

## A CONSTRUÇÃO DO FUTURO NO DISCURSO MIDIÁTICO SOBRE A PRIVATIZAÇÃO DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

*THE CONSTRUCTION OF THE FUTURE IN THE MEDIA DISCOURSE ON THE  
PRIVATIZATION OF TELECOMMUNICATIONS IN BRAZIL*

**Fernando Felício Pachi Filho<sup>1</sup>**

**RESUMO:** Nos anos 90 do século 20, o Brasil passa por mudanças significativas em seu modelo de desenvolvimento, com a retirada do Estado de atividades econômicas. Consideramos assim que o discurso sobre as privatizações constitui-se num lugar relevante para observação da recente história brasileira. Neste período, são realizadas as privatizações de empresas estatais, entre elas as de telecomunicações. Neste artigo, analisamos, com base nos princípios teórico-metodológicos da Análise do Discurso na tradição aberta por Michel Pêcheux, como a imprensa alimenta o imaginário de futuro no discurso sobre a privatização das empresas de telecomunicações. Para tanto, com o objetivo de compreender as relações discursivas estabelecidas na mídia comercial dominante, dedicamos nossa análise a um corpus de reportagens e artigos extraídos dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, que, em linhas gerais, apresentam uma tomada de posição a favor das privatizações e de mudanças no modelo de desenvolvimento brasileiro. A análise desenvolvida demonstra que são projetados no futuro benefícios para toda a sociedade. Assim, o passado é representado negativamente, pois teria produzido maus efeitos para a sociedade, devendo, portanto, ser rejeitado e negado em sua continuidade histórica. Nesta prática discursiva, a privatização é instaurada como marco simbólico de um período de prosperidade relacionado à modernidade e à construção da cidadania, que se situará num futuro a ser construído a partir deste acontecimento. Concentram-se assim sentidos positivos no futuro, que é relacionado diretamente às privatizações. Assim, a tomada de posição privatista dos jornais analisados tenta cristalizar o sentido de “privado” como algo benéfico e desejável, estabilizando uma memória para o acontecimento discursivo da privatização. Esta gestão do tempo histórico produz, portanto, uma linha de continuidade entre presente e futuro e uma ruptura entre passado e presente, cujos vínculos são apagados para a produção do sentido positivo para a privatização das telecomunicações.

**PALAVRAS-CHAVE:** Imprensa. Análise do discurso. Privatização.

**ABSTRACT:** In the 90s of the 20th century, Brazil has undergone significant changes in its development model, with the withdrawal of the state from economic activities. We consider how the discourse on privatization constitutes a relevant place for observation of recent Brazilian history. In this period, the privatization of state companies, among them telecommunications ones

---

<sup>1</sup> Doutor em Linguística (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp). Professor de Comunicação na Faculdade de Tecnologia Termomecânica (FTT) e na Universidade Paulista (Unip). E-mail: ffpachi@yahoo.com.br

are performed. This article analyzes, based on the theoretical and methodological principles of discourse analysis in the tradition opened by Michel Pecheux, as the press feeds the imagination of future in the discourse on privatization of telecommunications companies. To do so, in order to understand the discursive relationships established in dominant commercial media, we devote our analysis to a corpus of reports and articles extracted from newspapers *Folha de S. Paulo* and *O Estado de S. Paulo*, which, in general, have taken a position in favor of privatization and changes in the Brazilian development model. The analysis shows that the future benefits are designed for the whole society. Thus, the past is represented negatively, because it would have produced bad effects on society and must therefore be rejected and denied in its historical continuity. In this discursive practice, privatization is introduced as a symbolic milestone period related to modernity and the construction of citizenship prosperity that will fall in the future to be built from this event. Positive meanings are focused in the future, which is directly related to privatization. Thus, the privatist position of the analyzed newspapers try to crystallize the sense of “privado” as something beneficial and desirable, stabilizing a memory for the discursive event of privatization. This management of historical time, therefore, produces a line of continuity between present and future and a rupture between past and present, whose links are deleted to produce positive meaning for the privatization of the telecommunications.

**KEY WORDS:** Press. Discourse analysis. Privatization.

## INTRODUÇÃO

Neste artigo, analisamos, com base nos princípios teórico-metodológicos da Análise do Discurso de linha francesa na tradição aberta por Michel Pêcheux, como um futuro imaginado se estrutura como argumento no discurso em prol da privatização das empresas de telecomunicações no Brasil, ocorrido em 1998. Para tanto, com o objetivo de compreender as relações discursivas estabelecidas na mídia dominante, dedicamos nossa análise a reportagens e artigos extraídos dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, que, em linhas gerais, apresentam uma tomada de posição<sup>2</sup> a favor das privatizações.

Observamos que no discurso da imprensa sobre a privatização das empresas de telecomunicações, promove-se um deslocamento em direção ao futuro, ou seja, este discurso se sustenta tendo como ponto de apoio um futuro que se constrói a partir da privatização, sendo este acontecimento condição para a realização dos benefícios que advirão para toda a sociedade. Nesse sentido, procede-se a uma construção utópica do futuro, desvinculada do passado e que corresponde a um tempo e espaço em que só há benefícios. A privatização como marco simbólico

---

<sup>2</sup> Pêcheux (2002, p. 57) considera a tomada de posição como “efeitos de identificação assumidos e não negados”

depende, para sua aceitação, da criação desta utopia. É, portanto, em nome do futuro que se promove a privatização.

Nesse sentido, consideramos a mídia como reafirmadora de um imaginário social sobre presente, passado e futuro, no qual os indivíduos de um tempo presente internalizam imagens e referências. Gregolin (2003) afirma que os trajetos simbólicos que constroem o imaginário social, no jogo entre enunciadores e enunciatários, traduzem-se em visões de mundo que coexistem, superpõem-se ou excluem-se numa sobredeterminação do real pelo imaginário reguladas por sistemas de formação dos sentidos. Essa circulação de imagens insere-se num processo sócio-histórico de produção do sentido, que inclui instituições, e é, portanto, ideológica. Os textos da mídia correspondem a uma construção que alimenta o imaginário social e permite ao leitor “normalizar” sua relação de sentido com o mundo, situando-o num eixo temporal organizado a partir da atualidade, que interpreta o passado e produz uma visão de futuro.

