

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE LINGUAS ESTRANGEIRAS MODERNAS
LICENCIATURA EM LETRAS PORTUGLÊS/INGLÊS

VICTÓRIA NEHMI HOMENKO PEREIRA DE CASTRO

From magic and paradise to Conchas Lighthouse
**LÉXICO E CULTUREMAS EM TEXTOS TURÍSTICOS TRADUZIDOS
SOBRE REGIÕES DO ESTADO DO PARANÁ**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2018

VICTÓRIA NEHMI HOMENKO PEREIRA DE CASTRO

From magic and paradise to Conchas Lighthouse
**LÉXICO E CULTUREMAS EM TEXTOS TURÍSTICOS TRADUZIDOS
SOBRE REGIÕES DO ESTADO DO PARANÁ**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de TCC 2, do curso de Licenciatura em Letras Português/Inglês do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação – DALIC – e do Departamento Acadêmico de Línguas Estrangeiras Modernas – DALEM – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) como requisito parcial para avaliação e obtenção do diploma de licenciada.

Orientadora: Prof^a Dr^a Silvana Ayub Polchlopek

CURITIBA
2018

Ministério da Educação

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

Campus Curitiba

Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação

Departamento Acadêmico de Línguas Estrangeiras Modernas

Curso de Graduação em Letras Português/Inglês



TERMO DE APROVAÇÃO

From magic and paradise to Conchas Lighthouse

Léxico e culturemas em textos turísticos traduzidos sobre regiões do estado do Paraná

Por

Victória Nehmi Homenko Pereira de Castro

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado em vinte e cinco de junho de 2018 como requisito parcial para a obtenção do título de Licenciado no curso de Letras Português/Inglês. O candidato **Victória Nehmi Homenko Pereira de Castro** foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

Silvana Ayub Polshlopek

Flavia Azevedo

Jacqueline Andreucci Lindstron

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por me guiar em minhas escolhas e me abençoar em meus caminhos e vida.

Agradeço à minha orientadora, Prof^a. Dra. Silvana Ayub Polchlopek, por toda troca positiva durante nosso trabalho, por ter me ensinado tanto e ter demonstrado tanto carinho sempre, além de ter me motivado todas as vezes que precisei.

A todos os professores e professoras que estiveram presentes nesta fase da minha vida, por terem agregado positivamente na minha vida acadêmica.

A toda minha família que sempre demonstrou muito carinho e apoio.

A todos os meus amigos e amigas que me acompanharam desde o início da faculdade, me apoiaram em minhas escolhas e me aconselharam quando preciso. Em especial à Larissa Brasil, Sabrina Ximenes e Taíne Batista, que estiveram presentes no meu dia-a-dia durante esses anos e trilharam ao meu lado essa caminhada, compartilhando de todas as experiências que passamos na UTFPR.

Um agradecimento também à Prof^a Dr^a Mirella Giracca, que não só compartilhou materiais teóricos, como também nos inspirou nesta pesquisa com sua dissertação.

Ao Aurio Rigoni, Cristina Rocha e Kátia Gabardo, meus chefes, supervisores, colegas de trabalho, que despertaram em mim o amor pelo turismo e aguçaram minha paixão pelo conhecimento de línguas, principalmente inglesa, por estar em contato diário.

Minha psicóloga Suely Pucci, que trabalhou comigo minhas dificuldades, venceu comigo as barreiras que eu tinha e me ajudou a ter forças para passar por todas as dificuldades que surgiram.

E em especial aos meus pais, Regina e Claudio, e ao meu namorado, Lucas, por terem me dado todo o suporte e amparo necessário, fazendo com que eu persistisse em toda dificuldade encontrada no caminho.

E a banca, professoras Flavia Azevedo e Jacqueline Lindstron, pelas dicas e correção do pré-projeto semestre passado e pelas leituras e contribuições do TCC, além de terem levado no dia da banca muita simpatia e alto astral, deixando o ambiente leve com muita harmonia. E pelos comentários positivos e elogios, por tanta elegância e carisma.

Enfim, a todos os que por algum motivo contribuíram para que esse trabalho fosse realizado.

