

SENTIDOS SOBRE “TERRORISMO” NA MÍDIA DIGITAL

Camila de Moraes Crisofolletti¹

Fernanda Correa Silveira Galli²

Resumo:

Sob o ponto de vista teórico-metodológico da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, a partir dos estudos de Michel Pêcheux, em convergência com outras áreas do conhecimento, este artigo apresenta uma reflexão sobre os sentidos relacionados a “terrorismo” no contexto de uma tradução específica – do francês para o português – publicada pela Agence France-Presse (AFP) na mídia digital.

Palavras-chave: *Terrorismo; Mídia digital; Sentidos.*

Résumé:

Du point de vue théorique et méthodologique d'Analyse de Discours (AD) française, basé sur les études de Michel Pêcheux, en convergence avec d'autres domaines de la connaissance, cet article présente une réflexion à propos des sens liées au «terrorisme» dans le contexte d'une traduction spécifique - du français au portugais - publiée par l'Agence France-Presse (AFP) dans les médias numériques.

Mots-clés: *Terrorisme; Médias numériques; Sens.*

Introdução

Quando se trata de definir o que é “terrorismo”, muitas são as acepções. Os autores de diferentes áreas buscam conceituar o termo, mas normalmente dividem terrorismo entre nacional e internacional, o que reforça que não há consenso em relação aos tipos de terrorismo e suas motivações. Na área da Linguística, mais

¹ Graduada em Comunicação Social – Jornalismo (UNIP). Discente do curso de Bacharel em Letras com Habilitação em Tradução (IBILCE/UNESP). Contato: milla.calvo@gmail.com.

² Graduada em Letras pela UNESP/Assis (1997), Mestre em Letras - Filologia e Linguística Portuguesa pela UNESP/Assis (2002), Doutora em Linguística Aplicada pelo IEL/UNICAMP (2008) e Pós-doutora em Ciência da Informação e Comunicação pela FFCLRP/USP (2012). Atualmente, é pesquisadora e professora no Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos do IBILCE/UNESP e bolsista do PNPd/CAPES. Contato: fcs Galli@hotmail.com.

especificamente na área da Análise do Discurso de linha francesa, é importante citar as contribuições de Orlandi (2000), que, em uma análise lexicográfica discursiva, apresenta o posicionamento ideológico sobre o termo em dicionários de língua portuguesa. É, portanto, relevante considerar que todas as definições apresentam, por si mesmas, uma posição sócio-histórica-ideológica que reflete a conceptualização do verbete, seja em dicionários de campos específicos ou não específicos.

Do ponto de vista midiático, se a Guerra do Golfo (1990) contou com transmissão televisiva maciça, as invasões do Afeganistão (2002) e do Iraque (2005) pelos Estados Unidos e os países a este aliado contaram com jornalistas infiltrados dentro dos pelotões norte-americanos. Os jornais passaram, desse modo, a ser inundados pelo termo “terrorismo”, muitas vezes fora de contexto. A rede de TV egípcia *Al Jazeera* se transformou, durante esse período, na “rede da Al-Qaeda”, por divulgar os vídeos da organização e trazer outra visão, diferente da reproduzida em massa. Nessa perspectiva, refletir sobre a circulação do termo “terrorismo” no contexto de uma tradução específica – do francês para o português, publicada pela *Agence France-Presse* (AFP) na mídia digital é a proposta deste artigo. Para tanto, nos apoiamos nos pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso de linha francesa, e também em outras áreas do conhecimento como o Jornalismo e Tradução.