#### CONSIDERAÇÕES SOBRE AS RELAÇÕES TEMPORAIS

Elias (1998) afirma que o tempo corresponde a uma representação simbólica de uma rede de relações de caráter social, individual ou físico, que são sintetizadas para formar esta representação, apagada no uso e em seu funcionamento no cotidiano da humanidade. A análise deste autor enfatiza a capacidade humana de síntese, de relação de duas ou mais sequências diferentes de transformações, num processo intelectual histórica e socialmente constituído, portanto, variável. O tempo, de acordo com Elias, constitui-se num quadro de referência que inscreve em sua escala mudanças reconhecidas pelos grupos sociais num fluxo de acontecimentos, daí sua dimensão organizadora. Dessa forma, a continuidade, os intervalos, a sequencialidade e a ideia de uma evolução entre um antes e um depois são aspectos que interferem na formação do sentido e que nem sempre se tornam “evidentes” ou problematizados em análises.

Coroa (2004, p. 23) explica que estamos acostumados a pensar o tempo como “algo unidimensional” identificado numa linha reta que vai da esquerda para a direita, num “fluxo temporal” ou na “marcha da história”, metáforas para representar o tempo como uma linha. Isso,

de acordo com esta autora, nos leva a considerar o tempo com existência própria como uma “entidade” mensurável fora dos eventos.

Noções como passado, presente e futuro são ordenados, portanto, de acordo com a experiência humana, simbólica, que atribui marcos temporais socialmente reconhecidos numa escala que estaria em constante evolução. Elias (1998) reforça o fato de que “presente”, “passado” e “futuro” são conceitos que dependem das gerações vivas no momento e como elas estabelecem suas relações com estes referenciais temporais. Seriam, portanto, dimensões simultâneas na experiência humana. Assim, o “presente” seria aquilo que experienciamos; o passado, o que pode ser lembrado, e o futuro corresponde ao que talvez ocorra, algum dia. Não há essa fragmentação no fluxo dos acontecimentos, nem rupturas no que chamamos de tempo. Estas linhas demarcatórias significam porque são tomadas como fundamentos sociais, apagados em sua história, e são modeladores da existência. Nesse sentido, as séries de acontecimentos recebem uma significação temporal medida por padrões estabelecidos na sociedade, que servem de referência para esta medição. A projeção dos acontecimentos no eixo da temporalidade sobre a base da linguagem permite a sobreposição de ordens simbólicas e discursivas que entram na correlação de forças da sociedade.

Nunes (2003) alerta para o fato de que a Análise do Discurso (doravante AD) não trabalha com a temporalidade empírica, cronológica, “mas com a temporalidade dos processos discursivos”, no domínio dos textos, da língua. Isso porque os discursos são dispersos no tempo e há efeitos temporais de diversas ordens, resultados de interpretações do passado e projeções do futuro. Nesse sentido, a temporalidade está inscrita no discurso e produz efeitos de sentidos. Ela é, portanto, um fato discursivo. O efeito que se produz primeiramente é o de tornar este imaginário real como resultado de uma interpretação “verdadeira” e aceita.

Zoppi-Fontana (1997) explica que a representação da temporalidade corresponde ao conjunto de formas linguísticas que manifestam a categoria semântica “tempo” na superfície discursiva. Assim, a autora propõe a inclusão de formas morfosintáticas – tempos e aspectos verbais, advérbios, conjunções – e também funcionamentos mais amplos como enunciados narrativos, adjetivação com função de modalização temporal, considerando o funcionamento das formas de representação da temporalidade em relação às coordenadas espaço-temporais estabelecidas por sujeitos enunciadorees em situação comunicativa. O eixo “eu-aqui-agora” serve,

nesta perspectiva, de suporte imaginário para a constituição da ilusão subjetiva que afeta o sujeito. Assim, “as formas de representação da temporalidade no discurso são marcas ou indícios, na superfície discursiva, dos processos que determinam a constituição do sujeito do discurso num espaço específico de memória” (ZOPPI-FONTANA, 1997, p. 145). Nesse sentido, a representação da temporalidade nos permite observar o funcionamento discursivo, delimitando e identificando como se constrói a visão de futuro e a reorganização da memória, sendo estas práticas inseridas numa formação discursiva, como explica Zoppi-Fontana (1997).

No domínio da Análise do Discurso, procuramos observar como a representação do tempo é significada, tornando-se ela mesma formadora de um sentido para os acontecimentos tomados no cruzamento entre o real da língua e da história. Propomos inicialmente considerar o tempo em sua dimensão simbólica, portanto sujeito à interpretação. Nesse sentido, acreditamos que a representação sobre o tempo é uma dimensão organizadora do funcionamento discursivo, que se instaura a partir de um encaixamento da representação simbólica disponível na interdiscursividade sobre o tempo. Estes acontecimentos são assim percebidos e interpretados sobre um eixo já sintetizado que constrói um mundo semanticamente normal (PÊCHEUX, 2002, p. 34) e que gera o efeito de um sentido único e universal de uma representação organizada com base no tempo. Também é possível instaurar uma interpretação porque a representação do tempo é da ordem do simbólico.

No caso do discurso jornalístico, temos a produção de sentido e memória no cruzamento de interesses político-econômicos e institucionais de acordo com as relações de força presentes em sua história. Desse modo, o jornal produz uma imagem de mundo de fatos interpretados por ele num gesto de leitura do mundo, tendo-se em vista que os sentidos resultam de processos históricos na relação texto/leitor. Mariani (1999, p. 111-112) considera no funcionamento do discurso jornalístico, em seu relato cotidiano dos fatos, a produção de leituras atuais que se relacionam com leituras produzidas em outros lugares e direcionam a leitura do público. Também deve-se ter em vista que esse discurso pode vir “reconfigurar resíduos produzidos no passado” e “organizar os germes de sentidos ainda por vir.” A autora explica ainda que este discurso trabalha com o que é inesperado (inusitado), com o que é possível (em termos da vida cotidiana em suas dimensões políticas, sociais, econômicas, culturais e esportivas) e com o que é previsível (em

termos de acontecimentos futuros). Assim, os acontecimentos são inseridos numa ordem imaginária e numa rede de filiações possíveis dentro de uma formação social.

## A CONSTRUÇÃO DE UM UTOPIA

Nossa análise nos leva a afirmar que o discurso sobre a privatização da Telebrás nos jornais promove um deslocamento em direção ao futuro, tendo como ponto de apoio um futuro que se constrói a partir da privatização, marco simbólico desse discurso. Isso permite que se afirme que o futuro é também o lugar em que haverá competição, abertura e, portanto, será dominado por empresas privadas. Podemos ainda considerar a privatização um elemento condicionante deste futuro, que só ocorrerá a partir da aceitação da privatização como ponto de partida e como algo benéfico para toda a sociedade. Nesse sentido, procede-se a uma construção utópica do futuro, que corresponde a um tempo e espaço em que só há benefícios, em que todos ganham e sem vínculos com o passado. Dessa forma, a privatização como marco simbólico depende, para sua aceitação, da criação desta utopia.

