

Parte 2 - Práticas, processos e procedimentos
Quando a pauta é o professor: o estado da arte sobre a
representação da docência na mídia (2009–2015)

Araciele Maria Ketzer
Rosane Rosa

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

KETZER, A. M., and ROSA, R. Quando a pauta é o professor: o estado da arte sobre a representação da docência na mídia (2009–2015). In: NAGAMINI, E., and GOMES, A. L. Z., eds. *Dinâmicas e suportes para conhecer, reconhecer e integrar saberes em Comunicação e Educação* [online]. Ilhéus, BA: EDITUS, 2017, pp. 147-162. Comunicação e educação series, vol. 4. ISBN: 978-85-7455-487-7. <https://doi.org/10.7476/9788574554877.0011>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Quando a pauta é o professor: o estado da arte sobre a representação da docência na mídia (2009–2015)

Araciele Maria Ketzer¹
Rosane Rosa²

Considerações iniciais

Este estudo tem como tema o estado da arte sobre a representação do professor na mídia. Buscamos produzir um panorama científico brasileiro das pesquisas publicadas sobre as representações do professor na mídia entre 2009 e 2015 em três bancos de dados on-line que são referência na pesquisa científica do Brasil: Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom).

Nesse sentido, pretendemos identificar as teses, dissertações e artigos científicos já publicados sobre o tema; mapear as instituições e programas de pesquisa nos quais esses estudos estão vinculados; elencar objetos

1 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Linha Mídia e Identidades Contemporâneas. Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI). *E-mail*: araciele.ketzer@gmail.com.

2 Doutora em Ciências da Informação e da Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Programa Tecnologias Educacionais em Rede da Universidade Federal de Santa Maria. *E-mail*: rosanerosar@gmail.com.

empíricos, metodologias, referências teóricas, resultados; e apontar as lacunas da pesquisa na área. Além disso, buscamos discutir como esses estudos ajudam a pensarmos sobre a repercussão do discurso midiático no contexto de significados que constituem uma cultura, nesse caso, na forma como a sociedade enxerga esses profissionais dentro do espaço social.

No total, foram reunidos 20 trabalhos entres teses, dissertações e artigos científicos. Para realizar o estudo, os procedimentos metodológicos utilizados têm como base a pesquisa bibliográfica, bem como a análise quantitativa e qualitativa dos estudos identificados.

As pesquisas nesse sentido, delineadas a partir de um estado da arte, são fundamentais no cenário de produção de conhecimento. Isso porque revelam um prisma amplo da área, auxiliam a inserção apurada do pesquisador em um determinado contexto de pesquisa, denotam lacunas e oportunidades de investigação e corroboram a legitimização de determinado campo científico.

Para Ferreira (2002, p. 285), o estado da arte ou estado do conhecimento consiste em “mapear e discutir uma certa produção acadêmica em determinado campo do conhecimento, tentando responder que aspectos e dimensões vêm sendo destacados e privilegiados em diferentes épocas e lugares”. Em relação à temática desse trabalho, esse panorama é produtor, visto que contribui para o avanço das pesquisas que investigam os discursos midiáticos sobre o professor e a própria educação. Dado que, apesar da importância do assunto, os estudos sobre o tema ainda são tênues, como será problematizado no decorrer deste estudo.

1 O processo de construção das representações sociais

A vida em sociedade é delineada por um universo de diferentes formações discursivas que orientam os pensamentos, as condutas e as práticas das pessoas em um espaço social. Esse conjunto de significados denomina-se cultura (HALL, 1997). É dentro desse sistema que as pessoas desenvolvem os seus valores, as suas opiniões, as suas formas de viver e perceber a si mesmos. E, uma vez que “os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar” (WOODWARD, 2014, p. 18), é essencial discutirmos sobre as representações que circulam na sociedade.

