

# ESTRATÉGIAS DE TRADUÇÃO EM MATERIAL DE DIVULGAÇÃO CULTURAL: UM ESTUDO BASEADO EM CORPUS<sup>1</sup>

Ana Teresa Perez COSTA (UnB)<sup>2</sup>

**RESUMO:** Relato de pesquisa desenvolvida no Mestrado em Lingüística Aplicada. Busca-se conscientizar profissionais, alunos, professores e o mercado de trabalho para a tipicidade dos textos de divulgação cultural/turismo, para as particularidades enfrentadas na tradução desses textos e examinar possíveis efeitos dessas traduções sobre a imagem exportada do Brasil. Utilizam-se recursos da Lingüística de Corpus na análise de um corpus paralelo português-inglês compilado de fontes dos setores público e privado da área. Os resultados demonstram que não há uma padronização de estratégias, mas uma tendência para o uso da transferência. O estudo mostra que o setor de divulgação cultural carece de planejamento.

**ABSTRACT:** Description of research developed in the Masters Program in Applied Linguistics, which aims to raise awareness among teachers, students, translators and the translation market regarding the specificities of cultural dissemination/tourism texts, to the peculiarities of translating them and the possible image these translations export of Brazil. Corpus Linguistics resources are used to analyze a Portuguese-English parallel corpus organized from texts from the public and private sectors in the field. Data shows that a pattern cannot be observed, but there is a tendency to use the transfer strategy. The study indicates a need for planning in the cultural dissemination sector.

## 1. Introdução

Este é um relato de pesquisa realizada no âmbito do Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Lingüística Aplicada da Universidade de Brasília. O propósito final da pesquisa é conscientizar profissionais, alunos, professores e o mercado de trabalho sobre a tipicidade dos textos de divulgação cultural/turismo, sobre as particularidades enfrentadas nesse tipo de texto no momento da tradução e mostrar o efeito das traduções em termos de divulgação da imagem do Brasil. Foram observados textos em português e seus correspondentes em inglês pertencentes a quatro fontes selecionadas como representativas do setor de divulgação cultural (Embratur, Ministério das Relações Exteriores, MultArte e a Revista Ícaro da Varig). Em particular, foram analisadas as estratégias de tradução utilizadas nas referências culturais do material de divulgação cultural brasileiro, e consideradas suas possíveis influências sobre a imagem exportada do Brasil. Para tanto, buscou-se responder as seguintes perguntas de pesquisa:

- ❖ Quais os termos de referência cultural que aparecem com maior frequência nos textos analisados?
- ❖ Que tipo de estratégia(s) é (são) usada(s) na tradução desses termos?
- ❖ Observa-se algum padrão nas estratégias utilizadas?

## 2. Terminologia empregada

### 2.1. O que é divulgação cultural?

Existem uma diversidade de interpretações do que é divulgação cultural, sem, contudo, ter encontrado uma única definição. É termo amplamente usado no Ministério das Relações Exteriores (MRE) com significado técnico, existindo, inclusive, uma Coordenação de Divulgação dentro do Departamento Cultural, com atribuições distintas do Departamento de Promoção Comercial, subordinado à área econômica. Neste órgão, a divulgação cultural é vista como qualquer disseminação da cultura brasileira com o objetivo de estabelecer uma imagem

<sup>1</sup> Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Mark David Ridd, pela suas sugestões.

<sup>2</sup> Para contato com a autora, favor enviar e-mail para atcosta@brturbo.com.br.

positiva do Brasil. Embora, a área do turismo utilize mais o termo “marketing”, preferimos usar o termo “divulgação cultural” já que os textos coletados não foram apenas da área de turismo, mas também de outras fontes que não possuíam fins econômicos.

## **2.2. O que é imagem?**

A definição de imagem encontrada que mais satisfaz os propósitos de nossa pesquisa é de Sá (2002, p. 12): um conjunto de percepções a respeito de algo, que pode ser uma representação de um objeto ou uma projeção futura, ou ainda uma lembrança ou recordação, podendo até ser um produto da imaginação. Ela acrescenta, ainda, que “a imagem de um lugar é formada por um processo cognitivo, que envolve a assimilação de informações verdadeiras ou não, difundidas pelos setores envolvidos (...), bem como de conceitos fornecidos pela produção cultural e pelos meios de comunicação, como filmes, canções ou reportagens” (Sá, p. 23).

## **2.3. O que são referências culturais?**

Snell-Hornby (2000, p. 23) define da seguinte maneira as referências culturais: “Referências culturais<sup>3</sup> são comumente definidas como os elementos da vida cotidiana, história, cultura ou instituições de uma determinada comunidade que não existem como tal em outras ...”<sup>4</sup>. Ciente de que a categorização como referência cultural é uma questão bastante subjetiva, tentativas de tornar menos arbitrária a escolha de referências culturais foram adotadas na metodologia. Entre os critérios estabelecidos podemos citar a decisão de haver pelo menos dois dicionários que confirmassem a “brasilidade” do termo.

## **2.4. O que são estratégias de tradução?**

Este talvez seja o termo apresentado que sofra de maior confusão terminológica. Como o intuito deste trabalho não é uma revisão terminológica da área, se bem que poderá servir de colaboração para aqueles que queiram se aventurar por esses mares, direi apenas que não há consenso na literatura entre a definição de “estratégias”, “procedimentos”, “técnicas” e “modelos”<sup>5</sup>.

Será entendido aqui o termo “estratégias de tradução” como o resultado do desempenho de duas tarefas básicas. Uma, a escolha do texto a ser traduzido e, a outra, a maneira de traduzi-lo (Baker, 1998, p. 240). No entanto, estaremos dando um enfoque maior nas estratégias como métodos, formas de tradução.

## **3. Importância da cultura na tradução**

Em primeiro lugar, definiremos o que é cultura e os termos dela derivados que serão utilizados neste trabalho, já que não há um consenso a este respeito. Em seguida, analisaremos a importância do papel do tradutor no tratamento dos aspectos culturais.

Cultura será entendida aqui em seu conceito antropológico. Portanto, como indica o Aurélio em uma das suas acepções do verbete, “cultura” é:

o conjunto complexo dos códigos e padrões que regulam a ação humana individual e coletiva, tal como se desenvolvem em uma sociedade ou grupo específico, e que se manifestam em praticamente todos os aspectos da vida: modos de sobrevivência, normas de comportamento, crenças, instituições, valores espirituais, criações materiais, etc. [...cultura pode ser tomada abstratamente, como manifestação de um atributo geral da humanidade (...), ou, mais concretamente, como patrimônio próprio e distintivo de um grupo ou sociedade específica (...)] (Ferreira 1999).