É em nome do futuro que se promove a privatização. Neste ponto, observamos que o futuro é parte do argumento em prol da privatização para a realização do bem-estar coletivo. Afirma-se que o futuro é o lugar em que haverá competição, abertura de mercados, telefones para todos, e será dominado por empresas privadas. Como explica Giddens (1991), a modernidade é orientada para o futuro e antecipações do futuro tornam-se parte do presente. Dessa forma, busca-se mapear os futuros possíveis/desejáveis e disponíveis.

Autores como Fiorin (2002, p. 154) enfatizam o fato de que o futuro linguístico, a menos que expresse uma verdade atemporal, não pode ter seu valor de verdade determinado na enunciação. Desse modo, a única possibilidade de fazer asserções no futuro depende da avaliação feita pelo enunciador sobre a “necessidade, probabilidade, possibilidade ou impossibilidade da ocorrência”. O vir a ser, portanto, não é possível de determinar e se associa à possibilidade. No entanto, o que observamos no plano do discurso é uma alternância entre a certeza e a possibilidade de ocorrência, que se refere basicamente à avaliação do enunciador, como afirma Fiorin. Daí o intenso uso de verbos modais, que também jogam com a ideia de possibilidade, para

a definição deste significado incerto. Dessa forma, o que temos é um futuro ideológico construído no discurso sobre a privatização.

Para compreender a projeção de futuro feita pelos jornais a partir da privatização das empresas de telecomunicações, é necessário admiti-lo, em alguns casos, não como probabilidade, mas sim como algo que se constroi pela afirmação do que certamente ocorrerá. O futuro é assim um tempo por vir e também um espaço de concretização de ideais forjados no presente, que têm na privatização sua fundação. Nesse sentido, o futuro é interpretado como o vir a ser que se insere no espaço da obrigação, do “dever ser”, antes determinado no discurso jurídico e governamental, portanto, do poder, que condiciona a dinâmica social e é capaz de construir o futuro tal como se deseja. É, portanto, no discurso do controle pelo Estado do setor que será privatizado que se consegue projetar e justificar a privatização, relacionada a benefícios a serem gerados no futuro. Dessa forma, a dêixis discursiva<sup>3</sup> que se constrói é a de um lugar no futuro para o qual os enunciadores deslocam-se para falar sobre a atualidade, buscando neste futuro elementos que possam ser presentificados e usados como determinação para a justificação e explicação da necessidade da privatização. Na criação de uma rede argumentativa que parte, entre outros aspectos, do controle, da obrigação, da determinação pelo Estado, localizamos um ponto de apoio para criação deste argumento. Desse modo, "a política circula pelos meios de massa para a população em geral", sendo ela também formulada nas instâncias do Estado, como propõe Orlandi (2012, p.107).

Como veremos nas sequências discursivas abaixo, podemos considerar que a mídia assimila o discurso jurídico-político, que trabalha com esta projeção, sobredeterminando a realidade para construir, assentada e justificada nestes discursos, o imaginário de algo benéfico para a sociedade. Dessa forma, o futuro determinado, que pode ser previsto pela lei, torna-se elemento fundamental para a criação de um universo de crenças favorável à privatização, já que, neste caso, a letra antecede a própria realidade. Observemos nos recortes<sup>4</sup> como isso funciona:

---

<sup>3</sup> Maingueneau (1997) propõe o conceito de dêixis discursiva para explicar os pontos de ancoragem no discurso. Se na língua, as coordenadas espaço-temporais são definidas como conjunto de referências articuladas por “eu-tu, aqui, agora”, nos discursos temos esta mesma função, mas em nível diferente. A dêixis discursiva se refere ao universo de sentido construído por uma formação discursiva, numa família de expressões em relação de substituição, que permitem situar e distinguir o locutor e o destinatário discursivos, a cronografia e a topografia. Nesse quadro, a dêixis existe porque não se enuncia a partir de um sujeito, de uma conjuntura histórica ou de um espaço determinado exteriormente, mas porque há a construção de uma cena que a enunciação produz e pressupõe.

<sup>4</sup> Nos recortes, destacamos em negrito as sequências discursivas que sustentam nossas análises.

**(1) Os novos donos das empresas do Sistema Telebrás terão de cumprir um detalhado cronograma de expansão dos serviços de telefonia fixado pelo governo. Entre as metas, está o aumento do número de linhas telefônicas dos atuais 16,8 milhões para 33 milhões em 2001. As exigências estão no "Plano Geral de Metas para a Universalização do Serviço Telefônico" e integram o contrato de concessão das empresas que serão privatizadas. Se não cumprirem as previsões, os compradores podem até perder a concessão. Outro plano de metas, relativo à qualidade, prevê a queda gradual do valor das tarifas telefônicas e a melhoria nos padrões de atendimento ao consumidor.**

**Além do aumento do total de linhas, o plano de universalização estabelece a redução do prazo para instalação de telefones, o crescimento do número de telefones públicos e o atendimento a deficientes auditivos e de fala.**

**Atualmente, não há um prazo fixo para instalação de telefones. Em São Paulo, por exemplo, o usuário chega a esperar até três anos para obter uma linha.**

**De acordo com as metas fixadas, as solicitações de linhas deverão ser atendidas em quatro semanas a partir de 31 de dezembro de 2001. O período cairá gradativamente até chegar a uma semana a partir de 31 de dezembro de 2004.**

Distância entre orelhões

**O número de telefones públicos deverá passar de 498 mil, atualmente, para 981,3 mil em 2001. O plano estabelece, inclusive, a distância mínima entre os telefones públicos para as localidades que tenham serviço telefônico.**

**Deverá haver um aparelho a cada 800 metros a partir de 31 de dezembro de 1999. O número cairá para 500 metros, a partir de 31 de dezembro de 2001 e 300 metros, a partir de 31 de dezembro de 2003.**

**Também há exigência de instalação de telefones públicos nas localidades que não tenham serviço telefônico comum.**

**Os lugarejos com mais de mil habitantes deverão ter pelo menos um orelhão acessível 24 horas por dia até 31 de dezembro de 1999. Os locais com mais de 300 habitantes deverão ser atendidos até 31 de dezembro de 2003 e, os que possuem mais de cem habitantes, até 31 de dezembro de 2005.**

Quem paga

De acordo com o plano, a universalização é "o direito de acesso de toda a pessoa ou instituição, independentemente de sua localização e condição socioeconômica" ao serviço telefônico.

