



Deu no Financial Times: um Mato Grosso dito pela mídia em traduções e versões

Financial Times Reported: A State of Mato Grosso said by
the media in translations and versions

DOI: 10.20396/lil.v25i50.8670808

Débora Pereira Lucas Costa¹
UNEMAT

Solange Mittmann²
UFRGS

Resumo

O presente artigo objetiva compreender a variação no processo tradutório, considerando a formulação e a circulação de discursos em versões de uma reportagem publicada pelo Financial Times sobre o Estado de Mato Grosso. O corpus de análise é construído a partir de sequências discursivas de títulos, linhas-finas (subtítulos) e chapéus (termos-chave antecedentes dos títulos) de quatro publicações em sites jornalísticos. No trabalho teórico-analítico, pela Análise de Discurso, abordam-se aspectos como a função-autor e o posicionamento da imprensa como sujeito-autor, as possibilidades de leitura, o trabalho da interpretação e a inscrição da subjetividade do tradutor, formulando a variação e colocando versões em circulação.

Palavras-chave: Discurso. Processo tradutório. Variação

Abstract

This article aims to understand the variation in the translation process, considering the formulation and circulation of discourses in versions of a report published by the Financial Times on the State of Mato Grosso. The corpus of analysis is constructed from discursive sequences of titles, subtitles and key terms antecedent of titles of four publications on journalistic sites. In the theoretical-analytical work, through Discourse Analysis, aspects such as the author-function and the positioning of the press as subject-author, the possibilities of reading, the work of interpretation and the inscription of the subjectivity of the translator are approached, formulating the variation and putting versions into circulation.

¹ Universidade do Estado de Mato Grosso

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)



Keywords: Discourse. Translation process. Variation.

Introdução

Mato Grosso é um Estado brasileiro no qual urbano e rural se enlaçam. É difícil encontrar alguém que não conheça ou não tenha alguma relação com a atividade rural, seja ela de grande, médio ou pequeno porte. Economicamente, posiciona-se como o maior produtor de soja, milho, algodão e rebanho bovino do país (IBGE, 2022), sendo alvo de especulações, transações e investimentos internacionais, que, por vezes, chamam a atenção da imprensa.

Em 17 de fevereiro de 2021, uma mensagem recebida pelo aplicativo *WhatsApp* estampava o *link* para acesso a uma reportagem³. Em **negrito e caixa alta**, estava escrito: DEU NO FINANCIAL TIMES. E, abaixo, um título: MT MUDA SEU DESTINO COM “BOOM” MOVIDO A CHINA, FÉ E BOLSONARO.

No mesmo dia, uma cena é vista nas ruas do município de Sinop-MT: produtores rurais conversavam sobre a tal reportagem do *Financial Times*. Alguns se diziam irritados com o texto negativo sobre o Estado. Outros afirmavam que a reportagem deveria ser aplaudida e compartilhada. Todos discutiam sobre a imagem que estava sendo construída para Mato Grosso. Que tensão poderia haver ali? Esta inquietação inicial conduziu-nos a questionar esta temática, buscar a reportagem, configurar e analisar o *corpus* desta pesquisa.

Michel Pêcheux e Jacqueline Léon (2015, p.165) já diziam: “o historiador dos textos e das mentalidades, por exemplo, não conhece de antemão, normalmente, a resposta às questões que ele se coloca, caso contrário, muito provavelmente, a pesquisa não teria nenhum interesse para ele”.

Como o mesmo texto significou de maneiras opostas para sujeitos que se identificam e se inscrevem na formação discursiva dos grandes produtores rurais/proprietários de terras

³ No Jornalismo, toma-se reportagem como um formato do Gênero Informativo, que também abarca os formatos nota, notícia e entrevista. A reportagem é entendida como a grande notícia, na qual contemplam-se relatos amplos, desdobramentos, pormenorização.



em Mato Grosso, em uma sociedade estruturada pelas relações de poder? Rasia (2008, p.156) explica que um mesmo fato pode ser objeto de diferentes construções e que a história (cronológica) é significada pelos discursos, “[...]nisso encontra-se a historicidade: no confronto que sujeitos e sentidos tecem no interior de uma determinada Formação Discursiva [...]”.

Discursos são produzidos por quem escreve e, também, por quem lê, em uma movência dos sentidos e dos sujeitos, que se constituem, ao mesmo tempo, sempre em relações. Orlandi (2008a, p.4) é categórica: “[...] o real dessa história lateja no jogo das versões.”.

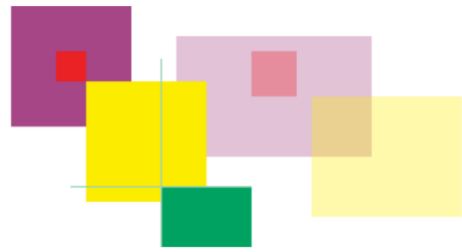
Entendendo que uma produção jornalística já é, discursivamente, uma versão entre outras, o presente artigo busca compreender como a variação constitutiva do processo tradutório, produz versões da reportagem *Brazil's new frontier is transforming its fortunes — but at what cost?*⁴, publicada pelo jornal *Financial Times*, em seu site internacional, no dia 10 de fevereiro de 2021. Para isso, tratamos de aspectos como a função-autor e o posicionamento da imprensa como sujeito-autor, as possibilidades de leitura, o trabalho da interpretação e a inscrição da subjetividade do tradutor formulando a variação e colocando versões em circulação.

A imprensa como sujeito-autor?

Os produtores rurais de Sinop-MT, ao conversarem, referiam-se à reportagem “do *Financial Times*”, portanto, um texto publicado por um veículo de comunicação internacional. Trata-se de uma empresa fundada em 1888, em Londres, e que produz duas edições diárias: uma internacional e uma destinada ao Reino Unido. Ambas podem ser acessadas na internet e são listadas entre os mais importantes veículos de comunicação voltados às notícias sobre negócios e economia.

Como uma peça do Aparelho Ideológico de Estado da Informação (ALTHUSSER, 1996), o *Financial Times* se apresenta sob a forma de uma instituição especializada,

⁴ Disponível em: <https://www.ft.com/content/bc8a217f-804d-4b32-b2ea-e06e08e9eb7a?sharetype=gift?token=e1b44f16-df0a-40d8-b581-95b4652512a8> . Acesso em: 25 fev. 2021.



pertencente ao domínio privado, e funciona predominantemente pela ideologia da classe dominante, em uma sociedade capitalista, contribuindo para a reprodução das relações de produção e podendo ser o lugar da luta de classes.