<sup>3</sup> Neste trabalho, considerar-se-ão sinônimos os termos “referências culturais”, “marcos culturais”, “referentes culturais” e “itens culturalmente marcados”.

<sup>4</sup> Culture-bound items are commonly defined as elements from the daily life, history, culture or institutions of a given community which do not exist as such in other communities...

<sup>5</sup> Podemos incluir ainda os “procedimentos técnicos” utilizados por Barbosa (2004).

A opção por esta definição bem geral visa não limitar a área, pois acredito que, de saída, um tradutor deve ter a visão mais ampla possível que será posteriormente delimitada por outros fatores no processo da tradução, como, por exemplo, a finalidade da tradução, o texto e cultura fonte, a cultura-alvo e o leitor-alvo.

Ao meu ver, este conceito engloba definições de vários outros estudiosos, como, por exemplo, Kramersch (1996, p. 1) que informa haver duas maneiras de definir o termo cultura. A primeira, vinda das ciências humanas, é a “forma com que um grupo social representa a si mesmo e a outros através da produção material, seja por trabalhos artísticos, literatura, instituições sociais ou por artefatos do dia-a-dia e os mecanismos de sua reprodução e preservação através da história”<sup>6</sup>. A outra, vinda das ciências sociais, é “as atitudes e crenças, maneira de pensar, comportamento e memória compartilhados por membros de uma comunidade”<sup>7</sup>. Ou engloba, ainda, a definição criativa e poética de Brown (2002, p. 176) que considera cultura como “a ‘cola’ que une todas as pessoas pertencentes a um grupo. (...) Cultura é o nosso continente, é a nossa identidade coletiva”<sup>8</sup>.

Podemos ainda mencionar a distinção de Bennett (1996) entre Cultura com “C” maiúsculo e “c” minúsculo. A primeira refere-se às instituições culturais: música, dança, literatura, artes, arquitetura, sistema político, sistema econômico. Alguns referem-se a este tipo de cultura como sendo a alta cultura, ou a cultura erudita. Estudar esse tipo de cultura aumenta nosso conhecimento, mas não necessariamente a competência intercultural. A cultura com “c” minúsculo, ou comportamento cultural, refere-se a como as pessoas agem em relação às instituições que criaram. Divide-se nas seguintes categorias: 1) comportamento verbal; 2) comportamento não-verbal e como isto modifica a língua; 3) estilo comunicativo e como pensamentos habituais são manifestados no comportamento; 4) valores, a maneira como atribuímos o bem e o mal a maneiras de ser no mundo. Pode-se referir a este tipo de cultura como cultura popular.

O trio multiculturalidade, interculturalidade e transculturalidade, que definem a inter-relação cultural, são muitas vezes confundidos entre si (cf. Kramersch 1988, p. 81; Mendes 2006, p. 1, entre outros). No entanto, serão considerados neste trabalho como termos distintos com base na conceituação de Fernandes (2004, p. 4) para quem o nível menos complexo seria o da multiculturalidade. Nele há a constatação de haver diferentes culturas em um determinado meio e busca-se a compreensão das especificidades de cada cultura e o respeito pelas diferenças. O próximo estágio de inter-relação seria a interculturalidade, onde, além do conhecimento e reconhecimento mútuo, visa-se também o enriquecimento mútuo e uma igualdade de oportunidades. Salientamos que este conhecimento mútuo não precisa ser imediato ao estilo “toma lá dá cá”, mas que iguais oportunidades de conhecimento sejam dadas às culturas envolvidas. O nível mais complexo na escala seria a transculturalidade. Termo surgido com a globalização, ele pressupõe, para além dos estágios anteriores, o enriquecimento cultural dos indivíduos pertencentes a uma cultura em que se constrói um patrimônio comum. Entendemos “patrimônio comum” às culturas envolvidas, que pode ou não ser compartilhado com outras culturas, diferente do que acredita Caws (1994, p. 379). Para ele, transcultural é o culturalmente neutro, a herança comum pertencente a *todas* as culturas humanas. Equivale, pois, à noção do universal. Ao utilizar o termo “todas” Caws limita radicalmente as possibilidades do transcultural, pois nem a Ciência, utilizada como exemplo de transcultural por Caws, é conhecida e aceita por todas as culturas.

No que se refere em particular à Tradução, o conceito de cultura é intrínseco. Bassnett (2004), na introdução à terceira edição do seu livro *Translation Studies*, ressalta que a tradução possui um papel importante na compreensão do mundo e o trabalho do tradutor não se reduz a transferir um texto de uma língua para outra. Modernamente se reconhece que a tradução é, na verdade, um processo de negociação, não só entre textos, mas entre culturas<sup>9</sup>, onde o tradutor figura como um mediador. Venuti (2006) em uma entrevista para o jornal da Temple University, na Filadélfia, declara que “Ao traduzir, permite-se que um [texto] atravesse fronteiras. Trata-se de criar um novo público. De certa forma, é como criar um novo mundo”<sup>10</sup>. Se aplicarmos os níveis de inter-relação cultural à primeira frase de Venuti, podemos concluir que a tradução é um espaço de interculturalidade, pois ao “atrasar fronteiras” ela estaria promovendo o conhecimento e o reconhecimento da nova cultura para

<sup>6</sup> ...way a social group represents itself and others through its material productions, be they work of art, literature, social institutions, or artifacts of everyday life, and the mechanisms for their reproduction and preservation through history.

<sup>7</sup> ... the attitudes and beliefs, ways of thinking, behaving and remembering shared by members of that community ...

<sup>8</sup> It is the ‘glue’ that binds a group of people together. (...) Culture is our continent, our collective identity.

<sup>9</sup> Vermeer (1992) em seu artigo intitulado *Is translation a linguistic or a cultural process?* apresenta diversos argumentos no sentido de que a tradução não é apenas um processo lingüístico, mas também um processo cultural.

<sup>10</sup> When you translate, you allow a book to cross boundaries. It’s about creating new audiences. In a sense, it’s like building another world.

a cultura-alvo e ao mesmo tempo estaria dando oportunidades a esta cultura de se auto-avaliar. Porém, em sua última frase, Venuti nos informa que a tradução é mais do que isso, ela pode criar um novo mundo, portanto, ela pode ser transcultural. Ela pode criar um patrimônio comum que passa a pertencer a todas as culturas envolvidas. Apesar de não estar diretamente envolvido na tradução, pressupõe-se a existência do aspecto multicultural em estágios anteriores, principalmente na escolha do que será traduzido.