1. Sobre a Análise do Discurso

A Análise do Discurso (AD) de linha francesa é a base teórica principal da presente pesquisa, que se apoia também em estudos de outras áreas, conforme já apontado. O interesse dessas áreas ocorre, principalmente, pelo poder de propagação da notícia na rede digital, de maneira que o acréscimo da internet como objeto de estudo do Jornalismo é um fenômeno importante para compreender as mudanças na forma de se fazer e, portanto, de se consumir fatos. Porém, as Teorias do Jornalismo, que em sua maioria são baseadas na observação da prática do jornalismo impresso diário, mantem-se como um norte para os estudos (TRAQUINAS, 2005; PENA, 2005). Dos estudos sobre mídia, percebe-se que existe uma preocupação em entender qual o seu papel na sociedade e sua construção ideológica (ROCHA, 2007), questão vista por um outro viés pela perspectiva teórica discursiva.³

³ Entendemos a ideologia não como “um conjunto de representações nem a ocultação da realidade, nem tampouco um ‘defeito’ dos que não têm consciência. Discursivamente, a ideologia, como prática significante,

Para a AD, o sentido é construído no tempo e no espaço das práticas discursivas, de maneira que a língua não é vista enquanto sistema abstrato, homogêneo, mas com a língua no mundo, com maneiras de significar, com homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas, seja enquanto sujeitos, seja enquanto membros de uma determinada forma de sociedade. Dito de outro modo, a AD trabalha com o discurso, objeto sócio histórico em que o linguístico intervém como pressuposto e o sentido não é visto como “conteúdo”; interessa, para a AD, portanto, o funcionamento da língua para a produção de sentidos, não a partir do que a linguagem (ou o texto, na Análise de Conteúdo) quer dizer, mas do como a linguagem funciona. Ao considerar a linguagem como não transparente, a AD produz conhecimento a partir do próprio texto, do como ele significa enquanto uma materialidade simbólica e significativa, com uma espessura semântica que o concebe em sua discursividade (ORLANDI, 2001, p.18).

Desse modo, a proposta da AD é refletir sobre o modo como a linguagem se materializa na ideologia e, também, como a ideologia se manifesta na língua, que é condição de possibilidade de um discurso, materialidade ao mesmo tempo linguística e histórica. Nesses termos, para a perspectiva teórico-metodológica da AD, o discurso “não se confunde com sua evidência empírica”; ele permite entender o texto como lugar “onde se produz o encontro da língua com o sujeito” (MALDIDIER, 2003, p.96) e onde é possível observar a relação entre língua e ideologia e compreender como a língua produz sentidos para os sujeitos (ORLANDI, 2001, p.17), processo em que a noção de leitura distancia-se de uma leitura literal (que supõe uma espécie de inocência de um leitor desprovido de ideologia e apto a encontrar o conteúdo do texto) e também de uma leitura hermenêutica (que supostamente encontraria nas entrelinhas o sentido oculto do texto).

O discurso é, portanto, “o objeto que nos permite observar as relações entre ideologia e língua, bem como os efeitos do jogo da língua na história e os efeitos desta na língua” (FERREIRA, 2003, p.193). É, então, por meio do discurso que buscamos compreender como um material – nesta abordagem, uma tradução do francês para o português publicada pela *Agence France-Presse* (AFP) na mídia digital – produz sentidos em determinado momento historicossocial, já que, conforme pontua Ferreira (2003, p.193), o discurso é “lugar privilegiado de observação entre a língua, a

ideologia e o sujeito”, e “propicia, como bom observatório, a visualização das propriedades do complexo dispositivo teórico-analítico.”.

2. Sobre o Jornalismo e a Tradução

A tradução jornalística é um dos campos mais frutíferos na área da Tradução; porém, um dos menos estudados (GUERRERO, 2006, p.126). Por esse motivo, a reflexão acerca da prática tradutória no ambiente das notícias deve sempre ser buscada, afim de atingir-se uma excelência e uma melhora na prática profissional. Pensando nisso, escolhemos um texto jornalístico como objeto de análise para este trabalho, o qual retrata, na convergência de vários temas, a situação atual na França. A notícia foi veiculada pelo site *Le Devoir*,⁴ em francês, e pelo site de notícias *Yahoo*⁵ em português, a partir da produção da agência de notícias *Agence France-Presse* (AFP). A opção por um texto que já contasse com uma tradução não foi impensada, mas ao contrário, deliberada na busca por um exercício não só de reflexão sobre escolhas estruturais e lexicais, mas da prática tradutória como um todo no contexto jornalístico.