O *Financial Times* fala de um lugar em que suas palavras têm autoridade sustentada por relações hierarquizadas, pela força de interlocução que o constitui, por circunstâncias socio-históricas. Como afirma Orlandi (2012, p.153), “[...] os meios não são indiferentes aos sentidos, e não são apenas veículos neutros. Podem ser pensados como um “instrumento” no domínio da informação [...]”.

A reportagem sobre Mato Grosso é assinada por Bryan Harris, chefe do escritório do *Financial Times*, localizado em São Paulo, no Brasil. Mas, no foco de discussões dos produtores rurais estava “a reportagem do *Financial Times*” e não “a reportagem de Bryan Harris”, o que provoca sentidos para a imprensa (aqui entendida como a empresa de comunicação) mais que como um meio de transmissão de informações. A imprensa como um sujeito, simbólico e histórico.

Temos um *quem* personificado em uma instituição: o *Financial Times*. Um sujeito-autor que deixa à margem os outros que participam de todo o processo de produção da notícia. Isso pode ser percebido ao generalizar, ao produzir imaginariamente uma unidade, colocando a empresa de comunicação na origem do dizer, reforçando a ilusão de um sujeito pleno e sem memória e o esquecimento de que há sempre já um discurso, “[...] o enunciável é exterior ao sujeito enunciator.” (COURTINE, 1999, p.18).

Há um apagamento de diferentes sujeitos: repórteres, editores, fotógrafos, entrevistados e tradutores, que fazem seus recortes, que são interpelados ideologicamente e que, portanto, produzem sentidos. Ainda que a reportagem seja assinada, o sentido que se constitui é o de que a empresa midiática diz. Um funcionamento do que Orlandi (2008b, p.44) chama de monofonia, o resultado de uma “[...] voz social homogeneizante [...]”.

A autoria, a responsabilidade, é imputada ao *Financial Times*, que passa a ser um sujeito-autor identificável e institucionalizado, porque este organiza os sentidos tentando direcioná-los, costura os discursos que se atravessam, escolhe quem fala e recorta as falas que irão compor e cancelar as informações que constituem a reportagem, mesmo que quem o faça seja Bryan Harris. Mittmann (2016, p.13) escreve que “[...] o gesto de autoria é o gesto de amarrar, de dar nós, de levar ao efeito de fecho, de fim, de um.”.



O jornalista, ao assinar a reportagem, posiciona-se como autor, como aquele que, segundo Orlandi (2012), produz um lugar de interpretação no meio de outros, um evento interpretativo, com possíveis gestos de atribuição de sentidos. “Há função-autor desde que haja um sujeito que se coloca na origem do dizer, produzindo o efeito de coerência, não contradição, progressão e fim.” (ORLANDI, 2012, p.91).

Harris⁵ se constitui como autor ao organizar a dispersão de sentidos. Mas ele não é assim reconhecido pelos produtores rurais. Há outro interlocutor que é posicionado como sujeito-autor. A autoria é imputada ao *Financial Times*. É a imprensa, a empresa de comunicação, afetada pelo social, posicionada. Orlandi (2007, p.103) explica, ainda, que o autor “[...] tem um compromisso com a clareza e a coerência: ele tem de ser visível pela sociedade, sendo responsável pelos sentidos que sustenta.”

Conforme Lara (2008, p.60), “Trata-se de uma “necessária” marcação individualizante que é institucional e comercial [...]”, a posição-jornalista constitui-se na tensão entre autoria e não-autoria, funciona por um processo de interdição e de apagamento da autoria, institucionaliza-se. Para que a notícia funcione pelo efeito de verdadeiro, requer-se o apagamento do jornalista como sujeito-autor, de modo que “os fatos” noticiados falem por si, e desde que o veículo de comunicação no qual a notícia é veiculada tenha credibilidade pública ou, ao menos, na relação com o público que a “consome”. Em outros casos, é pelo reconhecimento/significação do jornalista como alguém de credibilidade e popularidade, pelo público, que a notícia ganha status de verdade, de independência. Como o jornalista inglês Bryan Harris, supostamente, não é um sujeito “conhecido” do público mencionado no artigo, o efeito notícia se sustenta na/pela credibilidade da empresa jornalística à qual tal texto se filia, no/pelo próprio apagamento do sujeito jornalista como sujeito-autor.

Quem é Bryan Harris, o jornalista inglês que visitou os municípios citados na reportagem, que realizou entrevistas e que produziu o texto, um lugar de interpretação “[...] no meio de outros [...]” (ORLANDI, 2012, p.70), a partir do que para ele era conhecido, e que deveria ser divulgado? Ao produzir a reportagem, Bryan Harris é tomado por sentidos que,

⁵ Destacamos que nem sempre a autoria funciona pelo nome do autor. Foucault (2001, p. 274) explica que uma carta particular pode ter um signatário, um contrato pode ter um fiador e ambos não terem um autor. “A função-autor é, portanto, característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade”.



conforme Orlandi (2015, p.30), vêm pela história, não pedem licença, vem pela memória, “[...] pelas filiações de sentidos constituídos em outros dizeres, em muitas outras vozes, no jogo da língua que vai-se historicizando aqui e ali [...]”.

Para os produtores rurais, Bryan Harris funciona pelo esquecimento. Seu dizer produz efeitos de legitimidade, no apagamento do sujeito-autor, por uma autoria institucionalizada, reconhecida em uma empresa representante da mídia europeia, internacional, posicionada nas relações de poder como autorizada a dizer e que coloca aquele discurso em circulação.

Conforme Pêcheux (2014a, p.82) as formações imaginárias “designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro”. Os sentidos não são produzidos apenas sobre o que é dito por Bryan Harris, mas pela imagem e a posição que o *Financial Times* produz e sustenta – também considerando que “Nos mecanismos de funcionamento da fala nas organizações sociais em que as diferenças são hierarquizadas, há sempre vozes que categorizam.” (ORLANDI, 2008b, p.46) - e pela imagem que os brasileiros, neste caso os agropecuaristas, fazem das instituições internacionais, em um efeito da globalização, de uma sociedade capitalista competitiva, na qual um país dito de “terceiro mundo” exalta o que é produzido em/por nações mais desenvolvidas, em um movimento de valorização do outro por um país que se coloca como subjugado.