RESUMO

CASTRO, Victória. *From magic and paradise to Conchas Lighthouse* **LÉXICO E CULTUREMAS EM TEXTOS TURÍSTICOS TRADUZIDOS SOBRE REGIÕES DO ESTADO DO PARANÁ**. 2018. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras Português/Inglês). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

Esta pesquisa estuda analisa e compara escolhas lexicais e as redes semânticas formadas por essas escolhas, além de técnicas de tradução empregadas na produção de textos turísticos, produzidos em português e traduzidos para o inglês, sobre regiões do Estado do Paraná. Observam-se nesses textos, marcas culturais regionais, denominadas culturemas, que não encontram equivalentes na cultura-alvo. O emprego dessas marcas é a aproximação entre objetivo do texto-fonte e o leitor final de língua estrangeira, cumprindo com a função de todo texto pertencente à área do turismo: informar o leitor sobre regiões turísticas e promover neste leitor o desejo de viajar para conhecê-las. Por essa razão, a pesquisa se fundamenta na teoria funcionalista de Nord (2016), que entende a tradução como ato comunicativo, oral ou escrito, contextualizado e orientado ao leitor final e também na *skopostheory* (VERMEER, 1986), segundo a qual, todo texto traz consigo uma intencionalidade e um propósito direcionados ao leitor alvo. Assim são os textos turísticos que se comunicam diretamente com o leitor, motivando-o a viajar e visitar pontos turísticos descritos e/ou traduzidos e que detêm a intenção primeira de informar e persuadir esse leitor de que as localidades descritas merecem sua visita. Do ponto de vista metodológico, trata-se de um estudo qualitativo, visto que o *corpus* envolve a relação turismo-tradutor-turista sobre material real. Resultados da análise demonstram que as escolhas lexicais constituem mecanismos importantes para a construção imagética das atrações descritas, atuando como meio de persuasão do leitor alvo, seja ele brasileiro ou estrangeiro. Já a análise das técnicas de tradução dos culturemas ressalta a importância das decisões do tradutor em seu processo de trabalho, para que o texto resulte em um ato comunicativo real e autêntico.

Palavras-chave: Tradução. Turismo. Léxico. Funcionalismo. Culturemas.

ABSTRACT

CASTRO, Victória. *From magic and paradise to Conchas Lighthouse* **LÉXICO E CULTUREMAS EM TEXTOS TURÍSTICOS TRADUZIDOS SOBRE REGIÕES DO ESTADO DO PARANÁ**. 2018. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras Português/Inglês). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

This paper aims to research and compare lexical choices and semantic networks along with techniques used in the translation of a *corpus* of tourism texts about regions and attractions of the state of Paraná. It also analyses the so called *culturemas*, that is, cultural markers from the source culture which do not exist in the target culture and whose function is to link the source text to the foreign target reader. The research is supported by two theories: i) the functionalist approach to translation studies (NORD, 2016), which understands translation as a communicative act based on noticeable intentions and ii) by the *skopostheory* (VERMEER, 1986) which states every text entails an intention and a purpose guided to its target reader. Applied to the tourism area, we recognize this genre speaks directly to the reader motivating trips and expeditions to the localities being described and/or translated, and also that its primary intention is that of informing and persuading the reader to visit such areas. Research procedures are that of a qualitative study as the *corpus* is build up upon real texts. Data obtained demonstrates lexical choices stand as a relevant aspect to shape the scenario designed for the reader, and consequently to causes one to undergo tourism journeys. On the other hand, translation strategies and *culturemas* highlight the role of the translator, that is, they pinpoint the decision-making procedures underneath linguistic features and cultural traits in the translation process.

Keywords: Translation. Tourism. Lexicon. Functionalism. *Culturemas*.