A referida notícia foi comprada pelos jornais da agência de notícias AFP, a qual se encontra hoje entre uma das três maiores agências de notícias do mundo, junto com a Reuters e a Associated Press (AP). A AFP conta com mais de 200 sucursais em 150 países, como China e Brasil. No site da AFP,⁶ encontra-se o objetivo da empresa e a forma como ela trabalha, além das mídias em que produz conteúdo:

A *Agence France-Presse* (AFP) é uma agência de notícias mundial que fornece informações de forma rápida, verificada e completa em vídeo, texto, foto, multimídia e infográficos sobre os eventos que fazem a atualidade internacional. Desde guerras e conflitos à política, esporte, espetáculos até aos grandes desenvolvimentos em questões de saúde, ciências ou de tecnologia⁷ (tradução nossa).

O posicionamento da AFP reflete a própria ideologia das agências de notícias e que remonta ao surgimento desses organismos. Ao falarmos da história das agências,

⁴ Disponível em: <<http://www.ledevoir.com/international/europe/479737/terrorisme-pres-de-300-personnes-arretees-depuis-janvier-en-france>>. Acesso em 16 set. 2017.

⁵ Disponível em: <<https://br.noticias.yahoo.com/300-detidos-janeiro-franca-vinculos-redes-terroristas-142210714.html>>. Acesso em 16 set. 2017.

⁶ Disponível em: <www.afp.fr>. Acesso em 16 set. 2017.

⁷ L'Agence France-Presse (AFP) est une agence de presse mondiale fournissant une information rapide, vérifiée et complète en vidéo, texte, photo, multimédia et infographie sur les événements qui font l'actualité internationale. Des guerres et conflits à la politique, au sport, au spectacle jusqu'aux grands développements en matière de santé, de sciences ou de technologie.

estamos falando da história da própria AFP. Em 1832, Charles-Louis Havas criou um escritório para traduções de matérias jornalísticas estrangeira, denominado *Bureau Havas*. Já em 1835, muda a forma de trabalho e renomeia sua companhia para *Agence Havas*, sendo essa a primeira agência de notícias transnacionais do mundo. Em 1851, um ex-sócio de Havas funda, em Londres, a *Reuters*. Ao final do século XIX, a *Agence Havas* contava com profissionais em diversas capitais do mundo. Entre um de seus muitos feitos, destaca-se a instauração do primeiro serviço de telégrafo na França (BRITANNICA, 2016).

Durante a ocupação alemã na França, na Segunda Guerra Mundial, a agência foi nacionalizada pelo governo Vichy e muitos de seus jornalistas continuaram atuando de forma autônoma e clandestina. Em 1944, com a liberação da França, os profissionais se uniram e criaram o *Office français d'information*, que acabou por herdar todos os escritórios da antiga Havas (LARROUSE, 2016). Em 1957, autonomiza-se e adota o nome de *Agence France-Presse*. Desde Havas, as agências de notícias procuram levar informações de maneira transnacional. Para tanto, trabalham diretamente com os veículos de notícias, ou seja, o foco não é levar o fato diretamente para o público leitor, mas sim, vender o material para outro, que o publicará. Nesse método, as notícias não são assinadas pelos jornalistas e sim pela agência produtora.