Algo não se encaixa

Ao clicar no *link* recebido na mensagem por *WhatsApp*, o direcionamento foi o *site Mídia News*⁶, reproduzindo uma tradução da reportagem do *Financial Times*, publicada pela *Folha de S.Paulo*⁷. Em pesquisa no *Google*, foi possível encontrar a reportagem original, em inglês, no *site* do *Financial Times*, e uma outra tradução publicada no *site* do *Valor*

⁶ Disponível em <http://www.midianews.com.br/politica/mt-muda-seu-destino-com-boom-movido-a-china-fe-e-bolsonaro/393835>. Acesso em 25 fev. 2021.

⁷ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/02/mato-grosso-transforma-seu-destino-com-boom-movido-por-china-fe-e-bolsonaro.shtml>. Acesso em 25 fev. 2021.



*Econômico*⁸. Chegamos, assim, a três textos diferentes para a reportagem de Bryan Harris. Aqui, a afirmativa de Orlandi (2012) ecoa: “O que há são versões”.

O texto se abre para diferentes possibilidades de leitura, mostrando a relação da língua com a história e possibilitando outros processos discursivos pelo trabalho da interpretação. Já não estamos mais falando do discurso de Bryan Harris e do jornal *Financial Times*. Há algo que se mantém, mas são quatro discursos a serem compreendidos aos quais se filiam: a reportagem de Bryan Harris (escrita em inglês e publicada pelo *Financial Times*), a tradução de Mário Zamarian (publicada pelo *Valor Econômico*), a tradução de Paulo Migliacci (publicada pela *Folha de S.Paulo*) e a reprodução do texto da *Folha de S.Paulo* pelo site mato-grossense *Mídia News*.

São quatro materialidades distintas, compreendendo o discurso como materialidade da ideologia, unindo forma e conteúdo. Segundo Orlandi (2012, p.112), “o trabalho simbólico de o sujeito colocar em palavras o que tem na cabeça converte o discurso em texto”. Ao traduzir a reportagem publicada pelo jornal *Financial Times*, os tradutores inscrevem-se, textualizam discursos, produzem um efeito de unidade, que é resultado de escolhas frente à multiplicidade de sentidos possíveis, “colocando em relação o mensurável com o incomensurável, o empírico com o simbólico e o político”.

Pela Análise de Discurso materialista é possível compreender que sujeitos e sentidos são determinados historicamente. Lugares e posições dos sujeitos determinam os discursos. Sujeitos e sentidos são uma relação com a exterioridade e com a ideologia, que aponta para um efeito de transparência inexistente.

A reportagem de Bryan Harris e as traduções fazem emergir o sentido de que poderiam ser todos os mesmos dizeres, mas não o são. Orlandi (2012, p.65) explica que “tanto quanto para a autoria há versões de leitura possíveis”. Tradutores produzem discursos e não são isentos ideologicamente, mesmo que se espere, que se construa a imagem de um tradutor neutro, que apenas reproduza o texto original em outra língua. Ninguém o é. Chegamos à máxima de que os indivíduos são interpelados em sujeitos pelas formações discursivas que representam na linguagem as formações ideológicas que lhes são correspondentes

⁸ Disponível em: <https://valor.globo.com/agronegocios/noticia/2021/02/12/a-nova-fronteira-que-transforma-o-brasil.ghtml>. Acesso em 25 fev. 2021.



(PÊCHEUX, 2014b, p.147). Assim, as leituras, os efeitos de sentido, os discursos produzidos pelos tradutores são marcados ideologicamente em uma relação com outros discursos. “Ao significar o sujeito está se significando” (ORLANDI, 2010, p.11).

O que é dito e como é dito por Harris e pelos tradutores Mário Zamarian (*Valor Econômico*) e Paulo Migliacci (*Folha de S.Paulo*) é determinado pelo uso ao mesmo tempo de palavras e expressões de um certo grupo de sujeitos. Pêcheux (2014b, p.146) explica que é a ideologia que fornece como efeito as evidências, mascaradas sob o efeito de transparência da linguagem, de que uma palavra ou um enunciado “queiram dizer o que realmente dizem”. Entende-se, assim, que os sentidos das palavras, expressões, proposições empregadas na reportagem do *Financial Times* e nas traduções da *Folha de S.Paulo* e do *Valor Econômico*, não são transparentes, literais, mas sim, determinados pelas formações ideológicas, pelas posições sustentadas pelas formações discursivas com as quais Harris, Zamarian e Migliacci se identificam. “As margens das diferentes versões exibem difíceis limites fluidos e cambiantes” (ORLANDI, 2012, p.65).

No processo de tradução, as formulações ganham sentido nas relações que mantêm com outras palavras da mesma ou de diferentes formações discursivas. Pêcheux (2014b) chama de processo discursivo, o sistema de relações de substituição, paráfrases, sinonímias etc. Nesse funcionamento, é que há a possibilidade do efeito metafórico, do deslize dos sentidos, a deriva, o deslizamento de um enunciado para outro. Orlandi (2015) explica que não há sentido sem a possibilidade de deslize, de transferência, sem interpretação, podendo todo enunciado tornar-se outro, diferente de si mesmo.

O processo tradutório: entre autoria, variação e versões

Quando pensamos em uma tradução, comodamente silenciemos a possibilidade de todo enunciado tornar-se outro, diferente de si mesmo (PÊCHEUX, 2014a). Sustentamos a ilusão de que o tradutor produz o mesmo enunciado, copia ‘só que’ em outra língua, como uma transposição. Segundo Mittmann (2008, p.87), há o imaginário de “uma transfusão de sentido de uma materialidade para outra, ou seja, o sentido presente no pensamento do autor



– transparente e evidente – seria passível de ser transferido para o leitor da tradução da mesma forma que para o leitor do original”, como efeito.

Entendendo, pela Análise de Discurso, que sujeitos são dotados de inconsciente e interpelados pela ideologia (PÊCHEUX, 2014b), problematizamos a questão da tradução e da leitura. Não é possível controlar os sentidos produzidos tanto por quem escreve, como por quem lê. São interlocutores produzindo seus gestos de interpretação. Mittmann (2008, p.80) explica que o processo de tradução “revela que as bordas dos textos são ilusórias”, colocando em questionamento “o fechamento e a abertura das comportas do texto”, “contenção e escape de sentido na tradução”.

O tradutor é sujeito, produz discursos, inscreve-se e, no caso das reportagens analisadas, não é posicionado, nem se posiciona como autor. Seus nomes aparecem sem destaque (apenas como “tradução de xxx” ao final do texto), tornando os tradutores quase invisíveis, com pouco reconhecimento, ainda que assumam a responsabilidade pelo processo de tradução, um efeito de responsabilidade pela suposta imitação da função-autor do texto anterior em um novo texto, criando um efeito de coerência, na ilusão de reproduzir um discurso em outro (palavra a palavra), conforme Mittmann (2008).