**Tanto o plano quanto o contrato de concessão afirmam que os custos deverão ser arcados pelos novos donos do Sistema Telebrás. A exceção são as metas de expansão da rede de acordo com o número de habitantes das localidades.**

**O serviço de telefonia comum terá de ser instalado gradativamente até alcançar todas as localidades com mais de 300 habitantes.**



Até 31 de dezembro de 2001, todos os locais com mais de mil habitantes deverão ser atendidos. Dois anos depois será a vez das localidades com mais de 600 habitantes. Os locais com mais de 300 pessoas terão de ser atendidos até 31 de dezembro de 2005.

Nos casos das localidades com mais de 600 e mais de 300 habitantes, os recursos poderão vir do Orçamento da União, Estados e municípios ou do Fundo de Universalização, que ainda não existe. **O fundo será financiado com recursos das próprias operadoras.** (...) (CONCESSIONÁRIAS..., 1998, p. 9)

Observamos em (1) que o futuro é controlado – “deverão ser”, “deverá haver”, “deverão ter”. São “exigências” desenhadas no presente a partir do Plano Geral de Metas para Universalização do Serviço Telefônico, controlado pelo governo, e integrantes do contrato de concessões das empresas que “serão privatizadas”, fato que ocorrerá. É, portanto, baseado na certeza da privatização que se afirma a projeção de futuro. Nesse plano, que “prevê” e “estabelece”, portanto, destaca-se o aspecto numérico, de aumento do número de linhas, de 16,8 milhões para 33 milhões. É também no aspecto qualitativo que se coloca a ênfase, como na diminuição gradual das tarifas, na melhoria no padrão de atendimento do consumidor e na redução do prazo de instalação, no crescimento do número de telefones públicos e no atendimento a deficientes auditivos e de fala. Notemos também que a certeza da ocorrência dos benefícios se constrói pela ancoragem em datas específicas, que demonstram o detalhamento das metas (31 de dezembro de 2001, 31 de dezembro de 2003, 31 de dezembro de 2005). Parte-se do pré-construído<sup>5</sup> da falta, da insuficiência até então dos serviços de telecomunicações no país, o que permite justificar o controle das metas: “atualmente não há um prazo fixo para instalação de telefone. Em São Paulo, por exemplo, o usuário chega a esperar até três anos para obter uma linha.” (CONCESSIONÁRIAS..., 1998, p.9)

Mostra-se dessa forma que o político, o controle do Estado, é fator de intervenção neste futuro, que não se constitui exclusivamente pela ação do mercado, havendo punições para quem infringir as regras. É no espaço do controle político-jurídico que se obtém a construção utópica, projetada no futuro determinado e garantido na sua ocorrência. Fala-se em universalização, definida pelo Estado. Assim, o Estado regula o mercado, para que ele atenda metas definidas igualmente no discurso jurídico. É no futuro, porém, que elas se definem.

<sup>5</sup> O termo pré-construído designa “o que remete a uma construção anterior, exterior, mas sempre independente, em oposição ao que é ‘construído’ pelo enunciado. Trata-se, em suma, do efeito discursivo ligado ao encaixe sintático.” (PÊCHEUX 1997, p. 99)

(2) Creia, leitor, você só tem a ganhar com a privatização da Telebrás. Mais do que isso: em minha opinião, todas as mudanças que ocorrem hoje nas telecomunicações brasileiras trarão grandes vantagens e benefícios a toda a sociedade - em especial, aos milhões de usuários, clientes e cidadãos. É o que busco provar a seguir.

Como jornalista especializado, tenho coberto esse setor desde março de 1967. Ao longo desses 31 anos, tenho viajado pelo mundo e acompanhado a verdadeira revolução que ocorre nesse setor e praticamente todas as privatizações ocorridas nos anos 80 e 90. Em todos os países que privatizaram e introduziram a competição em suas telecomunicações, ocorreram três consequências básicas: a) houve sensível aumento da oferta de serviços; b) a qualidade desses serviços melhorou de forma extraordinária; e c) os preços caem continuamente.

O mundo vive, aliás, uma revolução em suas telecomunicações. Muito além da simples privatização, essa revolução se apóia em três grandes fatores: avanço tecnológico, globalização e competição. (...)

É claro que, no novo modelo institucional que o Brasil está adotando, a alavanca mais poderosa das profundas transformações por que passa o mercado não é a privatização, mas sim a competição. Em sua nova estratégia, o Brasil parte da extinção do monopólio estatal para, diferentemente do que fizeram muitos outros países, implementar a competição entre os novos operadores ou concessionários, no menor prazo possível. Nele, o Estado deixa de ser empresário, investidor e operador dos serviços, para exercer seu papel mais nobre, tornando-se exclusivamente regulador, fiscalizador e defensor da sociedade, por intermédio da Anatel, a Agência Nacional de Telecomunicações. Por ter sido um dos últimos no mundo, o projeto brasileiro de reestruturação das telecomunicações pôde aproveitar-se dos erros e acertos dos demais países. Temos, assim, um dos melhores modelos institucionais. (...)

Para que você, leitor, avalie o que pode resultar desse modelo, vale a pena antecipar algumas metas previstas para os próximos cinco anos. A oferta de linhas fixas crescerá das atuais 18,8 milhões para 40 milhões em 2003. No mesmo período, a oferta de celulares se ampliará dos quase 5 milhões atuais para mais de 23 milhões. O número de usuários de comunicação de dados (exceto Internet) pulará dos 4 milhões atuais para mais de 20 milhões. Os usuários da Internet, que eram menos de 200 mil em 1994, são hoje 2 milhões e poderão ser 18 milhões em 2003. Essas metas foram fixadas, inicialmente, pelo Ministério das Comunicações, no plano denominado Paste (Plano de Ampliação e Recuperação do Sistema de Telecomunicações e do Sistema Postal), que previu investimentos da ordem de US\$ 90 bilhões no período 1995-2003, com base num estudo de demanda feito em escala nacional. Nesta fase, suas metas integrarão os contratos das novas operadoras que comprarem as empresas do Sistema Telebrás. (...)

Evidentemente, o progresso das telecomunicações não se limitará ao telefone, mas abrangerá o conjunto de modernos serviços de telecomunicações, redes corporativas e de comunicação eletrônica de massa que as tecnologias e a reorganização do mercado tornarão possíveis. Além de servir ao cidadão, esse conjunto de serviços constituirá a mais avançada

**infra-estrutura de modernização do país, possibilitando a aceleração do desenvolvimento econômico, o aumento das exportações, a redução de custos, o aumento da competitividade nacional e mesmo serviços de profundo alcance social, como os de teleeducação e telemedicina.**

Ethevaldo Siqueira é jornalista especializado e diretor da *RNT-Revista Nacional de Telecomunicações*.