A presença das agências de notícias pelo mundo é relevante e a importância desses organismos midiáticos é extrema, como observa Araújo: “Desde o período imediatamente posterior à Segunda Guerra Mundial, se tornaram [as agências] responsáveis por aproximadamente 90% do noticiário estrangeiro utilizado por meios de comunicação de massa em todo o mundo. (ARAÚJO apud ROCHA; OSÓRIO, 2006, p.2). Uma das principais características e, talvez, a mais importante para explicar a amplitude desses organismos está ligada aos componentes textuais e refere-se a estrutura do texto. A produção das agências baseia-se nos moldes da pirâmide invertida, prática em que as informações mais importantes se encontram entre o título, a linha fina e o primeiro parágrafo, denominado *lead*.

Em um primeiro momento, pode parecer apenas a repetição de uma prática em voga no jornalismo moderno; porém, em relação ao método das agências, o modelo deve ser seguido sem exceções, em uma tentativa de atingir conceitos como a imparcialidade e a objetividade, ambos tratados em diversas teorias dentro do jornalismo, como a Teoria do Espelho, por exemplo. Essa busca pelo retrato mais próximo do fato real acontece por se tratar de um texto além-fronteiras, que será lido

por diversas culturas diferentes. Contudo, nesse modelo de comercialização de notícias, a compra do material pelos veículos abre a possibilidade para alterações no texto. Quando isso ocorre, no campo de identificação do produtor deve aparecer o nome da agência de notícias juntamente com o nome do jornalista ou com o de outras agências utilizadas como fonte.

Diferentemente de outros organismos midiáticos, o funcionamento das agências obedece a características próprias. Segundo Rocha e Osório (2006), a AFP conta com um escritório central em Paris que comanda quatro centros de coordenação espalhados pelo mundo. No caso do Brasil, os escritórios da AFP estão submetidos ao centro de Montevideú. Outro detalhe importante destacado pelos autores é a necessidade pelos profissionais da AFP Brasil de falarem pelo menos quatro idiomas: português, inglês, espanhol e francês (ROCHA; OSÓRIO, 2006, p.3). Para um veículo ter acesso às notícias produzidas pelas agências, é preciso uma assinatura, com pagamento de anuidade e também mensalidade, ou pode-se comprar apenas um material, prática pouco utilizada devido ao custo elevado. Os valores variam de acordo com a tiragem dos veículos, em ordem inversamente proporcional (ROCHA; OSÓRIO, 2006, p.14).

No caso da notícia escolhida – intitulada “Terrorisme: près de 300 personnes arrêtees depuis janvier en France”, podemos analisar as diferenças em relação ao formato adotado na produção de materiais pelas agências de notícias. Segundo Guerrero (2006, p.127), os títulos franceses costumam ser menos diretos do que os de jornais espanhóis, um possível reflexo da constituição da mídia francesa, polarizada e com posição política clara. Porém, o que se observa no título da notícia é uma construção mais próxima ao jornalismo espanhol, por exemplo. Essa padronização pode ser explicada a partir do relatório “Um mundo, muitas vozes”, ou Relatório McBride, que retoma o conceito de uniformização das notícias com o objetivo de venda:

As agências vendem seus serviços no mercado uma recompilação e reportagem dos fatos e a sua avaliação dos acontecimentos. Para "vender" esses fatos, as agências modificam a natureza e a importância relativa dos acontecimentos, que na verdade não "aconteceram" para o público em geral, mas sim quando as fontes de notícias as selecionaram para sua publicação. Para que seja notícia, um acontecimento deve apresentar-se de forma "vendável". Estruturalmente implícita na concepção mercantil da notícia se encontra a discriminação sistemática contra os acontecimentos que não podem se "vender" e que não são notícia porque não interessam

ao mercado dominante (UNESCO apud ROCHA; OSÓRIO, 2009, p. 03).