A tradução é um outro texto. Há em cada tradução um sujeito, na função tradutor, constituído pela ideologia e pelo inconsciente, inserido em um contexto sócio-histórico e que se identifica com determinadas formações discursivas que determinam “o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 2014b, p.147), fornece as evidências, possibilita que o mesmo seja dito de maneiras diferentes e que deixa suas marcas.

A reportagem de Bryan Harris foi veiculada pelo *Financial Times* no dia 10 de fevereiro de 2021. Dois dias depois, a tradução produzida por Mária Zamarian foi publicada no site do *Valor Econômico*. Em 16 de fevereiro, foi a vez da *Folha de S.Paulo* disponibilizar a tradução de Paulo Migliacci e, no dia seguinte, o site mato-grossense *Mídia News* reproduziu o texto veiculado pela *Folha de S.Paulo*. As publicações ocorreram em um período em que o Brasil e o mundo vivem um desejo de desenvolvimento. A pandemia do Coronavírus está presente há mais de um ano e grande parte das notícias veiculadas pela grande mídia internacional apontam a estagnação econômica. O agronegócio brasileiro é destacado pela imprensa como o setor que ‘sustenta’ o país e não ‘sofre’ como as demais áreas produtivas, sendo



responsável por 22% do Produto Interno Bruto Nacional (PIB), e o Estado de Mato Grosso respondendo por mais da metade desse contingente.

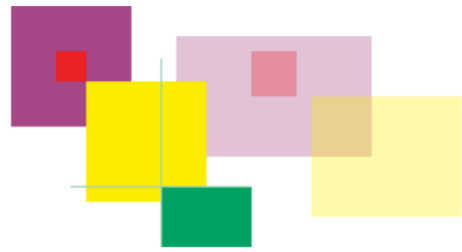
O discurso midiático compõe os dizeres em análise, não só pela forma como são textualizados (em reportagens) e como circulam (em *sites* de notícias), mas por trazerem elementos característicos da atividade jornalística: apresentar informações atuais sobre o que está acontecendo e – se recorrermos à função social do gênero jornalístico informativo –, atuar como vigilante social.

Conforme Orlandi (2012, p.65), a variação é o princípio segundo o qual “todo texto tem pontos de deriva possíveis, deslizamentos, que indicam diferentes possibilidades de formulação. Há textos possíveis nas margens do texto”.

Com o objetivo de compreender a construção de imaginários sobre o Mato Grosso recortamos os discursos textualizados na composição dos títulos das reportagens. A variação, a abertura do simbólico materializada no texto pela sua formulação, as diferentes formas de organização da escrita apontam para o que discutimos até então: os tradutores se inscrevem e produzem novos textos.

Veículo	Data	Chapéu ⁴	Título	Linha-fina
<i>Financial Times</i> Bryan Harris	10/02/2021	FT Magazine <u>Brazil</u>	Brazil's new frontier is transforming its fortunes — but at what cost?	The western state of <u>Mato</u> Grosso is riding an agricultural boom, driven by China, faith and <u>Bolsonaro</u>
<i>Valor Econômico</i> trad. Mário <u>Zamarian</u>	12/02/2021	(-)	A nova fronteira que transforma o Brasil	Grãos movem avanço de Mato Grosso, mas riqueza está associada a riscos, sobretudo ambientais
<i>Folha de S.Paulo</i> trad. Paulo <u>Migliacci</u>	16/02/2021	Financial Times Agrofolha Desmatamento	Mato Grosso transforma seu destino com boom movido por China, fé e Bolsonaro	Estado enriquece, mas deixa rastro de destruição ambiental
<i>Mídia News</i> trad. Paulo <u>Migliacci</u>	17/02/2021	Financial Times	MT muda seu destino com “boom” movido a China, fé e Bolsonaro	Distante da depressão econômica do restante do Brasil, Estado representa uma nova fronteira

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras do artigo



Em 'transforming its fortunes', 'riding an agricultural boom', 'nova fronteira que transforma', 'Grãos movem avanço', 'Mato Grosso transforma seu destino', 'Estado enriquece', 'MT muda seu destino' e 'Diante da depressão econômica', percebemos o funcionamento do discurso econômico como uma regularidade nos quatro veículos de comunicação, delineando uma formação discursiva do progresso pela economia, efeito de uma sociedade capitalista, determinada historicamente, na qual o poder maior está no mercado, no lucro, no crescimento. Temos o que Lagazzi (1988, p.19) aponta como "sujeição econômica" em um discurso que carrega as marcas da ordem cotidiana.

Das quatro reportagens escolhidas como *corpus* deste trabalho, três apresentam *chapéu*. O chapéu é um recurso jornalístico para pequenas informações, palavras ou breves frases que antecedem o título de uma reportagem. Funciona como um rápido aviso para situar o leitor sobre o que virá abaixo. Apenas a primeira tradução, veiculada no *Valor Econômico*, não utiliza esse recurso, mas no topo da página está explícita a editoria na qual a reportagem foi postada "Agronegócios". O veículo de comunicação dispõe de outras editorias nas quais seria possível enquadrar a notícia: Brasil, Mundo, Finanças, Legislação. Publicou em Agronegócios, um setor específico da atividade econômica, direcionando leitores e sentidos.

Isolando os chapéus das reportagens como sequências discursivas temos:

SD1: FT Magazine Brazil

SD2: Financial Times. Agrofolha. Desmatamento

SD3: Financial Times

Observando o funcionamento das formações imaginárias é possível apontar a imagem que os veículos de comunicação fazem do próprio lugar e do lugar do outro, frente aos diferentes lugares e suas relações de poder. A SD1, recortada do texto assinado Bryan Harris, traz a indicação da editoria na qual a reportagem é publicada. A abreviação do nome do veículo (FT) associa a produção à credibilidade que a empresa acredita ter frente às demais, reforçando esta imagem. A formulação 'Magazine' faz referência a produções em estilo arrevistado, com elementos mais aprofundados apresentados em forma de reportagens e não apenas em pequenas notas, indicando que o assunto merece ser explorado. E o apontamento



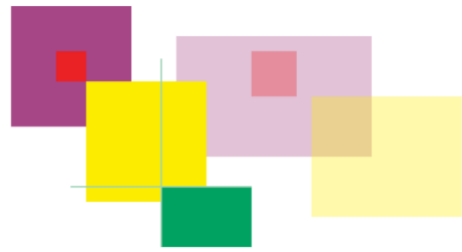
'Brazil' direciona os leitores, atraindo aqueles que se interessam por informações sobre este país. A imagem que o *Financial Times* faz do Brasil é a de que este país deve ser destacado, visto que assuntos sobre ele chamam a atenção dos consumidores de notícias da sua edição internacional.

