve possuir - para servir aos interesses do capital.

2ª - Qual é a relevância social de um curso superior tecnológico?

E1 SD2: [...] pelo fato dele ser tecnológico, talvez exista um aspecto muito mais da prática, da prática, do exercer as ferramentas tecnológicas, por assim dizer,...

Remete-nos à memória discursiva do aspecto dicotômico, que nos conduzem à concepção, sempre presente, do ensino técnico sobre relação teoria e prática, como separadas na relação ensino/aprendizagem. Além disso, transparece aqui o discurso que permeia a relação de prestígio para os estudos teóricos, em detrimento da prática, visto que há um discurso circulante na sociedade, onde os cursos tecnológicos não se fundamentam teoricamente, mas a prática como imitação de modelos, o leva a detectar, ainda, o discurso do tecnicismo que preconizava a formação de profissionais técnicos, para o atendimento da demanda do mercado de trabalho. Aponta, ainda, para o aligeiramento que permeia as decisões, na perspectiva de reduzir custos, também produzir um sentido de que o Governo está agindo para que haja profissionais sendo inseridos no mercado.

E2 SD2: [...] fazer um curso técnico é, já diz, é técnico, é prático, uma coisa prática e o *design* gráfico não só é uma coisa técnica, prática, também, é você saber usar da técnica, mas, você também tem que saber da teoria, então, daí um, um graduando, um, um curso superior, pra você também ter um apanhado de, de teoria, **teoria junto com a técnica, eu acho que a importância vem daí.**

O sujeito confirma a visão de predominância da prática no curso técnico. O discurso se apresenta com marcas do interdiscurso da relação teoria/prática, composto das diferentes visões de ensino-aprendizagem acima citadas, bem como, da relação de poder entre os cursos profissionalizantes e os acadêmicos, este último considerado como formação de prestígio, por constituir a elite do conhecimento, numa sociedade que prima pela valorização das elites.

E5 SD2: [...] preenche uma lacuna, principalmente, no Brasil, em vez de passar cinco, seis anos dentro de uma faculdade, ter um curso muito mais direcionado a um trabalho mais prático, [...], ele já pode sair diretamente no mercado.

Ou seja, a indústria não precisa se preocupar nem com o tempo, nem com a formação desses indivíduos, o importante é que eles estejam aptos para o mercado, pois, já estarão familiarizados com a prática e esta indústria não precisa investir na formação desses sujeitos, indo ao encontro da urgência desses em adentrar o mercado.

Observamos ainda essa marca no egresso: **em vez de passar cinco, seis anos dentro de uma faculdade, ter um curso muito mais direcionado a um trabalho mais prático.** O sujeito desvaloriza

o curso realizado numa faculdade, como longo e não direcionado ao mercado de trabalho. A elite do conhecimento de que falamos acima, é vista como inócua, incapaz de dar conta das necessidades mercadológicas. O sujeito aparece, mais uma vez, impregnado pela lógica do mercado, que é a de ter profissionais destinados a executar ofícios, com base na prática adquirida num curso tecnológico, para preencher espaços na indústria como máquinas de reprodução, diante das condições de produção, postas por essa formação social.

E8 SD1: [...] **não adianta você saber filosofar sobre *design* e não conseguir sentar na frente do computador, vai ser bacharel então, entendeu? Pra ser tecnólogo, um cara que tem que tá preparado pro mercado, tu tem que saber mexer, tu tem que saber fazer alguma coisa, [...].**

Nesse aspecto, o egresso aponta para o discurso do elitismo do conhecimento, circulante nos meios em que se supervaloriza o estudo técnico. Segundo ele, o curso de bacharelado, apesar de ser mais extenso, não contempla os aspectos de uma praticidade imediata, para assumir um posto de trabalho na indústria que o egresso aspira de forma imediata. Para o entrevistado, deter-se em teorias é **filosofar**, ou seja, saber sobre, não lhe parece oferecer condições para ser um profissional.

E3 SD1: É mais pelo fato de você na teoria, porque nem todo curso tecnológico que lhe dá essa possibilidade tão boa de prática, **você já sair pronto pra o mercado** e não ter apenas o conhecimento e não saber executá-lo, [...] já sai da faculdade pro mercado de trabalho pronto pra executar, [...] **muitas empresas, elas procuram o profissional na área de tecnologia visando esse ponto**, pensando nessa situação, poxa, ele é um tecnólogo em determinada área, então, ele por ser tecnólogo, ele já tá, é, familiarizado com a prática, o que acontece em muitas faculdades que vê muita teoria, passa dois, três, quatro anos e não vê prática, vivência.