Porém, Venuti (1998) vai mais longe. Ele argumenta que a tradução é um formador de identidade cultural, pois pela escolha dos textos a serem traduzidos, pelas estratégias utilizadas, ela “pode modificar ou consolidar cânones literários, paradigmas conceituais, metodologias de pesquisa, técnicas médicas e práticas comerciais”<sup>11</sup> (Venuti 1998, p. 68), i. e., ela é modificadora de valores e práticas. É por esta razão que Venuti considera a tradução um escândalo (*id.*, p. 82), pelo enorme “poder” que ela possui.

A partir desta reflexão, e levando em consideração a observação de Nida (2000, p. 130) de que “as diferenças entre culturas podem trazer maiores complicações para o tradutor do que diferenças na estrutura da língua”<sup>12</sup>, somos levados a pensar no papel do tradutor. Rodrigues (2005, p. 331) argumenta, com propriedade, “que a maneira pela qual se faz uma tradução tem conseqüências e relaciona-se diretamente com a maneira pela qual se recebe o outro, o estrangeiro, se ele é acolhido ou é hostilizado”. O tradutor tem que optar, como sugere Newmark (1988), entre transferir os aspectos culturais do outro ou eliminá-los atendo-se apenas à mensagem.

No entanto, ao traduzir textos para a divulgação cultural do Brasil, a intenção não pode ser, em teoria, a de eliminar os aspectos culturais, observando apenas a estratégia de “domesticar” um texto. Como poderíamos, assim, transmitir a imagem de uma cultura diferente? Por outro lado, como lembram vários autores como James (2002), Venuti (1998), Rodrigues (2005), Martins e Salgueiro (2003) entre outros, a “estrangeirização” por completo dos aspectos culturais pode levar o leitor-alvo à incompreensão, o que acabaria sendo uma perda ainda maior dos aspectos culturais. É com esta dualidade que o tradutor enfrenta sua tarefa, ainda mais evidente em textos que visam à divulgação cultural.

Cronin (2000, pp. 40-41) comenta que as referências culturais indicam o limite da traduzibilidade, operando como símbolos intraduzíveis no espaço da tradução. O leitor é transferido ao clima estrangeiro pela intraduzibilidade desses termos que, para não haver perda na comunicação, devem ser invariavelmente explicadas. Snell-Hornby (2000, p. 23) parece concordar com Nida e Cronin ao dizer que referências culturais “freqüentemente trazem importantes problemas para os lexicógrafos e tradutores”<sup>13</sup>. Em sua nota a esta frase, no entanto, Snell-Hornby sugere que freqüentemente são deixadas sem tradução e seu sentido básico é dado pelo contexto imediato ou cotexto. Será que é assim mesmo que as referências culturais são tratadas nas traduções? Ou será que Cronin descreve apenas a estratégia mais utilizada?

#### 4. Metodologia de pesquisa

Em um primeiro momento, foi compilado um corpus dos textos constantes do site oficial da Embratur, do site oficial do Ministério das Relações Exteriores, do site MultArte e da Revista Ícaro da Varig, produzida pela RMC editora, nos anos de 2001 a 2005 inclusive. Por questões práticas, foram analisados apenas termos que pertenciam a três assuntos: culinária, eventos populares e religião. Desta forma, os textos selecionados das fontes referiam-se a estes três assuntos, ou eram textos considerados “gerais”, i. e., que poderiam trazer referências a estes assuntos, como por exemplo, textos sobre a região Nordeste ou sobre a cidade do Rio de Janeiro.

Foram escolhidos os recursos da Linguística de Corpus como método para as observações pretendidas, a fim de proporcionar um caráter mais científico à pesquisa. Isto implicou em todos os textos estarem em formato eletrônico (arquivos TXT), o que de uma certa forma foi um limitador, pois ilustrações e aspectos tipográficos, como itálico ou mudança de cor, não puderam ser analisados. Sabemos, entretanto, que tais aspectos funcionam como um importante recurso para o tradutor e a compreensão do leitor-alvo.

Alguns textos da Revista Ícaro, pertinentes à pesquisa, tiveram que ser digitados, pois a versão on-line da Revista não está completa. Só foram utilizados os textos em português que possuíam um correspondente em

<sup>11</sup> ... can change or consolidate literary canons, conceptual paradigms, research methodologies, clinical techniques, and commercial practices ...

<sup>12</sup> differences between cultures may cause more severe complications for the translator than do differences in language structure.

<sup>13</sup> ...often present notorious problems for bilingual lexicographers and translators.

inglês criando, assim, um corpus paralelo. No total, o Corpus MIME, como foi chamado, possui 470 pares de textos, quase 720 mil palavras no total (cerca de 356 mil em português e 362 mil em inglês).

O segundo momento foi dividido em duas fases. Uma primeira, para a seleção dos termos a serem analisados, em que foi utilizado o recurso de palavras-chave positivas disponível no programa WordSmith Tools, desenvolvido por Mike Scott da Universidade de Liverpool, apenas nos textos em português utilizando como corpus de referência o Lácio-Ref. Este recurso permite destacar aquelas palavras que são mais típicas do corpus de estudo. Na segunda fase, observou-se como estes termos foram traduzidos para o inglês. Para a segunda fase desta etapa foi utilizado o programa Multiconcord, criado por David Woolls, Philip King e Tim Johns dentro do projeto Lingua da Universidade de Birmingham.

A pesquisa busca, em particular, as referências culturais, palavras ou expressões típicas da cultura brasileira. Foram encontradas 18 referências culturais em culinária e 16 em eventos populares dentro do universo de 401 palavras-chave positivas em culinária e 279, em eventos populares. O assunto religião foi eliminado por falta de representatividade do assunto em todas as fontes.

## 5. Resultados

Foram utilizadas na descrição dos resultados categorias estabelecidas por Forteza (2005) em seu trabalho de análise de referências culturais baseadas nas categorias estabelecidas por Marco<sup>14</sup> e Newmark<sup>15</sup> que são as seguintes:

- a) Transferência, uso da palavra original;
- b) Naturalização, transferência que adapta aspectos como a pronúncia, ortografia ou morfologia da palavra original;
- c) Equivalência lexical, termos já dicionarizados na língua-alvo seja pelo processo de transferência ou de naturalização;<sup>16</sup>
- d) Tradução literal, tradução palavra por palavra do sintagma ou expressão;
- e) Neutralização, explicação do referente cultural a partir de sua função ou de características externas;
- f) Inclusão de um qualificador ou hiperônimo que dá ao leitor-alvo o valor específico do referente cultural;<sup>17</sup>
- g) Adição de informação, através de explicações, paráfrases ou notas;
- h) Equivalência cultural, utilização de um conceito da cultura-alvo que é aproximadamente equivalente ao da cultura-fonte;
- i) Omissão.