Uma rápida busca no *Google* reforça o interesse dos veículos de comunicação internacionais por informações sobre o Brasil. O texto de Harris foi replicado em sites internacionais de notícias como o *Telegraf*, o *Daily UK News* e o *FT Chinese*, com uma tradução para o Mandarim.

A SD 2 recortada da tradução de Paulo Migliacci para a *Folha de S.Paulo*, ao destacar 'Financial Times', demonstra a valorização de publicar um texto produzido por um veículo de comunicação internacional, nomeia este veículo e indica que o que será apresentado é um olhar estrangeiro sobre o Brasil, que está sendo colocado em circulação no país pela *Folha de S.Paulo*, mas que também circula em outros países. Destaca também a editoria na qual a reportagem é publicada, 'Agrofolha'. O texto encaixaria-se em outras editorias como Economia e Internacional, por exemplo. A escolhida foi a 'Agrofolha', uma subeditoria da seção Mercado, voltada para assuntos relacionados ao agronegócio. Agrofolha traz a tradição de uma coluna semanal que foi criada em 1986 (DIAS, 2011) para tratar de assuntos referentes à atividade agropecuária. E a terceira palavra que compõe o chapéu é "Desmatamento", apontando para questões ambientais. No chapéu da *Folha de S.Paulo* o direcionamento está para os problemas provocados pelo agronegócio, apontados por um veículo de comunicação internacional e publicados em uma subeditoria de tradição para os interessados na atividade agropecuária brasileira. Novos elementos aparecem no chapéu da *Folha de S.Paulo*, que não estavam presentes no texto de Bryan Harris, publicado pelo *Financial Times*.

A SD 3 recortada do site mato-grossense *Mídia News* traz o nome do veículo de comunicação internacional, valorizando o olhar estrangeiro. O que é reforçado com a assinatura do repórter "Bryan Harris do Financial Times".

Pelos chapéus publicados, o gesto de observação analítica aponta que o *Financial Times* valoriza sua marca e destaca o Brasil, a *Folha de S.Paulo* destaca o veículo de comunicação internacional, aponta uma das colunas mais tradicionais do Brasil sobre as questões agropecuárias e direciona para os problemas ambientais. E o site *Mídia News*,



apesar de reproduzir a tradução da *Folha de S. Paulo*, não faz essa indicação no chapéu. Além disso, suprime o chapéu utilizado pela *Folha de S Paulo*, silenciando a *Agrofolha* e o *Desmatamento*, mantendo apenas o nome do veículo de comunicação internacional *Financial Times*. A valorização do *Financial Times*, observada nos dizeres dos produtores rurais, também acontece nos veículos de comunicação.

Orlandi (2012, p.83) afirma que “o sentido labora sua materialidade nas diferentes versões”, reformulações, derivas, ressignificações, deslizamentos, que remetem à dispersão. Recortemos, agora, os títulos das quatro reportagens:

SD4: Brazil’s new frontier is transforming its fortunes — but at what cost?

SD5: A nova fronteira que transforma o Brasil

SD6: Mato Grosso transforma seu destino com boom movido por China, fé e Bolsonaro

SD7: MT muda seu destino com “boom” movido a China, fé e Bolsonaro

Na SD 4, o título informa que a nova fronteira do Brasil (ainda não sabemos que fronteira é essa) está transformando “its fortunes”. *Its* pode referir-se à transformação das fortunas do Brasil ou da nova fronteira brasileira. Por se tratar de um jornal voltado a notícias sobre economia e política, “its fortunes” direciona os sentidos para bens econômicos com grande valor, seguindo uma identificação com a formação discursiva da economia, em uma sociedade capitalista. Já o enunciado “is transforming” indica que há fortunas e que, agora, estão sendo transformadas, em uma ideia de continuidade, de movimento, de ascensão. A presença de um travessão no título é um vestígio, funciona como uma quebra, um gesto de interpretação, uma pausa, uma divisão que antecede a pergunta, que começa com “mas”, abrindo a possibilidade de uma oposição, uma separação de sentidos. Orlandi (2012, p.116) afirma que a pontuação é um mecanismo que administra nossa relação com a incompletude da linguagem, ela “administra – sem eliminar – a falta e o equívoco” de um dizer que tem sua extensão, seus segmentos, suas dimensões. Percebe-se, pelo travessão seguido do “mas”, uma tomada de posição marcada, assumida por Harris. Enquanto na formulação ‘Brazil’s new frontier is transforming its fortunes’ fala a voz que se inscreve na formação discursiva do progresso pela economia, em ‘— but at what cost?’, o travessão, o “mas” e o ponto de



interrogação apontam para um discurso que reprova o desenvolvimento econômico a qualquer custo, destacando as perdas, o preço a ser pago.

A preocupação com as perdas e ganhos é legítima de uma sociedade capitalista, mas, no questionamento de Harris há um processo de contraidentificação (PÊCHEUX, 2014c), que coloca em evidência e ressignifica a transformação da fortuna, separando as formações discursivas. Authier-Revuz (2004, p.68-69) aponta que no fio do discurso o outro se inscreve e seu lugar “não é ao lado, mas no discurso”. Nenhuma palavra vem neutra do dicionário, o discurso se constitui por acordos. E se ancorando na psicanálise, a autora afirma que o discurso é constitutivamente atravessado pelo “discurso do Outro”, uma condição constitutiva, para que se fale, a exterioridade presente no dizer do sujeito, que não é “fonte-primeira desse discurso”. Há “o outro” que se mostra quando suas próprias palavras apresentam-se na forma de citação, por exemplo. Um espaço delimitado no discurso. No caso das reportagens, é comum se ver aspas indicando a fala de um entrevistado, e o repórter apresentando-se ali como “porta-voz”, dando lugar “ao discurso de um outro em seu próprio discurso”, a heterogeneidade mostrada.

A formulação “but at what cost?” não aparece nas demais sequências discursivas que estamos analisando. Como afirma Orlandi (2008b, p.41), há um processo de produção do silêncio “inscrito na política da palavra”. Apagou-se o questionamento, que abria uma possibilidade de discussão, ainda que essa abertura fosse apenas uma brecha, já direcionada. Um silêncio que pode representar um não estar de acordo, uma resistência e uma obediência.