Na prática das agências de notícias, fatores como veículo e público são colocados em outras esferas e surge a seleção do que deverá ser noticiado, em uma aproximação ao descrito na Teoria do *Gatekeeper*. Pensando na teoria e na contextualização dada pelo relatório, conclui-se que a notícia selecionada para análise foi escolhida obedecendo critérios econômicos e de noticiabilidade, adequando os fatos a um padrão de escrita “universal”. A universalização buscada pela agência de notícias reflete na prática tradutória. Baseado em Guerreiros (2006), os contextos pragmáticos da notícia, que envolvem, entre outros, as diferenças de veículos, as questões socioculturais, tanto na produção jornalística como no conhecimento prévio dos temas tratados, são essenciais na tradução e refletem nas escolhas realizadas.

Porém, são esses contextos que procuram ser apagados pelas agências de notícias, o que subverte a prática tradutória. Tal comprovação pode ser encontrada na afirmação “não são apenas tradutores de notícias, são jornalistas que fazem traduções” (ROCHA; OSÓRIO, 2009, p. 11). Tais reflexões apontam para um espaço não pensado dentro do processo tradutório, uma vez que ao analisarmos a afirmação de que “são jornalistas que fazem tradução”, o interesse não se encontra na qualidade da tradução, mas sim na possível qualidade do texto jornalístico. Nesse ponto, a AFP Brasil apresenta uma postura despreocupada quanto à tradução, mas preocupada com o texto jornalístico que é, sempre, o seu produto final.

3. Sentidos sobre “terrorismo” na mídia digital

Conforme já sinalizado, o material de análise foi coletado na internet, em postagens dos meses de agosto e setembro de 2016 pela *Agence France-Presse* (AFP)⁸. A escolha da agência de notícias se deu pela sua característica, uma vez que essa é uma organização midiática que ultrapassa fronteiras. De nosso ponto de vista, o cruzamento entre o texto em francês e a sua tradução em português apresenta questões interessantes acerca das escolhas tradutórias, em especial no que diz respeito à ideologia de quem traduz. Na prática tradutória, emergem diferentes

⁸ Disponíveis em: <http://www.ledevoir.com/international/europe/479737/terrorisme-pres-de-300-personnes-arretees-depuis-janvier-en-france> e <https://br.noticias.yahoo.com/300-detidos-janeiro-franca-vinculos-redes-terroristas-142210714.html>. Acesso em 16 set. 2017.

formações discursivas e, ainda, marcas linguísticas que sinalizam formações ideológicas características de quem produz o material discursivo.

Há, nos estudos tradutórios, um debate sobre a questão ideológica: a tradição diz que uma boa tradução é aquela que busca reproduzir com fidelidade o texto original. Os Estudos da Tradução modernos rejeitam a ideia de fidelidade, pois sabem que a produção do texto de partida e o de chegada são produzidos em condições diferentes. Pela perspectiva da Análise do Discurso francesa, pode-se afirmar que os dois textos são produzidos em condições de produção sócio históricas diferentes, por sujeitos ideologicamente constituídos. Com isso, não se pode afirmar que fidelidade seja algo real quando se trata de tradução.

Em relação à tradução jornalística, além do ideal de fidelidade, há a ideia de objetividade e imparcialidade do texto jornalístico. Dessa forma, percebe-se três questões que permeiam a tradução e que só podem existir quando se ignora a existência de uma ideologia. Porém, ao analisar a materialidade linguística, é impossível ignorar a presença e/ou marca de um posicionamento. No material selecionado para análise, já no título (Figuras 1 e 2) é possível perceber diferentes posições ideológicas entre o texto de partida e o texto de chegada: em francês, o termo “terrorisme” aparece em destaque, pois é a primeira palavra do título, seguida de dois pontos; já na tradução em português, a palavra “terroristas” aparece na última posição da frase. Há uma alteração entre os termos. Enquanto no francês é utilizado o termo para designar a fenômeno, no português foi escolhido a denominação de quem pratica o ato. Mesmo que os termos “terrorisme” e “terroristas”, correspondentes em um certo nível semântico, apareçam nos dois títulos, conforme vemos nas figuras a seguir, suas diferentes posições na frase marcam diferentes efeitos de sentido. No primeiro caso, em francês, a ideia é destacar as ações institucionais que estavam sendo realizadas com o intuito de prevenir novos ataques; no segundo caso, na tradução em português, o objetivo parece ser o de marcar a prisão de pessoas suspeitas de conexão com terrorismo.