Essas questões resvalam pelos aspectos dicotômicos entre prática e teoria. Por tratar-se de um curso de curta duração, dois anos, e pela abordagem voltada para a tecnologia, os alunos já ingressam com uma memória discursiva estabelecida entre aspectos técnicos de um curso superior tecnológico e um curso superior de bacharelado que incorpora, segundo o egresso, aspectos mais teóricos, isto se dá, como já dissemos, pelo discurso da desvalorização do curso técnico pela sociedade.

E7 SD2: [...] o curso tecnológico, ele **tem uma diferença muito grande pro bacharelado**, pro **bem** e pro **mal**, é... **já passei por dois**, [...] e assim uma coisa que eu via muito diferente assim, **que então, você tem que aprender aquela técnica, você tem que aplicar aquela técnica**, em si, é o fato de que, o... **por ele ser superior tecnológico, ele vai muito direto ao ponto**, então assim, **a gente não se perde de tanto**, por assim dizer. **Essa especificidade também gera dificuldades pra gente, porque, como ele é tecnicista, então, você tem que aprender aquela técnica, você tem que aplicar aquela técnica, e às vezes a gente acaba**

não tendo tempo pra questão teórica, que também é muito importante dar essa base para aplicação técnica, [...]

Evidencia-se assim essa relação com prioridade para a efetivação da técnica pela possibilidade de ser aplicada: **então, você tem que aprender aquela técnica, você tem que aplicar aquela técnica.** Não é qualquer técnica, é a que foi repassada. Mas diz também que **você tem, ou seja,** parece não haver escolha. Além disso, ele inicia dizendo que: **o curso tecnológico ele tem uma diferença muito grande pro bacharelado, pro bem e pro mal.** No caso – a dicotomia bem x mal - o *bem* parece referir-se à prática e o *mal* à ausência de teoria no curso tecnológico.

Esse sujeito apresenta-se de acordo com a sua formação social, construído pelas práticas sociais e ideológicas que o constituem, exatamente pelas determinações sociais do Capital, que o colocam na posição de decidir pelo curso que lhe posicionará mais rapidamente no mercado. Porém, como se vê, embora reconheça o valor da teoria, ele realiza a sua escolha pelo curso que lhe oferece a prática, a partir da objetividade.

E7 SD3: [...] ele doutrina a gente pra uma conduta de mercado. [...] o IFPE aqui me ensinou a trabalhar rápido, a ter que **pensar em soluções rápidas, adequadas e rápidas,** talvez num curso de bacharelado precisasse de um tempo maior pra poder fazer uma análise, então assim, claro que o ideal seria ter um tempo adequado, mas, **o mercado nem sempre age dessa forma, ele quer o trabalho, exige que o trabalho seja feito naquele tempo,** [...].

Ele aponta as diferenças básicas entre os cursos, embora deixe entrever, pelas marcas discursivas, que há uma necessidade própria do mercado: **soluções rápidas, adequadas e rápidas.** Mas a rapidez impede de **fazer uma análise,** o que seria possível, segundo o sujeito desse discurso, num curso de bacharelado: **talvez num curso de bacharelado.** Assim, as imposições do mercado levam o sujeito a aceitar as condições de produção que prescrevem práticas reguladoras do trabalho, pelo Capital.

E7 SD4 [...] é importante pra gente compreender até onde vai e o que é que uma mensagem que a gente veicula, o que é que ela suscita em terceiros. É uma dimensão que, assim... **a gente não discute a fundo, a gente fica na superficialidade.**

Esse discurso que avalia a necessidade de uma reflexão sobre seus efeitos na sociedade faz uso do termo **superficialidade,** como confirmação, de certa forma, da omissão em relação aos males sociais, quando os interesses do Capital se sobrepõem a uma formação ética.

E7 SD5 [...] ter cuidado com o grupo que tá ao lado, porque a gente tá em sociedade, a gente não tá isolado e finaliza dizendo que sentiu **muita falta disso no curso, não que não tenha sido tocado, foi, mas foi de maneira superficial.**

O sujeito reconhece a ausência no curso de um olhar para o outro, de uma formação profissional mais voltada para o ser social, sem a dominância da formação ideológica do Capital. O egresso passa pelo

dilema entre empreender, como *designer*, mudanças que possam contribuir para uma sociedade mais justa e igualitária e sob os ditames do mercado de trabalho. Poucos foram os egressos que constituíram seus discursos em preocupações com os aspectos sociais que o curso poderia suscitar.