A publicação do *Valor Econômico*, com tradução de Mário Zamarian, apresenta como título a SD 5 ‘A nova fronteira que transforma o Brasil’. Afirma que o país é transformado por uma nova fronteira, que tem uma posição destacada. Além de nova, tem o poder de provocar mudanças em um país. E este país é o Brasil. O país do *Valor Econômico* e da maioria dos seus leitores. Ainda que não se tenha referência de qual fronteira é, sabe-se que é uma, a partir da determinação produzida pela presença do artigo definido “A”, e “que” transforma. O texto promove sentidos para essa fronteira, de ter a capacidade de modificar um país. Ainda que não se saiba se positiva ou negativamente, o fato de o veículo de comunicação ter uma linha editorial voltada à economia, como já se apresenta em seu nome, direciona os sentidos para uma transformação importante para a economia. Os sentidos que se apresentam como evidentes para fronteira são aqueles que apontam um limite, uma divisão entre isso e aquilo.



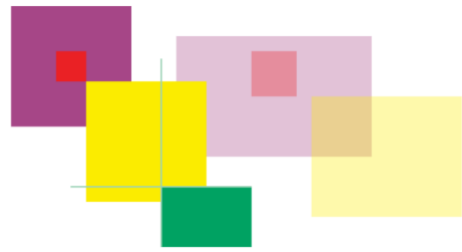
Nesse caso, a fronteira divide o que antes não era dividido, é uma nova fronteira, que separa aquilo que transforma o Brasil e o que o mantém igual.

Uma das sequências que compõem o título do *Financial Times* não se faz presente na versão do *Valor Econômico*: “- but at what cost?”. A formulação em inglês é apagada. Não interessaria ao *Valor Econômico* perguntar o custo da transformação do país.

O título da tradução feita por Paulo Migliacci para a *Folha de S.Paulo* é ‘Mato Grosso transforma seu destino com boom movido por China, fé e Bolsonaro’. As palavras ‘fronteira’ e ‘Brasil’, presentes nos dois títulos analisados anteriormente, não estão na SD 6. Neste enunciado, a fronteira está nomeada, é o Estado de Mato Grosso quem transforma. E se o que estava em transformação nos títulos anteriores era o Brasil e sua fortuna, aqui, a mudança é provocada pelo Estado em seu próprio destino, colocando Mato Grosso em uma relação de autonomia. Isso leva ao efeito de sentido de que ele muda o próprio destino a partir das oportunidades que se apresentam a ele: a China - em uma referência às negociações comerciais do país com a produção agropecuária mato-grossense -, a fé – apontando para a religiosidade dos moradores da região – e Bolsonaro, o presidente do Brasil, que obteve 66,42% dos votos em Mato Grosso nas eleições presidenciais de 2018⁹ e que vem implementando medidas de desburocratização do agronegócio. China, fé e Bolsonaro são responsáveis pelo “boom”, que promove sentidos de explosão, de acontecimento abrupto, inesperado. Afirmar que Mato Grosso muda seu destino é apontar que um outro destino era o esperado para o Estado, ainda que não fique claro qual era esse destino, tampouco qual é o novo destino. O que se entende é que o destino anterior não tinha interferências da China, da fé e de Bolsonaro.

A SD 7 aproxima-se da SD 6. É o título publicado pelo site mato-grossense *Mídia News*, que reproduz o texto da *Folha de S.Paulo*. A diferença está na abreviação de Mato Grosso em MT, em um movimento de aproximação, intimidade com os que vivem neste Estado: “MT muda seu destino com “boom” movido a China, fé e Bolsonaro”.

⁹ Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/resultados/mato-grosso-2turno-presidente/>. Acesso em 15 mar. 2021.



As quatro composições de chamadas das reportagens em análise contam com linhas-finas¹⁰, também chamadas de linhas de apoio.

SD 8 - The western state of Mato Grosso is riding an agricultural boom, driven by China, faith and Bolsonaro

SD 9 - Grãos movem avanço de Mato Grosso, mas riqueza está associada a riscos, sobretudo ambientais

SD 10 - Estado enriquece, mas deixa rastro de destruição ambiental

SD 11 - Distante da depressão econômica do restante do Brasil, Estado representa uma nova fronteira

A reportagem do *Financial Times*, que não nomeia a fronteira em seu título, o faz na linha-fina. Mato Grosso, o Estado localizado na região ocidental, está vivendo um *boom* agrícola, impulsionado pela China, pela fé e por Bolsonaro. É um boom agrícola que acontece por um impulso, remetendo ao sentido de que antes havia uma estagnação e que foi necessária uma intervenção, um empurrão, provocado pela China, pela fé e por Bolsonaro. Tem-se um país nomeado, a China. Não é qualquer país, é aquele que no ano de publicação da reportagem é apontado como o número 1 da economia mundial, título pelo qual concorre ano a ano com os Estados Unidos. O nome do presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, também é evidenciado na linha-fina, e a opção foi por utilizar apenas o sobrenome, pelo qual é popularmente conhecido no país. Ao citar a fé, o jornalista não explicita determinada crença. Há o destaque para três setores importantes nas relações de poder: a economia, a religião e a política como legitimadores, como aqueles que não apenas chancelam, mas impulsionam o “boom agrícola”. A dita nova fronteira relaciona-se com a maior potência econômica mundial, conta com o poder divino e com o chefe-maior do Estado brasileiro.

É nesta formulação que encontramos os elementos que foram utilizados nos títulos das reportagens publicadas pela *Folha de S.Paulo* e pelo *Mídia News*. O que aparece como informação de apoio, secundária, no *Financial Times*, é colocado em destaque nos dois

¹⁰ Na prática jornalística, as linhas-finas são frases que sucedem os títulos das reportagens. São uma espécie de subtítulo e possuem a função de acrescentar, complementar informações ao leitor de forma atraente.

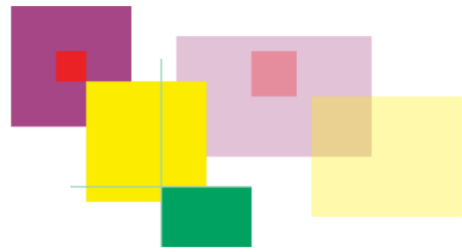


veículos de comunicação brasileiros. O site internacional identifica que o boom, a grande mudança é na agricultura.