Para Moscovici (2010, p. 62), “representação é, fundamentalmente, um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias e nomes”. Para o autor, as representações são (re)construídas constantemente no contexto das relações sociais, e são uma reação natural da sociedade na

medida em que corroboram a constituição de uma ordem, de uma estabilidade. Nesse cenário, é importante frisar que as representações são traduzidas no cotidiano a partir de rótulos e definições que vão moldando nossa forma de pensar e agir, pois “categorizar alguém ou alguma coisa significa escolher um dos paradigmas estocados em nossa memória e estabelecer uma relação positiva ou negativa com ele” (MOSCOVICI, 2010, p. 63).

Diversos são os agentes que atuam nesse processo de produção de representações. Entre eles, os meios de comunicação que têm um papel muito maior do que apenas veicular mensagens e conteúdos. Ou seja, eles disseminam valores e representações que resultam na produção de sentidos sociais. É esse caráter atribuído aos discursos midiáticos que deve ser observado com atenção, uma vez que essas representações têm o poder de mobilizar e formar os públicos, “o que é importante é a natureza da mudança, através da qual as representações sociais se tornam capazes de influenciar o comportamento do indivíduo participante de uma coletividade” (MOSCOVICI, 2010, p. 40).

Essa abordagem teórica dá luz à importância de lançarmos um olhar crítico aos conteúdos produzidos e veiculados na mídia, pensando nas repercussões sociais dos enquadramentos dados às informações. No caso específico desse estudo, esse caminho foi trilhado a partir da análise das pesquisas científicas desenvolvidas sobre as representações do professor na mídia, o que é essencial quando admitimos a importância da ciência para constatar fatos da sociedade e embasar solidamente possíveis soluções/problematizações sobre essas realidades sociais investigadas.

2 O estado da arte e a imagem do professor na mídia

Para realizar a coleta de dados, em um primeiro momento, realizamos uma busca elegendo três fontes principais que são referência na publicação de pesquisas científicas no Brasil: Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). A busca foi desenvolvida a partir de trabalhos publicados no período compreendido de 2009 a 2015 (seis anos). Essas plataformas foram destaque porque nelas encontramos um número significativo de pesquisas. Não obstante, vale salientar que também realizamos buscas nos Anais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPOS), no próprio Google Acadêmico, entre outras bases de dados onde não foram encontradas pesquisas publicadas sobre o recorte temático proposto.

A busca de trabalhos aconteceu por meio de palavras-chave relacionadas ao tema da pesquisa — professor, representação, mídia, discurso, comunicação, educação —, as quais foram colocadas no campo de busca básica dos bancos de dados referidos. Em um segundo momento, após essa coleta de dados, realizamos, a partir da análise do campo “Resumo” dos trabalhos selecionados, a apuração e tabulação dos seguintes elementos: Título, Autor(a), Instituição/Programa, Palavras-chave, Ano, Objeto Empírico, Metodologia, Referencial Teórico e Resultados. Para ilustrar a totalidade dos trabalhos e suas características mais iminentes, organizamos três tabelas dispostas a seguir, segmentando teses, dissertações e artigos científicos:

TABELA 1: Teses

| Título | Autor (a) | Instituição/Programa | Palavras-chave | Ano |
|---|---------------------------|---|--|------|
| 1-Quando o professor é notícia? Imagens de professor e imagens do jornalismo | Kátia Zanvettor Ferreira | Programa de Pós-graduação em Educação. Área de concentração: Linguagem e Educação. Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (USP). | Formações Ideológicas. Formações Imaginárias. Escrita Jornalística. Jornal Folha de SP. Professor de Escola Básica. Identificação. Fontes jornalísticas. | 2012 |
| 2-Você trabalha ou só dá aulas? Imagens de professor em duas revistas educacionais | Yara Marcia Silva Daniele | Programa de Pós-graduação em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem. Área de concentração: Linguagem em Situações de Trabalho. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC). | Trabalho e Educação. Análise do Discurso. Imagem do Professor. | 2011 |
| 3-A imagem esfacelada do professor: um estudo em textos de revistas | Daniela Barbosa | Programa de Pós-graduação em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem. Área de concentração: Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC). | Crônica. Trabalho Docente. Interpretação do Agir. | 2009 |