E-mail: [esiqueira@advanstar.com.br](mailto:esiqueira@advanstar.com.br) (SIQUEIRA, E., 1998, p. 11).

Observemos o texto (2), assinado pelo jornalista Ethevaldo Siqueira, definido como “jornalista especializado e diretor da *RNT-Revista Nacional de Telecomunicações*” em pé de página, que assume a voz da autoridade para anunciar um futuro em que todos têm a ganhar. O sujeito também se define como jornalista especializado, que conhece a “revolução que ocorre no setor” e as privatizações ocorridas no mundo todo. Desse modo, sua especialidade é respaldada pela instituição jornalística e por ele mesmo. Ele se dirige ao leitor, que talvez incrédulo, possa duvidar de que “só tem a ganhar com a privatização da Telebrás”. Busca-se inserir no espaço de enunciação os benefícios para todos, definidos em escalas de consumo e da cidadania (“milhões de usuários, clientes e cidadãos”). Daí, o movimento do texto ser o da prova, o da argumentação, que visa enumerar os benefícios que ocorrerão no futuro, a partir de uma constatação empírica de sua observação do mundo, que assume valor de verdade, ancorado na posição enunciativa do especialista.

A revolução é assim definida em fatores como avanço tecnológico, globalização e competição. Notemos ainda que há um “novo modelo”, que é capaz de promover as “profundas transformações”, e que se contrapõe a um “velho modelo”, implícito. O novo modelo assim acaba com o anterior, baseado no monopólio estatal. Observa-se, portanto, oposição entre o que é privado e estatal. Considera-se o Estado como exercendo seu “papel mais nobre”, de regulação, fiscalização e defesa da sociedade. Nesse sentido, o modelo institucional adotado pelo Brasil é um dos melhores do mundo, por ter se aproveitado de erros de outros países:

Por razões que desenham um futuro promissor, ele propõe uma antevisão do ano de 2003, baseada nas metas propostas pelo governo, em que ocorre um aumento significativo dos números de celulares e telefones, além de investimentos de cerca de US\$ 90 bilhões. Temos assim o efeito de um futuro baseado no “novo modelo”, que é argumento, com valor de evidência, marcado pelas expressões “evidentemente” e “é claro”. E o futuro ainda se relaciona à modernidade, ao

desenvolvimento econômico, ao aumento da competitividade nacional e a serviços de “profundo alcance social”, que, portanto, atinge toda a sociedade.

## OS BENEFÍCIOS PARA O CONSUMIDOR-CIDADÃO

Neste discurso, é necessário mostrar os benefícios com vistas a reafirmar os aspectos positivos da privatização, apagando-se qualquer previsão que não seja otimista em relação ao futuro do país como um todo e também da economia, tratada na dimensão ampla do consumo, da produção e do emprego. É necessário colocar o cidadão<sup>6</sup> que padece da falta de telefones no centro dessa argumentação. Neste ponto de vista, os benefícios para os cidadãos, tomados na dimensão de consumidores e trabalhadores, são iguados aos dos investidores, aos da economia, aos do governo e do País – o todo, que resume estes aspectos. Neste universo, não há perdas, apenas ganhos para todos. O efeito desse benefício amplo e genérico é obtido também ao se tratar do que cada setor da economia ou cidadão-consumidor ganha com a privatização. Reduz-se assim a necessidade de uma argumentação contrária num futuro basicamente benéfico. O futuro é um lugar de construção da igualdade, num cenário desigual de distribuição do acesso a serviços de telecomunicações, de constituição de uma cidadania definida pelo consumo<sup>7</sup>.

**(3) BRASÍLIA - As contas telefônicas residenciais ficarão 13% mais baratas até o ano 2005. Para os consumidores não residenciais, como escritórios e lojas comerciais, a redução da conta será de 14%. A queda nas tarifas será maior ainda para as grandes empresas, que usam sistemas complexos de telefonia, e chegará a 17,9%, afirmou ontem ministro das Comunicações, Luiz Carlos Mendonça de Barros, ao anunciar as novas normas do setor de telecomunicações. "Essa é a redução imposta nos contratos de concessão", informou. "Esperamos que a queda nas tarifas seja ainda maior, motivada pela competição entre as empresas. "A redução das tarifas obedecerá aos percentuais de ganhos de produtividade previstos nos contratos de concessão das futuras proprietárias das holdings do Sistema Telebrás, que**

<sup>6</sup> Orlandi (2002, p. 228) considera a cidadania no Brasil um argumento que se mantém sempre como projeto futuro, prestes a se consumir como realidade histórica, faltando-lhe um lugar.

<sup>7</sup> Canclini (2005) afirma que o consumo é definidor da cidadania na contemporaneidade. Na sua análise, explica que há mais respostas para perguntas próprias do cidadão através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos. Mas pondera: “A perda da eficácia das formas tradicionais e ilustradas de participação cidadã (partidos, sindicatos, associações de base) não é compensada pela incorporação das massas como consumidoras ou participantes ocasionais dos espetáculos que os poderes políticos, tecnológicos e econômicos oferecem através dos meios de comunicação de massa. (CANCLINI, 2005, p. 41)

**será privatizado em julho. "Esse porcentual de redução em termos reais, em sete anos e em uma economia estabilizada, é muita coisa", afirmou o diretor-geral da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), Renato Guerreiro. (...).**

**"Pegamos a média que os consumidores residenciais, não residenciais e os grandes usuários gastam em ligações locais, interurbanas e internacionais." Não há, disse Guerreiro, privilégio aos empresários, que terão uma redução maior nos seus custos, em detrimento dos pequenos consumidores. "Todo empresário usa telecomunicações como um insumo para sua atividade e necessariamente repassa isso para seu custo." Guerreiro acredita que a queda, em média, de 18% nas contas das empresas permitirá a redução do custo Brasil, o que será repassado para toda a sociedade. Com os ganhos de produtividade previstos nos contratos, a queda nas tarifas dos serviços telefônicos locais será de 4,9% até 2005 e de 23,3% nos interurbanos. (PAUL, G., 1998, p. B16)**

No texto (3), podemos observar que é deslocado para o futuro (“ficarão”, “será”, “chegará”) o preço menor da tarifa telefônica, tanto para consumidores residenciais e não residenciais. Esta redução, tida como benefício que será “ainda maior” para as grandes empresas, é uma determinação legal, imposta nos contratos de concessão. Notemos que o discurso jurídico (“normas”, “contratos de concessão”) é garantia do futuro por instaurar o espaço do “dever ser”, da obrigação. Fala-se ainda em novo modelo, que se associa ao futuro, que também inclui a competição. É interessante notar que a privatização como fato a ocorrer no futuro é pré-construído, fator determinante para que haja competição e “ganhos de produtividade”. A projeção desse cenário, feita em discurso direto na representação da fala do presidente da Anatel, Renato Guerreiro, é para sete anos, ou seja, há um deslocamento possível e baseado no discurso científico da economia e na autoridade de quem fala. A redução para as empresas é explicada num contexto econômico, que se justifica pela redução do “custo Brasil”, termo que define a baixa competitividade do Brasil por conta de sua carência em infraestrutura. Notemos que se busca um efeito de totalização, de inclusão desta redução para toda a sociedade.