Acrescentamos às categorias de Forteza o item “c”, surgido a partir do material analisado, pois sentimos a necessidade de uma categoria que se referisse a termos isolados e não a sintagmas como ocorre com o item “d”. Na categoria de adição de informação (item “g”), também incluímos a possibilidade de acréscimo do termo original. Observamos que essas estratégias podem ocorrer isoladamente, com exceção dos itens “f” e “g”, ou combinadas com outras estratégias, exceto a omissão.

Para uma melhor visualização dos resultados, foram utilizados esquemas que são inspirados na proposta de Campbell (2000) de análise de rede de escolhas (*choice network analysis*) para estabelecer modelos de processos mentais utilizados na tradução a partir da análise dos textos-alvo. Segundo Campbell (2000, p. 38), a análise de rede de escolhas em si é livre de teoria. Ela apenas gera modelos, ou seja, representações de sistemas complexos.

<sup>14</sup> MARCO, J. *El fil d'Ariadna*. Anàlisi estilística i traducció literària. Vic: Eumo Editorial, 2002.

<sup>15</sup> NEWMARK, P. *A textbook of translation*. Hertfordshire: Prentice Hall International, 1988. [*Manual de traducció*. Tradução de Victor Mora. Madrid: Cátedra, 1992]

<sup>16</sup> Essa categoria só se refere a termos que tem identidade ortográfica ou fonológica e que constam de pelo menos dois dos dicionários consultados.

<sup>17</sup> Forteza acrescenta a categoria “inclusão de hiperônimo”. Ela não estipula a localização desta categoria na escala apresentada. No entanto, dado o caráter de graduação considerado importante pela autora, parece-nos apropriado incluí-la entre a neutralização e a adição.

Serão apresentados neste artigo apenas três dos 34 termos analisados (vide Anexo com a lista completa de termos analisados), a saber “cordão”, “acarajé” e “tapioca”. As buscas foram feitas incluindo as formas do plural.

### 5.1. Cordão/cordões

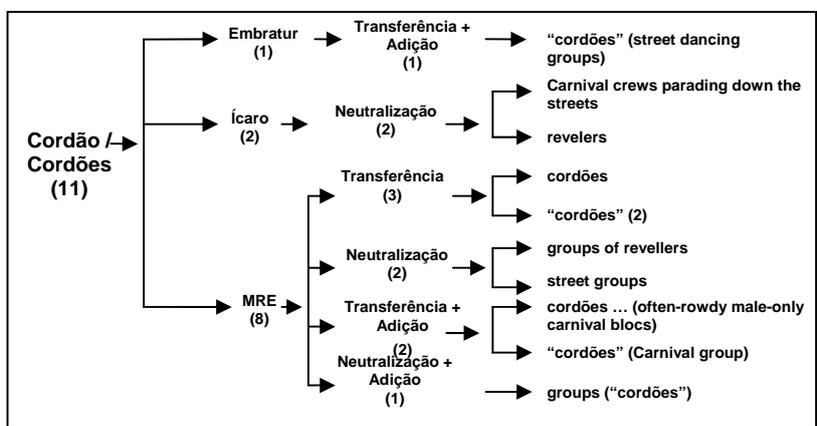


Figura 1 – Estratégias de tradução para a busca “cordão” e “cordões”

Foram encontradas 18 ocorrências do termo, sendo que apenas uma na forma singular. Das 18, sete foram eliminadas por referirem-se aos cordões arenosos das restingas (6) e a nome de santo (São Francisco dos Cordões -1). As estratégias utilizadas dividiram-se entre a transferência (pura ou com adição) e a neutralização (pura ou com o acréscimo do termo original). Surge a combinação das estratégias de neutralização com adição do termo original, tipo de adição que não constava das categorias de Forteza. Nesse caso, o tradutor optou por uma neutralização usando um termo genérico e acrescentou o termo original entre aspas para alertar que é um termo estrangeiro ao mesmo tempo em que mantém a brasilidade.

Em dois casos de neutralização, a tradução refere-se, na verdade, a uma variação do termo, ou seja, “cordões de rua”. No entanto, os resultados foram bem distintos: *Carnival crews parading down the streets* e *street groups*. É curioso observar que a *Ícaro*, com sua orientação de reduzir o texto na versão em inglês, opta, neste caso, por um aumento significativo de palavras para expressar o termo. O efeito causado pelas duas neutralizações de “cordões de rua” também é bastante diferente, porém, os dois põem em dúvida a identidade desses grupos. De um lado, a *Ícaro*, ao usar o termo *crew*, cria uma ambigüidade. Seriam foliões ou seriam trabalhadores montando o carnaval? A palavra empregada é mais utilizada referindo-se a um grupo de trabalhadores. Por outro lado, a *Embratur* foge da real identidade do grupo ao utilizar um termo mais genérico, e os associa a gangues. Esta talvez seria a primeira imagem que viria à mente de um leitor de língua inglesa do termo *street groups*. A outra neutralização da *Ícaro* foi para a única ocorrência do termo no singular. Desta vez, o tradutor optou por um hiperônimo para os participantes de um cordão em especial, o Cordão do Bola Preta, perdendo a idéia de ser um grupo organizado.

Com relação às transferências, podemos dizer que apenas um dos casos de transferência pura provoca perda de informação, já que nos outros dois o contexto fornece maiores explicações. No que se refere às transferências com adição, cada resultado tradutório nos fornece efeitos distintos. A opção da *Embratur* por acrescentar *street dancing group* gera, talvez, uma imagem bem distinta dos nossos cordões para o público de língua inglesa, tendo em vista que *street dancing* é uma modalidade de dança de origem americana relacionada com gêneros musicais como o hip hop e o funk. A opção do *MRE* por *Carnival groups*, limita no sentido de não explicar que tipo de grupo, pois há vários tipos de grupos carnavalescos (blocos, cordões, escolas de samba, afoxés, etc.). Já a opção por adicionar *often-rowdy male-only Carnival blocs*, peca por dar informação demais, gerando possivelmente uma imagem negativa e preconceituosa (*rowdy* e *male-only*). Há ainda nesta tradução uma outra questão que surge em relação ao termo “*blocs*”, que é usado mais em termos políticos e econômicos. Na pesquisa feita ao British National Corpus com o termo “*blocs*”, das 50 ocorrências disponibilizadas (135 no total), todas empregavam o termo de forma política ou econômica (e.g. *power blocs*; *trading blocs*; *socio-political blocs*, etc.) e, nenhum, portanto, referia-se a uma festa popular.