TABELA 2: Dissertações

| Título | Autor (a) | Instituição/Programa | Palavras-chave | Ano |
|---|-----------------------|--|---------------------------|------------|
| 4-As representações do professor em capas de revistas destinadas ao profissional de educação | Diana Mara da Silva | Programa de Pós-graduação em Linguística Aplicada. | Professor. | 2012 |
| | | Área de concentração: Língua Materna e Línguas Estrangeiras. | Capas de Revistas. | |
| Universidade de Taubaté (Unitau), SP. | Ideologia. | | | |
| | Imagem. | | | |
| 5-As representações de bom professor: uma análise quinquenal da revista Nova Escola | Krislei Meri Oechsler | Programa de Pós-graduação em Educação. | Professor. | 2011 |
| | | Universidade Regional de Blumenau (FURB), SC. | Capas de Revistas. | |
| | Imagem. | | | |
| | Dialogismo. | | | |
| 6-O agir do professor em foco: um estudo de editoriais e cartas do leitor da revista Nova Escola | Cinthia Morelli Rosa | Programa de Pós-graduação em Letras. | Análise de Discurso. | 2012 |
| | | Área de concentração: Linguagem e Sociedade. | Agir do Professor. | |
| Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), PR. | Revista Nova Escola. | | | |
| | | | | |
| 7-A revista Nova Escola e a construção de identidades do professor | Adriana Beloti | Programa de Pós-graduação em Letras. | Identidade. Subjetivação. | 2011 |
| | | Área de concentração: Estudos Linguísticos. | Nova Escola. | |
| Universidade Estadual de Maringá (UEM), PR. | | | | |
| | | | | |

(Continua)

(Conclusão)

| Título | Autor (a) | Instituição/Programa | Palavras-chave | Ano |
|---|-------------------------------------|---|---|------------|
| 8-Ethos de professor: uma análise da revista Nova Escola | Mariza das Graças Verzola | Programa de Pós-graduação em Linguística. Universidade de Franca (UNIFRAN), SP. | Ethos. Professor. Ideologia. Revista Nova Escola. | 2011 |
| 9-A imprensa pedagógica como fonte e objeto para uma escrita da história da educação: em destaque a prática pedagógica sugerida ao professor de educação infantil pela Revista Criança (1996-2006) | Wanessa Gorri de Oliveira | Programa de Pós-graduação em Educação. Área de concentração: História e Historiografia da Educação. Universidade Estadual de Maringá (UEM), PR. | Imprensa Periódica. História da Educação. | 2011 |
| 10-Uma representação da identidade docente em Malhação | Andréa Clarice Rodrigues Peine Jara | Programa de Pós-graduação em Educação. Área de concentração: Didática, Teorias do Ensino e Práticas Escolares. Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo (USP). | Identidade. Profissão Docente. Representação. Televisão. | 2013 |

TABELA 3: Artigos científicos

| Título | Autor (a) (es) (as) | Instituição/Programa | Palavras-chave | Ano |
|---|--|--|--|------|
| 11-Narrativas sobre a educação: representações coletivas do professor, do aluno e da sala de aula | Rogério Pelizzari de Andrade | Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP). | Imagem da Escola. Narrativa. Reportagem. Representação. Institucionalização. | 2015 |
| 12-Enquadramentos jornalísticos sobre professores: uma análise das notícias do jornal Tribuna de Minas | Monique Ferreira Campos Paulo Roberto Figueira Leal | Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), MG. | Professores. Enquadramentos Jornalísticos. Representação. | 2013 |
| 13-A imagem do professor no rádio: aproximações, representações e miragens reconstituídas | Ana Luisa Zaniboni Gomes | Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP). | Professor. Rádio. Discurso da Mídia. Produção de Sentido. Representação Social no Rádio. | 2011 |
| 14-Estigma ou emancipação: da imagem docente nos meios de comunicação à formação para a docência | Sandra Pereira Falcão Maria do Carmo Souza de Almeida Elisângela Rodrigues da Costa Adilson Odair Citelli | Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). | Professor. Imagem Docente. Formação. Identidade. Emancipação. | 2011 |
| 15-Imagens antigas: o professor, o aluno e a sala de aula veiculados pela publicidade governamental. | Rogério Pelizzari de Andrade | Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – USP. | Professor; Imagem; Publicidade governamental; Educação. | 2011 |