Figura 1 – Título do texto em francês



Figura 2 – Título do texto em português

Outros efeitos ideológicos se manifestam nas fotos que acompanham as notícias: na figura original, em francês (Figura 3), estão presentes dois policiais; já na tradução, em português (Figura 4), a foto é do ministro do Interior francês. Por mais que não façam parte da materialidade linguística, as fotos são elementos que contribuem para a construção dos sentidos do texto: a “escolha” da imagem de um político francês, no lugar de policiais, para acompanhar o texto traduzido parece marcar um efeito de atenuação do caráter militar das ações e uma marcação da atuação política. Quando a França era um dos países mais influentes no cenário mundial, o Brasil possuía conhecimento e proximidade com a cultura francesa. Hoje, dificilmente um leitor reconhecerá com facilidade a imagem de um político francês.



Figura 3 – Foto do texto em francês



Figura 4 – Foto do texto em português

Outra questão que destacamos é a própria contextualização em relação ao conteúdo da notícia. Os atentados contra a França tiveram início em 2015, após a publicação de uma charge pela revista Charlie Hebdo⁹. Os autores do ataque alegaram que estavam defendendo a honra de Maomé, que foi o tema de uma tirinha

⁹ Em 7 de janeiro de 2015, o escritório da revista satírica *Charlie Hebdo* sofreu um ataque de fuzil realizado por dois indivíduos. Após uma série de novos ataques, os responsáveis foram mortos. O grupo denominado terrorista Estado Islâmico (EI) assumiu a responsabilidade pelos ataques.

que a revista satírica havia publicado. O Estado Islâmico (EI)¹⁰ assumiu a autoria de outro atentado, o de novembro de 2015, o qual atingiu diversos lugares de Paris, entres ele uma boate, deixando centenas de mortos e feridos. Em uma nota sobre o ataque, o grupo jihadista destacou que a França “é a capital da perversão e abominação” e que “o país e todos aqueles que seguem seu caminho devem saber que permanecem o principal alvo” dos terroristas (UOL, 2015). O grupo ainda afirma que os atentados são motivados pela coalizão contra o EI na Síria e Iraque.

Porque a França é o principal alvo do EI? Trata-se de um dos países que mais luta contra o grupo em si, apoia o ditador Sírio, que luta contra o EI, e, também, é o segundo maior contribuinte para as operações aéreas da coaligação internacional liderada pelos EUA contra o EI na Síria e Iraque. Segundo Mónica Ferro, do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa, há duas razões principais: a primeira é o empenho militar francês no combate ao Estado Islâmico (EI) na Síria, Iraque e Líbia; a segunda é que a França tem grandes comunidades de jovens que estão “desenraizados” e que são mais facilmente cooptados por grupos terroristas. Para Peter Neumann, especialista em radicalização no King’s College de Londres, “a França é odiada não apenas como nação que é associada às Cruzadas, como outros países europeus, mas também porque é acusada de ter uma agenda anti-islâmica.” Além disso, também é um dos países mais expostos em relação às políticas estrangeiras, pois é um dos únicos que possui, efetivamente, oficiais em campo envolvidos em países muçulmanos.