China, fé e Bolsonaro são elementos que não apacem na composição do título do *Valor Econômico*. A linha-fina escolhida pelo site afirma que são os grãos que movem o avanço da nova fronteira que transforma o Brasil, apresentada no subtítulo como sendo Mato Grosso. O *Valor Econômico* utiliza a linha-fina para ponderar que a riqueza está associada a 'riscos, sobretudo ambientais', produzindo o efeito de que outros riscos existem e que os mais graves são os ambientais. A reportagem do *Financial Times* questiona em seu título quais são os custos do desenvolvimento ('- at what cost?'), mas não responde a essa pergunta na composição de sua chamada. Já o *Valor Econômico* o faz, um movimento que também aparece na linha-fina da *Folha de S.Paulo*: 'Estado enriquece, mas deixa rastro de destruição ambiental'. Enquanto o *Financial Times* questiona o custo do desenvolvimento, o *Valor Econômico* aponta para os riscos ambientais e a *Folha de S.Paulo* afirma a existência da destruição ambiental. A destruição ambiental é um reflexo do enriquecimento financeiro do Estado e que deixa rastro, marcas difíceis de serem apagadas, feridas, que são apresentadas de forma recorrente pelos ambientalistas. A balança está entre a riqueza e as questões ambientais. Entre o discurso econômico e o ambientalista.

Para a publicação no site *Mídia News*, a fronteira está entre os Estados que geram mais ou menos riquezas. Temos uma formação discursiva ufanista mato-grossense, atravessada pelo discurso econômico. À linha-fina é afirmado: 'Distante da depressão econômica do restante do Brasil, Estado representa uma nova fronteira'. Não são mencionados riscos ambientais, custos. A linha-fina funciona colocando em evidência Mato Grosso ser diferente do "restante do Brasil". Na nova fronteira, não há depressão econômica, e os riscos ambientais apontados no título original (em inglês) e nos outros dois veículos de comunicação brasileiros são silenciados. O que importa é que este é o Estado do progresso, aquele que pode sustentar o país. China, fé e Bolsonaro são elementos que mudam o destino do Estado, que incrementam sua posição econômica frente ao país¹¹.

¹¹ Tomé e Rohden (2017, p.320) explicam que "o discurso do progresso herdado do processo de colonização no Mato Grosso desde o século XVII foi construído sob a exploração da terra e sua ocupação".



As seleções que compõem as sequências discursivas presentes nos títulos das três reportagens, nas quais os tradutores se inscrevem, produzem sentidos para/sobre o texto de Bryan Harris. As escolhas são feitas a partir do que para os tradutores é mais importante e da imagem que eles fazem dos leitores e dos veículos de comunicação para os quais trabalham. Orlandi (2012, p.94-95) explica que as versões são consideradas como o “impossível da unidade”, “em uma história inacabada das diferentes textualizações possíveis”.

Apesar de escolher chapéu, título e linha-fina próprios, o site *Mídia News* optou por publicar, na íntegra, a reportagem traduzida pela *Folha de S.Paulo* e não a do *Valor Econômico*. Há o destaque: “Leia abaixo a reportagem na íntegra”. Um movimento de reforço do que é dito pela *Folha de S.Paulo* e que aponta para o poder que este veículo ganha frente aos outros. Não é qualquer publicação que o *Mídia News* está reproduzindo. É o texto da *Folha de S.Paulo* e está completo, sem interferências. Há aqui também um sentido de desresponsabilização: Não somos nós, o *Mídia News*, quem diz. Quem diz é a *Folha*. Funciona, ainda, o imaginário social acerca de quem seja o Jornal *Folha de S.Paulo*, em termos de credibilidade, reconhecimento, circulação/abrangência, tradição, em contraposição ao *Mídia News*, menos conhecido e de menor legitimidade fora do seu território, mais restrito “geograficamente”. A inscrição da *Folha de S.Paulo* na publicação do *Mídia News* vem para validar o dizer deste pelo outro, ao fazer “seu” um dizer outro, como “o verdadeiro”.

O site *Mídia News* coloca-se como mediador, que “tem uma função decisiva na constituição das relações de poder (do dizer). Ser mediador, no domínio discursivo, é fixar sentidos, organizar relações e disciplinar conflitos de sentidos” (ORLANDI, 2008b, p.41). O *Mídia News* administra e distribui socialmente sentidos, faz um deslocamento do produto do trabalho, a reportagem, em direção ao sujeito, *Folha de S.Paulo*.

Antecedendo a reprodução do texto da *Folha de S.Paulo*, o site mato-grossense publica um texto funcionando como prefácio. Em rápida pesquisa no *Google* é possível observar que a publicação do *Mídia News* foi replicada em outros sites da imprensa de Mato Grosso e que também republicam esse prefácio.

O jornal *Folha de S.Paulo* trouxe na edição de quarta-feira (17) a tradução de uma reportagem originalmente publicada pelo *Financial Times* falando sobre o crescimento econômico de Mato Grosso ancorado no avanço do agronegócio.



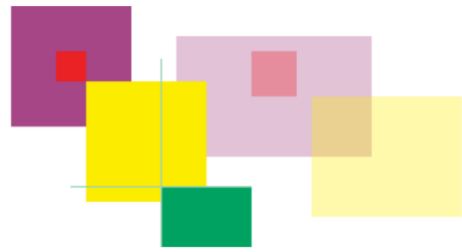
A reportagem, assinada pelo jornalista Bryan Harris, relata que nos últimos anos o Estado se transformou em um dos maiores produtores mundiais de soja, sobretudo em razão do apetite da China. O texto ainda cita a popularidade do presidente Jair Bolsonaro em Mato Grosso e faz um alerta para problemas ambientais.

O dizer que antecede a reprodução da reportagem traduzida para a *Folha de S.Paulo* não é assinado. Há uma retomada, como um comentário de antecipação. Orlandi (2008a, p.03) afirma que os comentários “são na realidade argumentos que procuram dar uma direção aos sentidos, fixá-los em certas regiões” e, assim, cria-se uma versão do outro texto, através da produção de um efeito-leitor, “se produz uma imagem ‘do que o texto diz’ [...], realçam-se certos aspectos significativos em detrimento de outros”. O tom é simpático a Mato Grosso e à atividade agropecuária e tem o objetivo de apresentar o texto que será lido pelos leitores do *Mídia News*, seguindo o ufanismo presente na linha-fina. Destacam-se a *Folha de S.Paulo* e o *Financial Times*, em uma valorização do olhar externo, o crescimento econômico e do agronegócio. O *Mídia News* afirma que o Estado se transformou em um dos maiores produtores mundiais de soja e ressalta a popularidade de Bolsonaro. O destaque está em elementos que tocam no imaginário do orgulho mato-grossense e sua afirmação frente ao país.