## 5.2. Acarajé\*

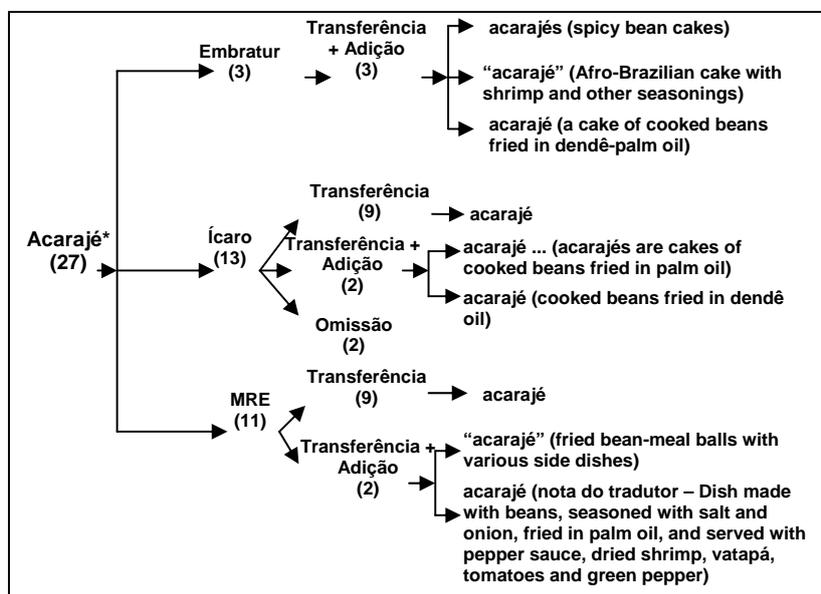


Figura 2- Estratégias de tradução para a busca “acarajé\*”

O termo acarajé e sua forma plural foram traduzidos pela combinação de apenas três estratégias (transferência, adição, e omissão). De todos os casos de transferência pura, em apenas um (de um texto do MRE) não havia alguma explicação no contexto do que era acarajé. Todas as transferências e omissões da *Ícaro* ocorreram em um único texto que tratava especialmente do acarajé, sem, portanto, causar nenhuma perda de compreensão pelo leitor. As transferências do MRE também seguiram a mesma linha de pensamento. A maioria (seis) aparece em um texto intitulado *A essência do sabor brasileiro: segredos da Bahia* onde a primeira ocorrência de acarajé é seguida de uma nota do tradutor explicando a composição da iguaria. Nota-se que na explicação surge outro termo da culinária brasileira que é o vatapá. No entanto, para o leitor atento, não há perda de informação já que o termo vatapá havia sido comentado no texto anteriormente, também utilizando o recurso de nota do tradutor. Nos outros dois casos de transferência sem perda de informação, havia uma explicação no próprio texto do que consistia o acarajé.

Com relação às transferências seguidas de adição (sete casos), há uma variedade bastante grande quanto às informações que foram julgadas necessárias de serem incluídas. As mais importantes, aparentemente, foram bolinhos (ora traduzido por *cakes* ora por *balls*) de feijão fritos no azeite de dendê. Uma tradução preocupou-se em informar que eram bolinhos com camarão de origem afro-brasileira. Três casos de adição informavam que eram temperados, duas que tinham camarões em sua composição e duas que não se tratava de apenas bolinhos fritos, mas que eram acompanhados de outros ingredientes e molhos. Parece-nos importante, no caso do acarajé, manter a informação de que são normalmente recheados com camarão, principalmente nos textos de turismo, de forma a não pegar nenhum futuro consumidor desta iguaria desprevenido, dada a freqüente alergia a este ingrediente. Ainda podemos acrescentar que a opção por *cakes* (bolinhos), pode sugerir que sejam doces; a opção de acrescentar os outros ingredientes como feijão e camarão não resolve o problema, já que em culturas como a japonesa, hoje bastante divulgada nos Estados Unidos, come-se doce de feijão e peixes caramelizados. A opção por acrescentar *various side dishes*, perde o sentido de iguaria transformando o acarajé, na mente do leitor, em um prato bastante substancial.

### 5.3. Tapioca

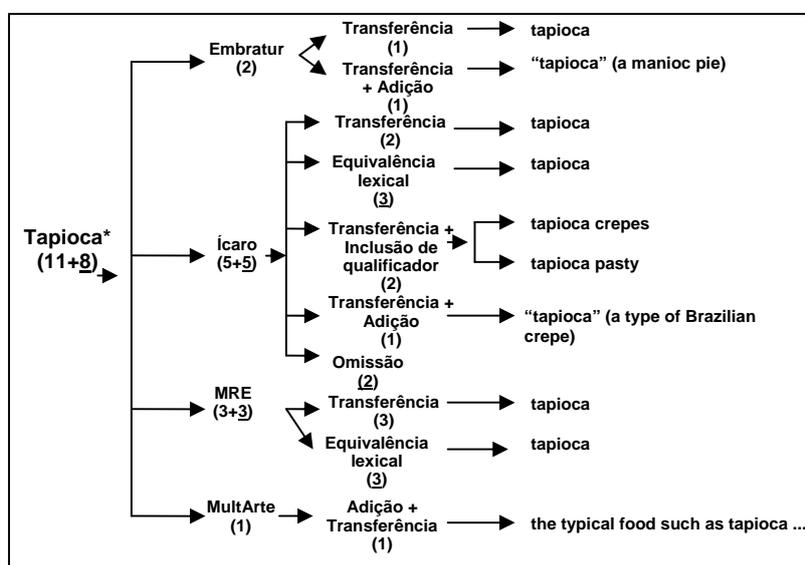


Figura 3 – Estratégias de tradução para a busca “tapioca\*” – Ocorrências como alimentos preparados, em fonte normal e ocorrências como ingredientes, em fonte sublinhada

O termo “tapioca” surgiu no corpus com duas acepções, uma como alimento preparado e, a outra, como ingrediente. Na figura 3, aparecem as ocorrências de tapioca nas duas acepções. As ocorrências em fonte normal referem-se à tapioca como alimento preparado, as em fonte sublinhada, tapioca como ingrediente. Nota-se que como ingrediente aparece em apenas duas fontes (MRE e *Ícaro*) e as estratégias utilizadas são a equivalência lexical e a omissão. Isto se deve ao fato de o termo tapioca, como ingrediente, já estar consolidado na língua inglesa constando de todos os dicionários de língua inglesa consultados.