(Continua)

(Conclusão)

| Título | Autor (a) (es) (as) | Instituição/Programa | Palavras-chave | Ano |
|---|--|--|--|------------|
| 16-A construção da imagem do professor nas telas de TV | Elisangela Rodrigues da Costa | Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). | Professor. Representação. Discurso. | 2011 |
| | Maria do Carmo de Souza Almeida Sandra Pereira Falcão | | Televisibilidade. Narrativa Jornalística. | |
| 17-Aula do crime: o discurso jornalístico e a criminalização da imagem do professor e de sua prática pedagógica. | Michel Carvalho da Silva | Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – USP. | Discurso jornalístico; Educação; Representações; Imprensa. | 2011 |
| 18-Discurso da qualidade na educação e invisibilidade do professor na revista Veja | Helena Corazza | Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). | Educação. Qualidade. Desenvolvimento. Sujeito. | 2011 |
| | Eliana Nagamini | | Linguagem. | |
| 19-A Imagem do Professor no Discurso Publicitário | | Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP). | Professor. Representação. Discurso. Publicidade. Comunicação. | 2011 |
| 20-Pro dia nascer feliz: imagens da educação brasileira | Maria do Carmo Souza de Almeida | Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). | Ethos. Imagem. Representação. Professor. | 2011 |
| | Elisangela Rodrigues da Costa | | | |
| | Sandra Pereira Falcão Adilson Odair Citelli | | | |

As tabelas 1, 2 e 3 evidenciam que foram encontradas 20 pesquisas científicas que abordam diretamente as intersecções do tema “A representação do professor na mídia”. Destes, 50% são artigos científicos, 35% dissertações (mestrado) e apenas 15% são teses (doutorado). Em relação à temporalidade, percebemos que as pesquisas mais recentes estão em formato de artigos científicos, com publicação em 2015; a última dissertação encontrada é de 2013, e a última tese é de 2012. Outra informação a ser evidenciada é que a maioria dos

artigos científicos que foram publicados em 2011, no ano seguinte, integraram o livro “Educomunicação: imagens do professor na mídia”³.

Além disso, observamos a área de formação dos diferentes pesquisadores. As graduações que mais aparecem são Letras, Jornalismo, Pedagogia e Publicidade. Ademais, em relação às teses e dissertações, estas foram desenvolvidas substancialmente dentro de Programas de Pós-Graduação de Educação (40%), Linguística (40%) e Letras (20%). Nesse recorte de análise, não foram encontrados trabalhos em Programas de Pós-Graduação em Comunicação, o que pode ser evidenciado como uma lacuna da produção científica na área.

Nesse cenário, uma questão que cruzou o nosso caminho no decorrer desse estudo foram as pesquisas realizadas sobre a cobertura jornalística de fatos relacionados à educação em geral. Para se ter uma ideia, foram encontrados cerca de dez pesquisas — sobretudo dissertações — sobre o tema, e apenas uma delas está dentro de um Programa de Pós-Graduação em Comunicação: “A Educação Superior no Discurso Midiático: Imagens de Excelência e Democratização nos Editoriais da Folha de S. Paulo”, de 2013, realizada por Michel Carvalho da Silva, para o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes de São Paulo, sob orientação do professor Adilson Citelli.