3ª - O seu perfil de egresso em *design* gráfico do IFPE é condizente com o mercado de trabalho?

E1 SD3 [...] muita gente já sai realmente trabalhando na área, mas não sabe explicar a teoria não sabe da história, não sabe explicar quem são os maiores *designers* do mundo, sabe, **não sabe dizer quais são suas influências artísticas, sabe, mas realmente saem trabalhando, isso é bom, né?** Mas, eu sinto falta de um pouquinho a mais de teoria que muita gente num tem ainda, não saca.

O discurso dicotômico entre prática e teoria é, mais uma vez, esboçado aqui com uma sutil insegurança: **trabalhando com, na área, mas não sabe explicar a teoria, não sabe da história,** mas em seguida muda de posição, em virtude do entrevistador - professor da área e também seu professor durante o curso - procurando modalizar a crítica com **isso é bom, né?** Para apoio à posição assumida busca a aprovação do professor: “**né**”, precisando da concordância do entrevistador para a aprovação da mudança de sentido, ocorrida para não desestabilizar a FD da educação que estabelece uma relação de hierarquização. A condição de produção de um discurso que tem como interlocutor o professor, inquirindo sobre resultados da formação na escola em que estudou e, principalmente, como ex-aluno deste mesmo professor, leva à transformação. Estamos diante, pois, de uma relação indissolúvel entre sujeitos, língua, história que constituem posições ideológicas.

O uso do diminutivo, **um pouquinho a mais de teoria**, também modaliza e silencia o fato que vem sendo questionado pelos entrevistados sobre a pouca teoria abordada no curso do IFPE. Apesar de essa teoria configurar-se como “noção”, no âmbito do *design* gráfico, o egresso procura o uso do diminutivo para expor a sua insatisfação quanto à pouca discussão teórica, por parte da instituição/professores durante o curso tecnológico. Com a colocação do “**né**”, tenta, ao reverter seu discurso, junto ao interlocutor, apagar, amenizar suas críticas ao curso, como responsável pela definição do perfil do *designer* gráfico.

No entanto, embora inserido nessas CPDs, o sujeito oscila nessas posições, não só defendendo o estudo teórico que poderia levá-lo a refletir sobre os fundamentos da profissão, como aponta para a possibilidade de realizar suas escolhas, exercendo uma relativa autonomia, ao pensar na profissão como um meio de estabelecer mudanças sociais.

Conclusão

A materialização dos discursos traz à tona a influência dos ditames do capital, na condução da formação desse profissional, voltada para o atendimento ao mercado, mesmo apontando que o curso carece de reflexões teóricas, pois coloca a conduta mercadológica como objetivo maior e

indispensável. O egresso não consegue perceber o quanto tais condições alienam seu trabalho, sem deixá-lo reconhecer-se como produtor, pelo conhecimento e não pela reprodução de práticas em detrimento de teorias que darão ao sujeito a oportunidade de refletir sobre o seu trabalho.

Constatamos conflitos discursivos entre trabalho e capital, onde a grande maioria destes é atravessada pelas influências da absorção e subserviência desse egresso ao mercado. O *efeito de sentido* produzido por estes discursos apresentam as contradições próprias do discurso socialmente veiculado e naturalizado pela FD do mercado.

Relembrando, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação, “a prática social e o exercício da cidadania” não *refletem nem refratam* nos discursos dos egressos, pois através do silenciamento expõe a fragilidade das nossas ações pedagógicas. Para que a prática social e o exercício da cidadania tornem-se lugar comum no ensino tecnológico, faz-se necessário ouvirmos os nossos egressos e repensarmos o Curso de *Design* Gráfico do IFPE, como instituição responsável pela formação de sujeitos que poderão transcender o *design* em suas funções sociais.

Referências Bibliográficas

AMARAL, M^a Virgínia Borges (2005). *Discursos e relações de trabalho*. Maceió: Edufal.

BAKHTIN, Mikahil (2006). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec.

[1] BRASIL, *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional*. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Retirado em Março 23, 2011. de <<http://www.planalto.gov.br/ccivil>.

FLORENCIO, Ana Maria Gama [et al.] (2009). *Análise do discurso: fundamentos & práticas*. Maceió: Edufal.

MARX, Karl (1983). *Contribuição à crítica da economia política*. São Paulo: Martins Fontes.

ORLANDI, Eni P. (2007a). *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes.

_____, Eni P. (2007b). *Interpretação, autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Campinas: Pontes.

PÊCHEUX, Michel (1988). *Semântica e discurso*. Campinas: Unicamp.