Destacamos, do corpo do texto da notícia em francês (Figura 6), a utilização de “djihadiste”: «Près de 300 personnes ont été arrêtées en France depuis janvier pour leurs liens avec « des filières terroristes », a déclaré samedi le ministre de l’Intérieur Bernard Cazeneuve, louant les « résultats » obtenus par ses services face à la menace djihadiste.». O termo, segundo a definição do Dicionário Larousse, está fortemente ligado ao terrorismo de caráter islâmico. Na tradução para o português (Figura 5), o termo utilizado foi “extremista” – *Quase 300 pessoas foram detidas na França desde janeiro por vínculos com “redes terroristas”, declarou Bernard Cazeneuve, que elogiou os resultados obtidos pelas forças de segurança ante a ameaça extremista* –, embora haja jihadista¹¹ na língua portuguesa. Essa escolha lexical (“extremista”) no texto traduzido, em uma primeira leitura, parece apontar para uma forma de não se

¹⁰ O Estado Islâmico (EI) é um grupo denominado terrorista, o qual iniciou sua atuação no Iraque e na Síria, e tem executado ataques em vários lugares do mundo. Segundo a Encyclopedia Britannica, o grupo começou a operar na guerra do Iraque (2003-2011), sendo derivado do grupo Al-Qaeda. O EI luta para instituir um mundo baseado na lei islâmica.

¹¹ Relativo a jihad ou a jihadismo; que ou pessoa que defende ou participa na jihad (guerra santa muçulmana).

repetir o termo. No entanto, nenhuma escolha é inconsciente. Ao escolher extremista no primeiro momento do texto, a tradução demonstra uma suavização e um distanciamento. Jihadista é um termo que deriva de Jihad, a guerra santa muçulmana. Ameaça extremista pode se referir a qualquer grupo que seja ligado a ideias radicais. A tradução mantém o termo jihadista no segundo momento, porém o efeito de atenuação parece ter sido alcançado.



Figura 5 – Notícia em português

No segundo parágrafo da notícia em francês, há menção sobre a prisão de mulheres – «Deux jours après l’arrestation d’un commando de femmes djihadistes qui, selon les autorités, préparaient un nouvel attentat contre la France, le ministre a fait état de l’arrestation de « 293 individus, engagés dans des filières terroristes, depuis le début de l’année » –, de modo que a utilização da preposição “contre” parece marcar que os ataques seriam contra o país. Já na tradução da notícia em português, a formulação é outra: “Dois dias depois da detenção de mulheres

jihadistas que, segundo as autoridades, preparavam um novo atentado na França, o ministro informou que ‘293 indivíduos, envolvidos em redes terroristas, foram detidos desde o início do ano’”.



Figura 6 – Notícia em francês

O uso das preposições “contre” (notícia em francês) e “na” (notícia traduzida para o português) marca as diferentes posições ideológicas: o texto de partida, em francês, apresenta uma proximidade em relação aos ataques; já a tradução, em português, tal proximidade é inexistente. Entre o texto de partida (francês) e o de chegada (português), há a omissão do seguinte parágrafo:

« Nous sommes dans une action extrêmement intense, de chaque instant pour protéger les Français et nous obtenons des résultats », a encore plaidé le ministre, alors que les mesures prises pour répondre à la menace jihadiste sont au coeur de la campagne pour la présidentielle du printemps 2017.

A omissão dessa passagem, a qual fala das eleições e do bom trabalho do governo francês para combater o terrorismo, produz um efeito de apagamento no texto traduzido, ao anular a discussão acerca do trabalho realizado pelo governo

francês. Esse apagamento parece instaurar uma tentativa de silenciamento, de ordem histórico-político (ORLANDI, 1997), que visa à perpetuação de determinado ponto de vista – a do tradutor, o qual não é consciente, mas se justifica pela posição (sócio-histórica-ideológica) assumida no discurso. O silêncio pode permitir, ainda, nesse caso, a produção de outros sentidos pela ausência, como, por exemplo, a ideia de que a ação do governo francês teria pouca influência nos acontecimentos.