Nesse contexto, cabe aqui citar que uma discussão da cobertura jornalística sobre assuntos relacionados à educação foi realizada entre 11 a 13 de novembro de 1999, em São Paulo, em um fórum que reuniu especialistas em educação e profissionais de comunicação para avaliar o panorama brasileiro e pensar em propostas para qualificar essas notícias. O encontro foi realizado pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI), Ministério da Educação (MEC), Instituto Ayrton Senna (IAS), Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política (NEMP), Fundo de Desenvolvimento da Escola (FUNDESCOLA) e Conselho Nacional de Secretários de Educação (CONSED). O resultado do encontro foi sistematizado no relatório “Mídia & Educação: Perspectivas para a Qualidade da Informação”⁴.

3 CITELLI, Adilson. **Educomunicação: imagens do professor na mídia**. São Paulo: Paulinas, 2012.

4ANDI. **Mídia & Educação: perspectivas para a qualidade da informação**. Brasília, 2000. Disponível em: <<http://www.unicef.org/brazil/pt/midiaedu.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

Outra pesquisa interessante e voltada especificamente para a representação do professor foi publicada no site da Revista Escola⁵. O estudo foi realizado também pela ANDI e pelo MEC e analisou 5.362 textos jornalísticos publicados por 57 jornais brasileiros e concluiu: os convidados a pautar na mídia o debate educacional são organizações da sociedade civil, pesquisadores ou fontes oficiais (como o próprio MEC, o Ministério Público e os conselhos de Educação). Apenas 5,9% das fontes ouvidas eram professores das etapas básicas de ensino.

Em contraponto, se por um lado, a abordagem da análise midiática sobre a imagem do professor/educação na mídia tem uma adesão tênue dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, é oportuno lembrar que outras pesquisas importantes têm aproximado as áreas Comunicação e Educação desde a década de 1990, contribuindo para legitimar a Educomunicação como um campo específico do conhecimento. É o que foi constatado na tese de Rose Mara Pinheiro, de 2013, “Educomunicação nos centros de pesquisa do país: um mapeamento da produção acadêmica com ênfase à contribuição da ECA/USP na construção do campo”, orientada pelo professor Ismar de Oliveira Soares. No trabalho, Pinheiro realizou um mapeamento bibliométrico de 97 teses e dissertações disponíveis no Banco da CAPES entre 1998 e 2011.

2.1 Objeto empírico

No caso das 20 pesquisas analisadas nesse trabalho, chama a atenção a predominância das investigações em torno da mídia impressa, como jornais e revistas, principalmente no que se refere a teses e dissertações. Os artigos científicos são os responsáveis por englobar essa maior diversidade de mídias estudadas.

As revistas impressas são as mais recorrentes nas pesquisas, especialmente a revista Nova Escola, da editora Abril, que aparece em cinco trabalhos diferentes. Acreditamos que esse dado justifica-se por ser uma publicação de circulação nacional, principal revista que chega às escolas brasileiras, ou seja, um meio que atinge diretamente um grande número de professores e é destaque entre os pesquisadores. Por outro lado, o rádio e a internet estão entre os meios de comunicação que menos aparecem nas investigações. Ou-

5 SEMIS, Lais. FALA que eu não te escuto. *Nova Escola*, São Paulo, mar. 2015. Disponível em: <<http://revistaescola.abril.com.br/politicas-publicas/fala-eu-nao-te-escuto-professor-debate-educacional-participacao-880001.shtml>>. Acesso em: 30 maio 2016.

tra constatação é que percebemos a predominância de objetos empíricos da mídia hegemônica em relação a meios contra-hegemônicos.