Duas outras estratégias usadas pela *Ícaro* definem a tapioca como uma crepe e outra como um *pasty*, a estratégia de transferência e adição da Embratur a define como *pie*. Três idéias bastante distintas. Para uma torta (*pie*) imagina-se uma massa relativamente grossa, com recheio. Uma crepe pode ou não ter recheio, mas sua característica essencial é de que possua uma massa extremamente fina. O uso de *pasty* aqui surpreendeu por duas razões. Primeiro porque o termo é principalmente usado no Reino Unido, o tradutor da *Ícaro* é americano radicado no Brasil e, segundo, porque se refere a uma torta recheada de carne ou peixe, o que nos leva a perguntar se o tradutor não estava se referindo a *pastry*, cujo significado é *baked sweet food*. Com relação à estratégia de adição e transferência da MultArte, o objetivo parece-nos mais o de generalizar do que especificar, utilizando para tanto o sintagma “*typical food*”.

### 6. Conclusão

Com relação às estratégias utilizadas em todos os termos analisados, a transferência foi a preferida pelos tradutores, mais ainda se acrescentarmos as vezes em que a transferência foi utilizada combinada com outra estratégia (equivalência cultural, tradução literal, inclusão de qualificador e, principalmente, adição). Representa 46,6% do total das escolhas tradutórias (588 traduções analisadas). Observamos que a figura 4, assim como os outros gráficos de uso de estratégias por assunto, soma no total mais de 100% devido ao uso de estratégias combinadas. No uso geral, as estratégias combinadas representam 12% do total de traduções analisadas. A segunda estratégia mais utilizada foi a equivalência lexical (18,4%), seguida por quase um empate entre a neutralização e a tradução literal. A estratégia menos utilizada foi a naturalização, ocorrendo apenas em um termo (sambódromo).

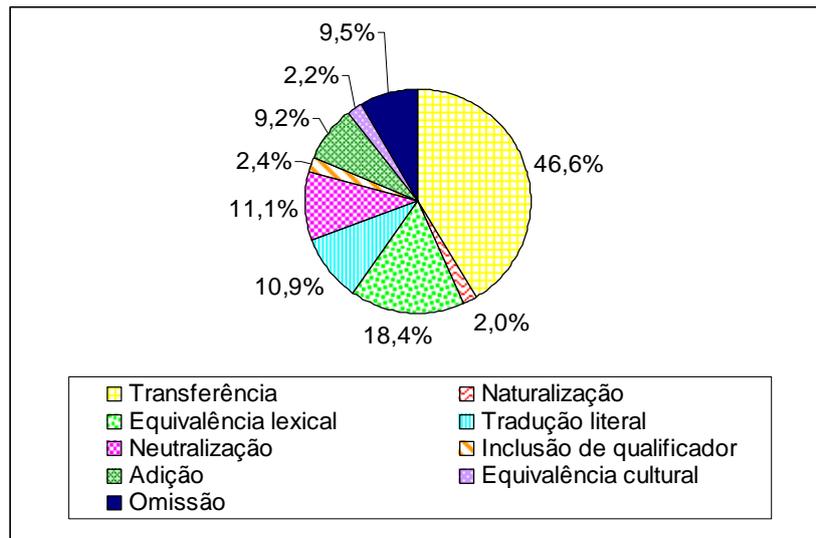


Figura 4 – Uso geral de estratégias

Porém, se analisarmos por assunto, vemos que esta ordem se modifica um pouco. A transferência continua sendo a estratégia mais utilizada em 40,1% das escolhas tradutórias em culinária e 52,6% em eventos populares. No total foram 16% de estratégias combinadas em culinária e quase 9% em eventos populares. No entanto, para culinária, a segunda estratégia mais utilizada foi a equivalência lexical (36,2%), seguida pela neutralização e depois a adição. A tradução literal quase não foi utilizada para culinária e a naturalização não foi utilizada nenhuma vez. Já no assunto eventos populares, a segunda estratégia utilizada foi a tradução literal (20,6%), seguida por um empate entre a neutralização e a omissão. Eventos populares quase não lançou mão da estratégia de inclusão de qualificador e equivalência lexical. O baixo uso da estratégia de equivalência lexical demonstra que os termos dicionarizados em língua inglesa da cultura brasileira se referem mais ao assunto culinária. O uso de equivalentes culturais permanece equilibrado dentro dos dois assuntos.

Falha de revisão parece ser a principal razão da ocorrência da estratégia de omissão, já que na maioria das vezes em que ocorre são omissões de trechos inteiros. Isto, no entanto, não se aplica à *Ícaro*, pois sabemos que a política da editora exige que a versão em inglês seja ¼ menor do que a versão original, portanto, o alto número de omissões presentes nesta fonte era previsível.