Conclusão

Ao longo dessa abordagem, procuramos refletir sobre os sentidos relacionados a “terrorismo”, em uma tradução específica – do francês para o português – publicada pela *Agence France-Presse* (AFP) na mídia digital. Conforme sinalizamos, os diferentes usos lexicais, bem como apagamentos de termos e/ou de trechos da notícia são recorrentes na versão traduzida, o que promove a emergência de sentidos outros e parece indicar a impossibilidade de fidelidade do processo tradutório. Da perspectiva discursiva em que a discussão está ancorada, também não é possível pensar em um sentido único e verdadeiro, já que a ideologia se impõe e regula o que pode e o que deve ser dito, bem como o que não pode e não deve ser dito acerca de “terrorismo”, de maneira que os sentidos são sempre passíveis de serem construídos e reconstruídos, de acordo com a posição de cada tradutor e, ainda, de cada leitor da notícia publicada na mídia digital.

Referências

- AFP. Quase 300 detidos desde janeiro na França por vínculos com redes terroristas. **Yahoo! Notícias**, 10 set. 2016. Disponível em: <<https://br.noticias.yahoo.com/300-detidos-janeiro-fran%C3%A7a-v%C3%ADnculos-redes-terroristas-142210714.html>>. Acesso em: 16 set. 2017.
- AFP. Terrorisme: près de 300 personnes arrêtées depuis janvier en France. **Le Devoir**, 10 set. 2017. Disponível em: <<http://www.ledevoir.com/international/europe/479737/terrorisme-pres-de-300-personnes-arretees-depuis-janvier-en-france>>. Acesso em: 10 set. 2017.
- AFP. Informação sobre a agência de notícias AFP. Disponível em: <<https://www.afp.com/fr>>. Acesso em: 16 set. 2017.
- AGENCE FRANCE-PRESSE (A.F.-P.). In : **Encyclopedie Larousse**. Disponível em: <<http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/France-Presse/120130>>. Acesso em: 16 set. 2017.

AGENCE FRANCE-PRESSE (AFP) FRENCH NEWS AGENCY. In: **Encyclopaedia Britannica**. Disponível em:

<<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:o-iidtzmhToJ:https://www.britannica.com/topic/Agence-France-Presse+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 16 set. 2017.

CHARLES LOUIS HAVAS. **Encyclopedie Larousse**. Disponível em:

<<http://www.larousse.fr/encyclopedie/personnage/Havas/123348>>. Acesso em: 16 set. 2017.

DICIONÁRIO Infopédia da Língua Portuguesa [online]. Porto: Porto Editora.

Disponível em: <<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/jihadista>>. Acesso em: 16 set. 2017

FERREIRA, M. C. L. O caráter singular da língua no discurso. **Organon** (UFRGS), Instituto de Letras/UFRGS, v. 17, n.35, p. 189-200, 2003.

MALDIDIÉ, D. **A inquietação do discurso**: (re)ler Michel Pêcheux hoje. Campinas: Pontes, 2003.

ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 4 ed. Campinas: Ed. Unicamp, 1997.

_____. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 3 ed, Campinas, São Paulo: Pontes, 2001.

_____. Lexicografia discursiva. **Alfa**, São Paulo, 44:97-114, 2000.

PENA, F. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

ROCHA, G. G.; OSÓRIO, P. L. S. **Notícias à venda**. O processo de produção da *Agence France-Presse* (AFP), São Leopoldo-RS, 2009. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1843-1.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2017.

ROCHA, H. C. L. Habermas e a Teoria do Jornalismo: A Manipulação Ideológica no Jornalismo como Distorção Sistemática da Comunicação. **Contracampo**, v.16, p.113-130, 1º sem. 2007. Disponível em:

<<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/395>>. Acesso em: 16 set. 2017.

THE 2015 TERRORIST ATTACK AT CHARLIE HEBDO'S OFFICES. In:

Encyclopædia Britannica. Disponível em:

<<https://www.britannica.com/topic/Terrorist-Attack-on-Charlie-Hebdo-s-Offices-The-2033415#ref328864>>. Acesso em: 16 set. 2017.

TRAQUINAS, N. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

Artigo recebido em: 26/04/2018

Aprovação final: 12/12/2018