2.2 Metodologia

Procuramos sistematizar os métodos mais recorrentes eleitos nos trabalhos analisados, tendo destaque os procedimentos metodológicos qualitativos. Fica evidente o protagonismo da análise do discurso em torno dos diferentes formatos de textos que circulam nos meios de comunicação. Para ter uma ideia, esses são alguns dos métodos que aparecem nas pesquisas: Análise Global; Análise de Discursos; Método Sociológico de Bakhtin, tendo em vista o contexto social amplo e o contexto social imediato associado ao Método de Bronckart, conforme os mecanismos de textualização e os mecanismos enunciativos e Arqueogenealogia de Foucault, a partir da qual se faz a descrição e a interpretação dos enunciados do veículo midiático para compreender processos de constituição identitária, entre outros.

O que chama a atenção é a preeminência de estudos nesse sentido de investigação sobre a produção midiática, sem investigar o lugar da recepção desse conteúdo. Ou seja, os estudos estão integralmente centrados no meio e no polo da produção. Essa constatação suscita a reflexão sobre a importância de pensar esse processo de comunicação que envolve a imagem do professor na mídia como um todo, ou seja, não apenas no discurso midiático, mas também no processo de re/significação dos interlocutores. Além disso, a própria análise de discurso aborda que não existem posições discursivas isoladas do contexto da recepção.

Segundo Pinto (2002, p. 49),
a relação entre os textos e a sociedade/cultura deve ser pensada dialeticamente. A produção, a circulação e o consumo de textos são controlados pelas forças socioculturais, mas os textos também constituem a sociedade e a cultura, de um modo que pode ser tanto transformativo como reprodutivo, e a análise não pode separá-los.

2.3 Referencial teórico

Em relação às abordagens teóricas mais recorrentes consideramos, em específico, as que os autores dos trabalhos destacaram como norteadores principais das pesquisas como um todo. Essa análise indica uma diversida-

de de teorias e autores estudados nas diferentes pesquisas. Observamos que os autores que embasaram as pesquisas são Linguistas, Historiadores, Pedagogos, Psicólogos e Psicanalistas, Educadores, mas em sua grande maioria são Sociólogos e Filósofos. Destacam-se: Michel Foucault, Serge Moscovici, Mikhail Mikhailovich Bakhtin, Dominique Maingueneau, Jean-Paul Bronckart, Michel Pêcheux, Jesús Martín-Barbero e Stuart Hall.

Outro detalhe é que os autores recorrentes no referencial teórico são pesquisadores europeus, que desenvolveram seus estudos na Alemanha, Rússia, Londres, Polônia, Portugal, mas especialmente na França, onde aparece um número significativo de estudiosos. Depois da Europa, a América também é destaque, havendo pesquisadores da Argentina, Colômbia, Brasil (América Latina) e do Canadá e Estados Unidos (América do Norte), este último com o maior número de autores do continente. A respeito do ano das bibliografias citadas e analisadas nesse recorte, notamos obras atuais, em sua maioria, com edições a partir dos anos 2000.

2.4 Resultados

É interessante citar perspectivas sobre os resultados gerais das 20 pesquisas aqui colocadas em pauta. A partir de uma leitura abrangente das conclusões dos trabalhos, destacamos a seguir algumas constatações globais que consideramos relevantes.

Tais como: a imagem do professor é veiculada com desconfigurações por determinados produtos midiáticos, de forma caricata e irreal, desvalorizando a profissão docente; a imagem do professor é construída de forma estereotipada; o professor ora é visto como um missionário, ora como um operador a serviço do mercado, refém da educação neoliberal, ora como um pesquisador; a mídia contribui para delinear formas de subjetivação do sujeito professor, o que reflete na constituição da identidade legitimada desse profissional; existe uma homogeneização/padronização da imagem do professor na mídia; há uma tendência midiática em enfatizar as condições inadequadas de trabalho nas escolas, a baixa remuneração da profissão, a necessidade de mais qualificação e a desvalorização da carreira; por meio de estratégias discursivas, a imprensa constrói socialmente a representação docente e isso influencia no debate sobre educação na esfera pública. E, finalmente, é fundamental discutir é a necessidade de novos modos de contextualizar a cobertura em educação no jornalismo brasileiro, além de buscar novas formas de apresentar o sujeito professor, um desafio criativo para a área.