## OS BENEFÍCIOS PARA OS NEGÓCIOS

Se consumidores são privilegiados pela privatização, não é de se estranhar que os fabricantes de equipamentos, as operadoras de telefonia, que a economia como um todo também o sejam. Dessa forma, para corroborar o efeito de benefícios para todos, é necessário também mostrar que a privatização é fator de dinamização da economia, que o futuro, portanto, depende

dela. Só o mercado privado poderá atender a todos e impulsionar o setor de telecomunicações, libertando-o de restrições, responsáveis pela carência de investimentos no Brasil.

**(4) As vendas das empresas fabricantes de aparelhos e equipamentos de telecomunicações vão crescer 50% por ano até o ano 2005 como resultado da privatização do Sistema Telebrás.**

**A estimativa foi feita por executivos do setor, que estão prevendo uma explosão na indústria de telecomunicações no país, cujas vendas totais alcançaram R\$ 9 bilhões no ano passado.**

**Um aumento proporcional dos investimentos da indústria de telecomunicações e a abertura de postos de trabalho são outras consequências.** Carlos de Paiva Lopes, presidente da Ericsson, multinacional de capital sueco, disse que chegou a hora de a indústria instalada no Brasil atender à demanda reprimida de telefones.

**Segundo Lopes, os novos donos das empresas de telefonia fixa e celular do país vão ter de investir cerca de R\$ 4,5 bilhões por ano para cumprirem as metas da Anatel para a universalização dos serviços até 2005. (...)**

**Roberto de Lima, diretor do departamento de soluções para operadoras de telecomunicações da Siemens, vice-líder com 22% do mercado, prevê um "boom" na indústria de telecomunicações. (...)**

**Roberto Medeiros, diretor comercial da Motorola, disse que as vendas da Motorola no país, que vêm crescendo 50% por ano desde 1994, manterão esse ritmo de expansão nos próximos anos.**

**Segundo Medeiros, a Motorola planeja fazer frente ao aumento da demanda trabalhando em dois turnos na fábrica de Jaguariúna (SP), investimento de US\$ 100 milhões iniciado em 94. (SEIDL., 1998, p.1-6).**

Observamos em (4) que o crescimento das vendas dos fabricantes de aparelhos e equipamentos, projetado no futuro já é tomado como resultado da privatização da Telebrás. O cenário, que inclui “aumento proporcional dos investimentos da indústria de telecomunicações e “aumento de postos de trabalho” (SEIDL, 1998, p.1-6), só pode se concretizar no mercado privatizado, segundo esse discurso. A partir disso, é possível afirmar o que segue, ou seja, a “explosão”, “o boom da indústria”. Esse fato ancora-se numa “demanda reprimida”, historicamente constituída, mas que pode ser atendida pelo setor privado (“chegou a hora de a indústria instalada no Brasil atender a demanda reprimida de telefones”). E aumentar as vendas é também necessário para que as empresas de telecomunicações cumpram suas metas. A dinâmica do crescimento (discurso econômico) funde-se com a obrigação – “vão ter de investir” (discurso jurídico) - da universalização dos serviços. São assim afirmadas, ainda que se limitem ao universo da probabilidade (“prevê”, “estimativa”, “espera”) e incorporadas ao discurso do jornal como afirmação da fala das fontes.

## UM OUTRO FUTURO

A possibilidade de outro futuro ou de um futuro que não tenha na privatização seu marco simbólico é rara na cobertura dos grandes jornais. Há espaço, porém, para a contestação da forma como a privatização é feita a partir de lugares constituídos no exterior dos jornais, na voz de articulistas que apresentam propostas alternativas para a privatização. No entanto, notemos que esse futuro não se concretizará. Esta é a marca do futuro pretérito que podemos observar no texto abaixo. Este futuro é assim uma antecipação imaginária e hipotética, com grau de incerteza maior do que o futuro do presente.

(5) O debate simplesmente ideológico e doutrinário a respeito da privatização das grandes empresas/infra-estruturas públicas vem sendo, infelizmente, medíocre. Do lado das oposições, pela dificuldade de propor, com fundamentação técnica, a indicação de alternativas. A peleja doutrinária e adjetiva favorece o governo, que ganha com isso um álibi para esconder a sua confusa adesão ao paradigma liberalizante, com lamentável **falta de estratégia de longo prazo**.

O caso das telecomunicações é mais um exemplo da rarefação do debate. Do lado do governo, é inegável a improvisação. As concessões da banda B da telefonia celular, por exemplo, foram licitadas a consórcios privados com base numa precária "lei mínima", sem que se tivesse discutido seriamente um arcabouço legal para o conjunto do setor.

A chamada "lei geral" enviada posteriormente, e hoje em discussão no Congresso Nacional, é uma peça pouco consistente e reveladora desta confusa improvisação: propõe uma privatização de forma fragmentada do sistema Telebrás em empresas regionais (**cujo controle efetivo tenderá a ser exercido por grandes operadoras estrangeiras**), com estímulos meramente declaratórios à produção de equipamentos e ao desenvolvimento de tecnologia no país. As atribuições da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), a ser criada com o objetivo de regular os serviços e concessões ao setor privado, não foram suficientemente bem definidas.

Vamos por partes: por que privatizar o Sistema Telebrás (conjunto de 29 empresas estaduais/locais) em quatro ou cinco agrupamentos regionais para consórcios privados que, na prática, serão dominados pelos seus sócios estrangeiros que dispõem de tecnologia, poder de barganha e já participam de estratégias globais? **A argumentação governamental é de que a venda em blocos regionais maximizará as receitas provenientes da privatização e promoverá um modelo concorrencial mais saudável.**

**Essas razões são frágeis e devem ser contrastadas com os seguintes inconvenientes: 1) a fragmentação dos serviços em operadoras regionais**

**dificultaria sobretudo o estímulo à fabricação de equipamentos, desenvolvimento de produtos e à produção de software no país, dado que os diferentes controladores estrangeiros teriam preferências e interesses díspares, não coincidentes com o potencial de bens e serviços ofertados domesticamente; 2) a fragmentação em empresas regionais não necessariamente assegurará maior grau de concorrência, pois os futuros concessionários privados poderão atuar como monopólios locais e utilizar as suas empresas como "cash-cows", investindo aquém do potencial; 3) no caso brasileiro a marcante desigualdade regional significa que as empresas que operarão nas regiões menos desenvolvidas poderão enfrentar sérias dificuldades para suprir os serviços em áreas de baixa renda/densidade populacional - nos afastando, portanto, do ideal de universalização.**

É importante assinalar que nenhum país desenvolvido está caminhando para a fragmentação de suas operadoras de telecomunicações. Ao contrário, os países europeus unificaram e vêm fortalecendo as suas empresas nacionais e nos Estados Unidos se assiste a uma veloz reconcentração das "Baby Bells" que resultaram da quebra em 1984 do monopólio da ATT.