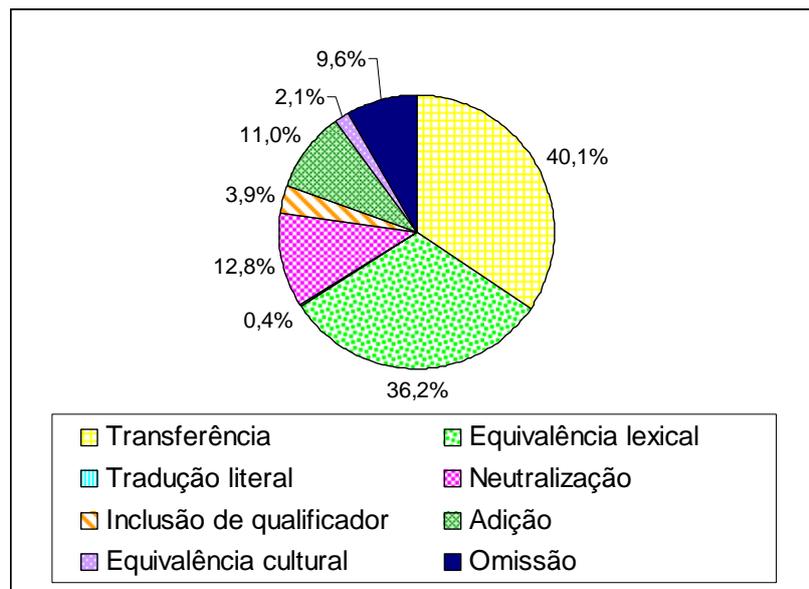


Figura 5 – Uso de estratégias em culinária

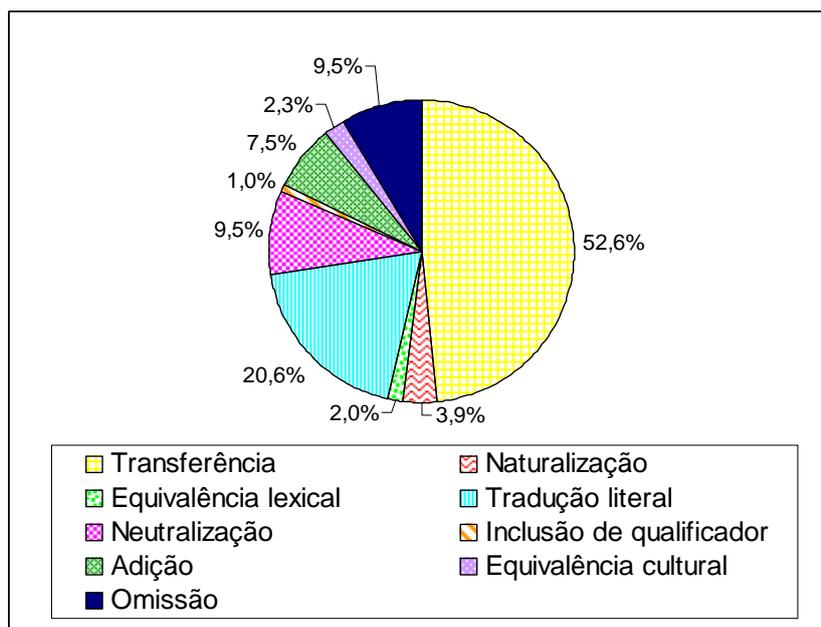


Figura 6 – Uso de estratégias em eventos populares

O estágio ainda em desenvolvimento das ferramentas da Lingüística de Corpus, principalmente dos alinhadores, limitaram a capacidade de inferências. O escritor/tradutor pode recorrer a recursos gráficos para ressaltar determinadas palavras ou idéias a serem transmitidas. Ao exigir que os programas estejam em TXT, perde-se esta importante informação transmitida pelos recursos gráficos. Negritos e itálicos, por exemplo, podem dar ao leitor informações sobre a palavra, como indicar a estratégia que o tradutor usou: uma transferência em itálico ou um negrito para informar que esta é uma palavra-chave do texto.

Outra questão que também limitou as conclusões foi a visualização de cada resultado de busca independentemente. Apesar de poder fazer a busca por mais de um termo, não era possível ver todos os resultados dessa busca de uma só vez. Ademais, a limitação de busca em apenas 10 pares de textos forçou a decisão de busca por fonte. A visualização de todos os resultados de um termo, que pudéssemos ordenar de acordo com critérios de contexto, como faz o concordanciador do WordSmith Tools, poderia oferecer mais dados comparativos para inferências. Os esquemas tradutórios elaborados baseados no modelo de Campbell (2000) foram extremamente úteis para ajudar a minimizar essas limitações.

Observamos a partir da lista de termos analisados (vide Anexo) que, em culinária, a maioria dos termos referem-se a pratos e ingredientes de origem nordestina (e.g. acarajé, vatapá, caju), alguns são de referência do Brasil como um todo (e.g. farofa, feijoada) e poucos do Norte (e.g. pirarucu, beiju). No entanto, não encontramos nenhum do Sul, nem do Centro-Oeste, áreas que parecem pouco exploradas na divulgação cultural. O Sudeste aparece representado apenas pelo termo “angu”.

Na lista de termos de eventos populares, o Sudeste vem representado pelos termos do carnaval do Rio de Janeiro, e o Norte pelo Boi-Bumbá. O restante dos termos são referências do Nordeste. Nada ocorre na lista que venha do Sul, tampouco do Centro-Oeste. Destes dados, podemos inferir que a imagem divulgada prioritariamente dentro das referências culturais é o Nordeste, com pouca ou nenhuma referência às outras regiões.

A presença de equivalências lexicais “autênticas”, já que algumas equivalências foram usadas de forma enganosa, demonstra a influência brasileira nos Estados Unidos, como foi indicada pela dicionarização de termos como *pirarucu*, *cashew*, *jaboticaba*, *genipap*, entre outros. O aparecimento de termos que não constavam das versões mais antigas dos dicionários como “*feijoada*” e “*cachaça*”, sugere que esta influência possa estar crescendo.

Em relação às perguntas de pesquisa sobre que tipo de estratégia(s) é (são) usada(s) na tradução desses termos e se observamos algum padrão de estratégias utilizadas, não há um padrão de estratégia para as referências culturais, porém, podemos falar em uma tendência à transferência e, portanto, a estrangeirizar. Além

disso, o fato de os tradutores recorrerem a todos os tipos de estratégia, não parece, portanto, ser um limitador das escolhas tradutórias.

Os dados refutam as idéias de Cronin (2000), de que as referências culturais devem ser invariavelmente explicadas e de Snell-Hornby (2000), que elas são explicadas pelo contexto, pois tivemos presente neste trabalho a utilização dos dois casos. As falhas de revisão, traduções que não transmitem a idéia do termo analisado, termos que não são compreendidos pelo leitor-alvo colocam a qualidade do material de divulgação aquém dos esforços empreendidos nesta área. Isso, ao nosso ver, nos associa com uma imagem negativa já bastante difundida nos países desenvolvidos a nosso respeito, de amadorismo e ineficiência.

Nossa pesquisa nos leva a propor um trabalho de elaboração de um guia para a tradução de referências culturais. Em um primeiro momento, far-se-ia um levantamento das referências culturais e suas traduções, como foi feito neste trabalho, em fontes definidas por profissionais da área de divulgação. Em seguida, através de pesquisas e consultas a diversas áreas envolvidas, elaborar-se-ia um guia de como essas referências deveriam ser traduzidas. Chamo de guia, e não de dicionário ou glossário, porque acredito que a decisão final de como traduzi-las deva ser sempre do tradutor, que o fará baseado no gênero textual, no contexto, nas expectativas dos clientes, entre outros. No entanto, precisamos lembrar que a variedade terminológica sugere imprecisão do conceito. Hatim e Mason (1997, p.32) ressaltam que a recorrência de um termo ajuda a estabelecer a coerência lexical. Portanto, a falta de repetitividade de uma referência cultural dilui o seu caráter típico e a repetição do mesmo, em contrapartida, ajuda o público-alvo a familiarizar-se com ela.

A tarefa do tradutor de material de divulgação é transformar as diferenças culturais em atrativos culturais para permitir que o leitor do texto-alvo conheça o Brasil, se interesse por ele, e que venha a visitá-lo ou nele investir. Além disso, é possibilitar a verdadeira transculturalidade. Para que isto aconteça é necessário planejar o setor de divulgação cultural para que seja mais eficiente em atingir seus objetivos, com um controle maior do material traduzido.