Essas constatações denunciam que representações negativas e superficiais predominam nos discursos midiáticos relacionados ao professor e, talvez, na educação em si. É claro que a profissão convive com inúmeros problemas reais, mas será que tal representação não estimula a criação de sentidos ainda piores? O que nos leva a refletir sobre quais são as consequências disso no cotidiano da vida em sociedade. Baixa estima dos profissionais? Desinteresse de estudantes pra ingressarem no vestibular das licenciaturas? Entre outras repercussões que não colaboram nenhum pouco para a emancipação desses indivíduos. Ao circular nos diferentes ambientes sociais, esses textos acabam por produzir significações sobre o professor e moldar o seu papel social, como afirma Citelli (2012, p. 11):

O discurso mediático elabora um ponto de vista padronizador da imagem do docente, que ao mesmo tempo sintetiza temas e figuras e os coloca em circulação social através dos diferentes veículos. Do procedimento evidenciado resultam representações acerca dos professores, sendo elas traduzidas em papéis sociais, configuradores físicos e afetivos, lugares de classe, campo de expectativas etc. E, não raro, de tais categorias decorrem estigmas — termo designador de pessoas socialmente indesejadas, marcadas por algum desvio condenável — que revelam os mecanismos de violência simbólica, conforme formula Pierre Bourdieu (2008).

Considerações finais

Assim sendo, concluímos que as pesquisas que investigam as representações do professor na mídia, apesar de presentes no cenário científico brasileiro, precisam avançar em diferentes aspectos, quanti e qualitativos, a fim de alicerçar uma base sólida para discussões protagonistas na sociedade em torno dessa temática. É preciso trazer esse assunto à superfície tanto da academia como do mercado, dado que os discursos midiáticos atuais, como provam as pesquisas, resultam na legitimação de uma identidade docente frágil, professores com baixa autoestima, estigmas sociais, estudantes querendo fugir das licenciaturas, entre uma série de outras consequências negativas, justo em uma das profissões mais medulares da sociedade.

E isso não só centrando na figura do professor, mas também nos conteúdos veiculados sobre a educação em geral. Tal preocupação que expande o olhar inicial desta pesquisa aparece com frequência nos diferentes trabalhos, constituindo uma das reflexões dessa análise: afinal, qual é o lugar

do jornalismo de educação na imprensa brasileira? Quantos profissionais se dedicam ao assunto? Qual o espaço que as notícias sobre educação têm na mídia nacional? Quem são as fontes dessas matérias? Quais as abordagens protagonistas desse tipo de conteúdo? Essas, entre outras, são inquirições que também emanam a partir dessa pesquisa. Nesse ponto é interessante sublinhar que foi lançada, em 2016, a Associação de Jornalistas de Educação (Jeduca)⁶, entidade criada com o objetivo de contribuir para melhorar a qualidade da cobertura da imprensa em assuntos relacionados à educação.

Outro ponto a ser destacado é em relação à tênue participação da área da comunicação nas pesquisas sobre a representação do professor na mídia. Como foi mencionado, não foram encontradas teses e dissertações em programas de Pós-Graduação em Comunicação. Acreditamos na necessidade urgente de trazer essas investigações também para esta área, dada a contribuição que o campo pode desenvolver ao aproximar essas discussões dos próprios profissionais que atuam na mídia. Apenas para citar um exemplo, no Rio Grande do Sul, observamos a multiplicação de ações das empresas de comunicação hegemônicas para promover discussões sobre os problemas da educação, como reportagens especiais, prêmios, entre outras. Apesar disso, não foi encontrado nenhum trabalho de pesquisadores gaúchos que estudam esse cenário.