**O Ministério das Comunicações e o Congresso Nacional deveriam considerar seriamente a racionalidade de também caminharmos para uma grande empresa integrada, sob controle nacional, capaz de: 1) negociar parcerias globais; 2) viabilizar o desenvolvimento de uma forte base doméstica de produção de equipamentos e software; 3) acelerar os investimentos, com metas e compromissos publicamente fixados, para a desejada universalização dos serviços. Se unificadas, as empresas do atual sistema Telebrás (e a elas somada a Embratel) alcançariam R\$ 8 bilhões de faturamento, porte suficiente para atuar eficientemente como ator global - especialmente se considerarmos o elevado potencial de crescimento do mercado brasileiro e sul-americano.**

**Uma grande empresa nacional com controle privado e gestão profissionalizada de alta qualificação - regulada por agência pública que zeze pelo interesse social - poderia promover mais rapidamente a universalização e, simultaneamente, estimular a produção no país de sistemas, software e equipamentos, facilitando também o nosso desenvolvimento tecnológico.**

**É evidente que seria muito mais fácil dar sentido ao futuro do atual Centro de Pesquisas da Telebrás (CPqD) sob uma grande operadora nacional. Do contrário será necessário criar um "fundo compulsório" sobre as futuras concessionárias, desinteressadas em promover o avanço tecnológico local. Também ficaria facilitado o estímulo à produção de equipamento/software no país, que de outra forma dependerá de mais incentivos fiscais e financeiros, além dos atuais.**

Os arautos do governo desqualificaram as críticas à privatização da Vale afirmando que extrair e transportar minério de ferro não é uma atividade estratégica. No caso das telecomunicações, se não reconhecerem o caráter estratégico e se não justificarem o porquê de fragmentar o sistema e entregar a Telebrás-Embratel ao controle de operadoras estrangeiras, estarão passando a si próprios atestado ou de má-fé ou do pessimismo autodepreciativo a respeito da nossa capacitação tecnológica e empresarial - doença lamentável que, infelizmente, vem infestando a elite brasileira.



Luciano Coutinho, 50, economista, é professor titular do Instituto de Economia da Unicamp. (COUTINHO, L., 1997, p. 2-4).

Notemos que outro futuro é desenhado em (5) a partir de uma posição enunciativa diferente: a de um professor universitário que opina sobre a privatização e argumenta contra a forma como ela vem sendo conduzida, assumindo a posição do opositor. Os objetivos da privatização, nesta perspectiva, não teriam sido bem definidos. Observemos ainda a representação do discurso do governo, incorporada como simulacro (MAINGUENEAU, 2005, p. 22) no discurso do opositor: “A argumentação governamental é de que a venda em blocos regionais maximizará as receitas provenientes da privatização e promoverá um modelo concorrencial mais saudável.” Estão em jogo duas visões de futuro, dois sentidos para o futuro diferentes, mas que tomam a privatização como marco. Notemos que há oscilação entre futuro do presente e do pretérito, o que aumenta o grau de incerteza marcado nesta formação.

O conselho ao Ministério das Comunicações e ao Congresso é marcado pelo futuro do pretérito do verbo modal “dever”, no sentido de obrigação. (“O Ministério das Comunicações e o Congresso Nacional deveriam considerar seriamente a racionalidade e também caminhar para uma grande empresa integrada, sob controle nacional”). O efeito é o de uma recomendação feita a partir de um lugar de autoridade teórica, mas não de poder, portanto, incapaz de determinar o rumo dos acontecimentos e produzir o real. Logo, a crítica, sem poder determinar este real, insere-se no campo de um futuro que não se realiza, hipotético e marcado no tempo verbal e na conjunção “se”:

**Se unificadas, as empresas do atual sistema Telebrás (e a elas somada a Embratel) alcançariam R\$ 8 bilhões de faturamento, porte suficiente para atuar eficientemente como ator global - especialmente se considerarmos o elevado potencial de crescimento do mercado brasileiro e sul-americano. Uma grande empresa nacional com controle privado e gestão profissionalizada de alta qualificação - regulada por agência pública que zele pelo interesse social - poderia promover mais rapidamente a universalização e, simultaneamente, estimular a produção no país de sistemas, software e equipamentos, facilitando também o nosso desenvolvimento tecnológico.** (COUTINHO, L., 1997, p. 2-4)

Em síntese, podemos dizer que o futuro, a ser dominado pelas empresas privadas de telecomunicações, é condicionado pela privatização, capaz de construir um país com desenvolvimento econômico e benefícios para todos: o governo, que aumentará sua arrecadação;

as indústrias de equipamentos, os investidores e os cidadãos, que terão acesso universal aos serviços de telecomunicações. Nesse sentido, o discurso da privatização constrói um lugar no futuro em que todos ganham e que não há vínculos com o passado, marcado pelo monopólio estatal (Figura 1).