Analisar as diferentes versões, os sentidos possíveis e a construção da imagem de Mato Grosso pela mídia, possibilitou o (re)encontro com o seguinte ensinamento:

A diferença entre formulações – versões – é significativa e não ocasional, como se pretende. Ela representa uma relação (filiação) do texto com o discurso e deste com a memória discursiva. Portanto situa-se nas mediações entre o real da língua e o real da história, fazendo sentido na medida mesmo em que materializa sua especificidade. (ORLANDI, 2008a, p.04).

Neste trabalho, analisamos como as empresas de comunicação podem ser entendidas como sujeitos, simbólicos e históricos. Instituições posicionadas, tendo uma autoria imputada, deixando à margem sujeitos outros que participam do processo de produção de uma reportagem. Compreendemos que no processo de tradução não há ‘transfusão’ de sentidos de uma materialidade para outra. Há versões. Há possibilidades de leituras outras.



Conclusão

O percurso apresentado neste trabalho teve como foco os estudos discursivos sobre tradução e buscou dar visibilidade ao funcionamento da variação constitutiva do processo tradutório, que vai produzindo versões de um texto jornalístico, que já é uma versão entre outras possíveis. Ao desenhar o trajeto da variação pelas sequências discursivas colocadas em relação, apontaram-se versões que dão voz a contradições sociais, relações de força e sentidos, no processo discursivo.

As versões produzidas pelos veículos jornalísticos na variação, nas derivas, pelas diferentes possibilidades de formulação, mobilizam sentidos sobre/para o Estado de Mato Grosso. O simbólico é materializado nos textos pela formulação e pelas diferentes formas de escrita, possibilitando-nos perceber que os tradutores se inscrevem e produzem novos textos.

Referências

ALTHUSSER, Louis. Ideologia e Aparelhos ideológicos de Estado. *In*: ZIZEK, Slavoj (org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 143-152.

AUTHIER-REVUZ, Jaqueline. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: Edipucrs, 2004.

COSTA, Débora Pereira Lucas. **Agro - A indústria-riqueza do Brasil**: a mídia e o processo de produção de sentidos para o agronegócio Brasileiro. 2019. Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado de Mato Grosso, Sinop, Mato Grosso. Disponível em: <http://portal.unemat.br/?pg=site&i=ppgletras-sinop&m=dissertacoes&c=turma-2>. Acesso em: 23 maio 2022.

COURTINE, Jean-Jacques. O chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. *In*: INDURSKI, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Os múltiplos territórios da Análise de Discurso**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 1999. p.15-22.

DIAS, João Castanho. **A Imprensa Rural no Brasil**. São Paulo: Editora Barleus, 2011.

FOUCAULT, Michel. Que é um Autor? *In*: FOUCAULT, Michel. **Ditos e Escritos**: estética – literatura e pintura, música e cinema III. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. p. 264-298.



IBGE. Em fevereiro, IBGE prevê safra recorde de 261,6 milhões de toneladas para 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/33132-em-fevereiro-ibge-preve-safra-recorde-de-261-6-milhoes-de-toneladas-para-2022>. Acesso em 10 mar. 2022.

LAGAZZI, Suzy. **O desafio de dizer não**. Campinas: Pontes, 1988.

PIMENTEL, Renata Marcelle Lara. **Versões de um ritual de linguagem telejornalístico**. 2008. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, São Paulo.

MITTMANN, Solange. Autoria e tradução: da dispersão às identificações. *In*: MITTMANN, Solange; GRIGOLETTO, Evandra; CAZARIN, Ercília Ana (org.). **Práticas Discursivas e Identitárias**: sujeito e língua. Porto Alegre: Nova Prova, 2008. p. 80-96.

MITTMANN, Solange. Desentendimentos sobre a noção de autoria no âmbito acadêmico. *In*: FLORES, Giovanna; NECKEL, Nádia; GALLO, Solange (org.). **Análise de Discurso em rede**: cultura e mídia. v. 2. Campinas: Pontes Editores, 2016. p. 11-24.

ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 6. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2007.

ORLANDI, Eni. Silêncios: presença e ausência. **ComCiência**, Campinas, n.101, 2008a. Disponível em: <http://comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=38&id=456>. Acesso em: 10 nov. 2021.

ORLANDI, Eni. Silêncio e implícito (produzindo a monofonia). *In*: GUIMARÃES, Eduardo (org.). **História e sentido na linguagem**. Campinas: Editora RG, 2008b. p. 39-46

ORLANDI, Eni. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. 4. ed. Campinas: Pontes Editores, 2012.

ORLANDI, Eni. **Análise do Discurso**: princípios e procedimentos. 12. ed. Campinas: Pontes Editores, 2015.

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). *In*: GADET, Françoise; HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 5. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2014a. p. 59-158.

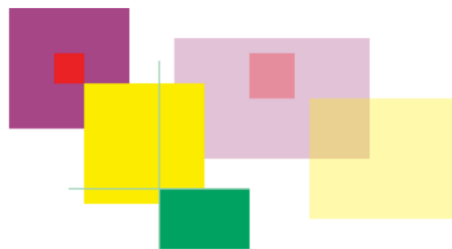
PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 5. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2014b.

PÊCHEUX, Michel. **Ousar pensar e ousar se revoltar**: ideologia, marxismo, luta de classes. **Décálogos**, v.1, n. 4, 2014c.

PÊCHEUX, Michel. **O Discurso**: estrutura ou acontecimento. 7. ed. Campinas: Pontes Editores, 2015.

PÊCHEUX, Michel; LÉON, Jacqueline. Análise Sintática e Paráfrase discursiva. *In*: ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. 4. ed. Campinas: Pontes Editores, 2015. p. 163-174.

RASIA, Gesualda. Entre a indeterminação e a determinação: o discursivo na materialidade linguística. *In*: MITTMANN, Solange; GRIGOLETTO, Evandra; CAZARIN, Ercília Ana (org.). **Práticas Discursivas e Identitárias**: sujeito e língua. Porto Alegre: Nova Prova, 2008. p. 154-173.



TOMÉ' Cristinne; ROHDEN, Josiane. O discurso do progresso e a educação na história de Sinop - Mato Grosso: "Como é bom alargar fronteiras de nossa pátria!". **Revista História Da Educação**. v. 21, n. 52, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/asphe/article/view/67292>. Acesso em 20 maio 2022.