Além dessa lacuna, outras em relação ao objeto empírico e à metodologia foram identificadas e servem, sem dúvidas, como um gancho para pensar pesquisas futuras. Os principais objetos estudados centram-se na mídia impressa. Os veículos da web são os que menos aparecem. Por isso, considerando o alcance e o protagonismo da internet atualmente, enfatizamos a importância de expandir essas investigações também para os espaços digitais. Em relação às constatações sobre metodologia, consideramos aqui — como um fator necessário para qualificar ainda mais a precisão das pesquisas — o diálogo entre as análises dos produtos midiáticos com métodos que levam o pesquisador a campo, como pesquisas de recepção, grupos focais, entrevistas em profundidade, a fim de expandir e ampliar o olhar da investigação nos dois extremos envolvidos com o conteúdo midiático.

Outro hiato que cabe aqui destacar é que, na maioria dos estudos, o foco é o professor da Educação Básica. Supomos que uma pesquisa que estudasse o contexto dos professores em um nível mais macro, incluindo professores universitários, por exemplo, seria interessante até para fins de com-

⁶ JEDUCA. Disponível em: <<http://jeduca.com.br/>>. Acesso em: 07 nov. 2016.

paração a respeito de como esses dois níveis da profissão são mencionados pelos meios de comunicação.

A proposta inicial desse trabalho foi nos basear no campo “Resumo” das pesquisas selecionadas para identificar os principais elementos constitutivos do texto. Contudo, chamou atenção a deficiência de muitos textos do “Resumo” dos trabalhos científicos, os quais não deixavam claro ou não continham informações básicas da pesquisa. Por isso, foi preciso estender a análise ao campo “Introdução” na coleta de dados. Ressaltamos esse ponto aqui com o intuito de sublinhar a ideia de que é preciso mais rigor e eficiência na escrita dessa parte que introduz as pesquisas. Isso porque, em geral, os resumos determinam as análises da maioria dos estudos de Estado da Arte e também são o trecho avaliado em muitos dos congressos científicos. Daí a importância de os pesquisadores se atentarem, mesmo que com os limites de caracteres, para mencionar de forma explícita os elementos que definem a sua pesquisa.

A partir da análise dos resultados dos trabalhos avaliados nessa pesquisa, notamos a urgência da discussão sobre a renovação das intervenções midiáticas sobre o professor e a educação, em prol de um imaginário social que valorize a profissão docente e o ensino público. É preciso pensar como fazer isso e colocar em evidência as repercussões dessa abordagem na sociedade. Para isso, uma ação perspicaz é socializar aos produtores de conteúdo da mídia, até às empresas, os resultados dessa investigação sobre as coberturas que estão sendo realizadas, aproximando a academia do mercado, a fim de qualificar o trabalho da imprensa e fazê-lo cada vez mais contemplar os interesses públicos, de fato. Apostamos nos frutos dessa fértil proximidade entre academia e mercado como alternativa para a renovação da imprensa brasileira, que se mostra, atualmente, com uma credibilidade tímida e decadente.

Por fim, a partir da análise dos 20 trabalhos científicos sobre a representação do professor na mídia, enfatizamos que a imagem hegemônica do docente remete a uma naturalização do estado de precariedade do ser professor no Brasil, com raras abordagens que buscam a melhoria de condições de trabalho desse profissional. Tal fenômeno constatado dificulta que a problemática em questão seja pauta no campo político e seja levada efetivamente a sério pela sociedade como um todo.

Referências

CITELLI, A. (Org). **Educomunicação**: imagens do professor na mídia. São Paulo: Paulinas, 2012.

FERREIRA, N. S. de A. As pesquisas denominadas “estado da arte”. **Educação & Sociedade**, Campinas, n. 79, p. 257-272, ago. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n79/10857.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2016.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

PINTO, M J. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PINHEIRO, R M. **Educomunicação nos centros de pesquisa do país**: um mapeamento da produção acadêmica com ênfase à contribuição da ECA/USP na construção do campo. 2013. 223 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. p. 07-72.