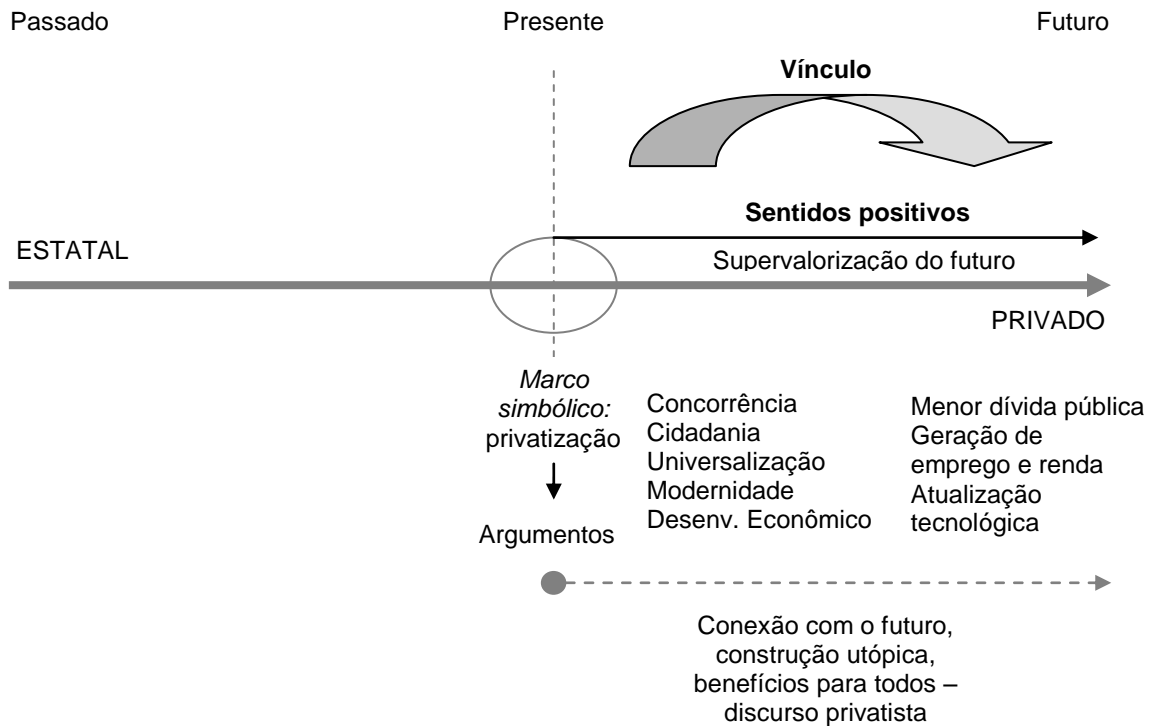


Fig. 1. Supervalorização do futuro

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A privatização, como afirmamos acima, é determinada primeiramente como um marco simbólico, um ponto a partir do qual se reconfigura a história das telecomunicações. No discurso dos jornais, ela aponta para mudanças consideradas necessárias na sociedade brasileira para que se avance em direção à modernidade ocidental (GIDDENS, 1991). A ênfase na fundação de um novo tempo apaga a complexa correlação de forças político-econômicas que intervêm no processo e também o conjunto de medidas e atos de governo necessários para que ela se concretize. Há, como dissemos, em ambos os jornais uma tomada de posição privatista que organiza a memória em prol da privatização, buscando legitimá-la. Neste discurso, a privatização,

portanto, assume os sentidos positivos, o caminho para a mudança e transformação de um setor econômico em crise e que não consegue mais atender às necessidades da sociedade.

Os benefícios são assim projetados no futuro, que absorve as expectativas de progresso da economia e da própria sociedade brasileira, num processo de manipulação dos acontecimentos no eixo temporal, ele em si simbólico (ELIAS, 1998). É no futuro que se deve concentrar o imaginário de um país melhor, onde a cidadania é definida pela possibilidade de ampliação do consumo. A privatização das telecomunicações associa-se a este futuro. Assim, ela trará benefícios como universalização do acesso às telecomunicações, aumento do número de vagas no mercado de trabalho, mais investimentos para o país e maior arrecadação para o Estado. Constrói-se um imaginário que sobrecarrega o futuro de expectativas, que só podem ser realizadas admitindo-se a privatização como única solução para fazer avançar as telecomunicações, a economia e a sociedade, silenciando, como explica Orlandi (2012, p.126) o "fato de que somos um Estado, uma Nação com suas especificidades, com seu povo, suas diferenças, como é próprio do capitalismo". Nessa escala, as mudanças nas telecomunicações, no regime de posse do patrimônio estatal, se vinculam a um projeto para o país, a uma generalização de benefícios, o que lhe confere eficiência argumentativa. Universalizar os benefícios é um modo de tornar a privatização aceitável e desejável, apagando suas contradições e polêmicas em torno dessa proposta política. Assim como Mariani (1998), acreditamos que a imprensa, apesar de ter na heterogeneidade uma característica constitutiva, busca homogeneizar sentidos e instituir verdades, havendo pouca margem para outras interpretações..

## REFERÊNCIAS

CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2005.

CONCESSIONÁRIAS terão de reduzir tarifas e aumentar a oferta de linhas. **Folha de S. Paulo**, 25 jul. 1998. Caderno Especial, p.9

CORÔA, M.L.S. **O tempo nos verbos do português**. São Paulo: Parábola, 2004

COUTINHO, L. Um projeto para as telecomunicações. **Folha de S. Paulo**, 11 jul. 1997, p.2-4

FIORIN, J.L. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Editora Ática, 2002.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Editora da Unesp, 1991.

GREGOLIN, M.R.V.. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo. In: GREGOLIN, M. R. V. (org.). **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Editora Claraluz, 2003, p. 95-124

ELIAS, N. **Sobre o tempo**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1998.

MARIANI, B.S.C. **O PCB e a imprensa**: os comunistas no imagiário dos jornais 1922-1989. Rio de Janeiro: Revan; Campinas: Unicamp, 1998.

\_\_\_\_\_. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico – a revolução de 30. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (orgs.). **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1999, p. 102-121

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Curitiba: Criar Edições, 2005.

NUNES, J.H.. **Leitura de arquivo**: historicidade e compreensão. [http://www.www.discurso.ufrgs.br/sead2/doc/interpretacao/Jose\\_horta.pdf](http://www.www.discurso.ufrgs.br/sead2/doc/interpretacao/Jose_horta.pdf). Acesso em 24 jun. 2009  
PAUL, G. Contas telefônicas devem ficar mais baratas até 2005. **O Estado de S. Paulo**, 20 mai 1998, p. B16.

NEUMAN, D.. Leilão de teles trará US\$ 5 bi no curto prazo. **O Estado de S. Paulo**, 31 jul. 1998 p. B1

ORLANDI, E. **Língua e conhecimento lingüístico**: para uma história das idéias no Brasil. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002

\_\_\_\_\_. **Discurso em análise**. sujeito, sentido, ideologia. Campinas: Pontes, 2012.

PÊCHEUX, M.. *Semântica e discurso*: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Unicamp, 1997

\_\_\_\_\_. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 2002

SEIDL, A.C. Fabricante de equipamentos esperam crescimento de 50%. **Folha de S. Paulo**, 4 ago. 1998, p. 1-6

SIQUEIRA, E. Privatização da Telebrás: o que muda para o consumidor. **Folha de S. Paulo**, 30 jul. 1998. Caderno Especial, p. 11

ZOPPI-FONTANA, Mónica. **Cidadãos modernos**: discurso e representação política. Campinas: Unicamp, 1997.

Data de recebimento: 16/09/2014

Data de aprovação: 27/04/2015