## 7. Referências bibliográficas:

BAKER, M. (ed). *Routledge encyclopedia of translation studies*. Londres/Nova York: Routledge, 1998.

BARBOSA, H. *Procedimentos técnicos da tradução: uma nova proposta*. 2ª edição. Campinas: Pontes Editores, 2004.

BASSNETT, S. *Translation Studies*. 3ª edição. Londres/Nova York: Routledge, 2004.

BENNETT, M. Intercultural communication in a multicultural society. *TESOL Matters*, v. 6, n. 2 e 3, 1996, pp. 1-15 e p. 6.

BROWN, H. D. *Principles of language learning and teaching*. 4ª edição. Nova York: Longman, 2002.

CAMPBELL, S. Choice network analysis in translation research. In: OLOHAN, M. (ed.) *Intercultural faultlines: research models in Translation Studies I; textual and cognitive aspects*. Manchester/ Northampton, MA: St. Jerome Publishing, 2000, pp. 29-42.

CAWS, P. Identity: cultural, transcultural and multicultural. In: GOLBERG, D. T. *Multiculturalism*. Cambridge, Massachusetts: Basil Blackwell Ltd., 1994, pp.371-387.

CRONIN, M. *Across the lines: travel, language, translation*. Cork: Cork University Press, 2000.

FERNANDES, J. V. Interculturalismo solidário: equidade entre gêneros e direitos humanos. Disponível em [http://www.educastur.printcast.es/cpr/gijon/piedra/interculturalismo\\_solidario.htm](http://www.educastur.printcast.es/cpr/gijon/piedra/interculturalismo_solidario.htm), acesso em 09/03/2004.

FERREIRA, A. B. de H. *Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 3ª edição, 1999.

- FORTEZA, A. El tractament dels referents culturals en la traducció catalana de *Gabriela, cravo e canela*. *Quaderns. Revista de traducció*, n. 12, Barcelona, 2005, pp. 189-203.
- GOVE, P. B. (ed.) *Webster's third new international dictionary: unabridged*. Springfield: G. & C. Merriam Company, 1981.
- HATIM, B.; MASON, I. *The translator as communicator*. Londres/Nova York: Routledge, 1997.
- JAMES, K. Cultural implications for translation. *Translation Journal*, v. 6, n. 4, outubro de 2002. Disponível em <http://accurapid.com/journal/22delight.htm>, último acesso em 02/08/2006.
- KRAMSCH, C. *Language and culture*. Nova York: Oxford University Press, 1988.
- \_\_\_\_\_. The cultural component of language teaching. *Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht* [online], v. 1, n. 2, 1996. Disponível em [http://www.spz.tu-darmstadt.de/projekt\\_ejournal/jg-11-2/navigation/startbei.htm](http://www.spz.tu-darmstadt.de/projekt_ejournal/jg-11-2/navigation/startbei.htm), último acesso em 09/07/2006.
- MARTINS, I. F.; SALGUEIRO, M. A. F. A. Tradução: prática técnica ou ferramenta transcultural? *Cadernos do CNLF*, v. VII, n. 12, 2003, pp. 260-265.
- MENDES, E. Hand-out em palestra para o programa de Pós-graduação em Lingüística Aplicada da Universidade de Brasília, 17/02/2006.
- NEWMARK, P. *A textbook of translation*. Hertfordshire: Prentice Hall International, 1988.
- NIDA, E. Principles of correspondence. In: VENUTI, L. *The Translation Studies Reader*. Londres: Routledge, 2000, pp. 127-140.
- NÚCLEO INTERINSTITUCIONAL DE LINGÜÍSTICA COMPUTACIONAL (NILC). Lácio-Ref. Lácio-Web. São Carlos. Disponível em <http://www.nilc.icmc.usp.br/lacioweb/>, último acesso em 11/11/2006.
- Random House Webster's unabridged dictionary*. Word Genius 4.3 (W32). Eurofield EUA: Information Solutions/ Random House, fevereiro de 2006. Disponível em [http://www.download.com/Random-House-Webster-s-Unabridged-Dictionary-WG/3000-2279\\_4-10506320.html](http://www.download.com/Random-House-Webster-s-Unabridged-Dictionary-WG/3000-2279_4-10506320.html), ultimo acesso 27/10/2006.
- RODRIGUES, C. C. O doméstico e o estrangeiro: relações de poder em tradução. In: FREIRE, M. M.; ABRAHÃO, M. H. V.; BARCELOS, A. M. F. *Lingüística aplicada e contemporaneidade*. Campinas, SP: Pontes, 2005, pp. 329-336.
- SÁ, R. B. V. *A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva*. São Paulo: Aleph, 2002.
- SNELL-HORNBY, M. Communicating in a global village: on language, translation and cultural identity. In: SCHÄFFNER, C. (ed.) *Translation in the global village*. Clevedon: Multilingual Matters, 2000, pp. 11-28.
- STEIN, J. (ed.) *The Random House college dictionary*. Edição revisada. Nova York: Random House, 1988.
- The American heritage dictionary of the English language*. 4ª edição. Boston/Nova York: Houghton Mifflin, 2000. Versão eletrônica, 2004.
- VENUTI, L. *Scandals of translation: towards an ethic of difference*. Londres/ Nova York: Routledge, 1998.

\_\_\_\_\_. Study of Italian translates into success for Temple Professor Lawrence Venuti. *News Releases*, Temple University News Bureau, disponível em [http://www.temple.edu/news\\_media/bb481.html](http://www.temple.edu/news_media/bb481.html), ultimo acesso em 21/06/2006.

VERMEER, H. Is translation a linguistic or a cultural process? *Ilha do Desterro*, v. 28, 1992, pp. 37-49.

**Anexo – Lista de termos analisados**

<b>Culinária</b>	<b>Eventos populares</b>
1. Acarajé	1. Bumba-meu-boi/Boi-bumbá
2. Angu	2. Cangaceiro
3. Bobó de camarão	3. Cangaço
4. Caju	4. Carro alegórico
5. Cocada	5. Cordões
6. Dendê	6. Escola de samba
7. Farofa	7. Festa Junina
8. Feijoada	8. Folia de Reis
9. Jabuticaba	9. Frevo
10. Jenipapo	10. Lampião/Maria Bonita
11. Pamonha	11. Marcha/Marchinha
12. Pirarucu	12. Sambódromo
13. Quitute	13. Trio elétrico
14. Tapioca/Beiju	
15. Tambaqui	
16. Tutu	
17. Vatapá	
Estudo piloto - cachaça	