LISTA DE SIGLAS

ING	Inglês
LE	Língua Estrangeira
LI	Língua Inglesa
LM	Língua Materna
LP	Língua Portuguesa
PT	Português
TF	Texto Fonte
TT	Texto Traduzido

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1 - Escolhas lexicais – textos em PT	34
Tabela 2 - Rede semântica PT	34
Tabela 3 - Escolhas lexicais – textos em ING	35
Tabela 4 - Rede semântica ING	36
Tabela 5 - Culturemas e técnicas de tradução – T1	38
Tabela 6 - Culturemas e técnicas de tradução – T2.....	40
Tabela 7 - Culturemas e técnicas de tradução – T3.....	41
Tabela 8 - Culturemas e técnicas de tradução – T4.....	42
Tabela 9 - Culturemas e técnicas de tradução – T5.....	43
Gráfico 1 - Recorrência das técnicas de tradução.....	44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA	11
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 Objetivo geral.....	12
1.2.2 Objetivos específicos	12
1.3 JUSTIFICATIVA	13
2 FUNCIONALISMO E ESTUDOS DA TRADUÇÃO	15
2.1 HANS VERMEER E CHRISTIANE NORD	16
2.2 O LÉXICO NA CONSTRUÇÃO LINGUÍSTICA DO TEXTO ORIGINAL E/OU TRADUZIDO	18
3 O TEXTO TURÍSTICO: GÊNERO TEXTUAL	21
3.1 A LINGUAGEM NA CONSTRUÇÃO DO TEXTO TURÍSTICO.....	23
3.2 UM POUCO SOBRE CULTUREMAS	25
3.3 FUNCIONALISMO, TRADUÇÃO E TURISMO.....	27
4 METODOLOGIA	29
4.1 ETAPAS DA PESQUISA.....	29
4.2 <i>CORPUS</i> DE PESQUISA.....	31
4.3 ETAPAS PARA ANÁLISE DOS TEXTOS	31
5 ANÁLISE DOS DADOS	33
5.1 LÉXICO E REDE SEMÂNTICA NO TURISMO DO PARANÁ	33
5.2 CULTUREMAS NO TURISMO.....	36
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS	48
Anexos	51

1 INTRODUÇÃO

Os estudos da tradução constituem hoje um vasto campo de pesquisa, cujas ramificações estão consolidadas nas áreas da comunicação, literatura, ciências e também no turismo. Esta área, no que diz respeito ao ensino de língua inglesa (LI), oferece materiais autênticos para o trabalho em sala de aula, além de permitir o desenvolvimento de atividades interdisciplinares, sem esquecer de que os textos turísticos funcionam como uma espécie de cartão de visitas para o nosso Estado. Este trabalho estuda justamente o processo tradutório em textos traduzidos sobre regiões do Estado do Paraná.

Parte do estudo analisa o léxico e redes semânticas construídas a partir de escolhas do tradutor, visto que essas escolhas nunca são aleatórias e, neste caso, possivelmente influenciam a construção de sentidos e possíveis imagens para o leitor final. Uma segunda parte do estudo se volta para a presença dos culturemas, isto é, elementos culturais, materiais ou imateriais, que não têm correspondentes na cultura alvo. Neste caso, observamos técnicas de tradução que, acreditamos, auxiliam a compreensão textual e formação das imagens descritas para o leitor estrangeiro. Essa pesquisa, inserida em uma licenciatura, visa demonstrar que os estudos da linguagem são amplos o suficiente para se desmembrar em áreas que constituem parte da formação docente como a linguística textual, produção escrita, leitura, estudos culturais e a própria tradução, empregada a partir de uma perspectiva mais dinâmica e interativa.

Nosso estudo utiliza a revista bilíngue 'Paraná Parques e Natureza', com o objetivo de demonstrar que textos são pensados, construídos e articulados no intuito de atingir ou alcançar um leitor final pré-determinado. Diante disso, vale um estudo dessa natureza no curso de Letras para que o professor tenha consciência sobre essa produção textual, sobre a leitura e que possa trabalhar esse gênero em sala de aula. Outro aspecto positivo, com relação à sala de aula, é pensar na possibilidade de uso de um material autêntico, que circula entre leitores brasileiros e estrangeiros, pensando a tradução como ferramenta para o ensino de línguas, isto é, como meio (processo) e não fim (produto) para o processo de ensino-aprendizagem.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Presente no cenário acadêmico desde a década de 70, os estudos da tradução representam uma área de pesquisa com diversas ramificações. Sua aplicação, mais especificamente no processo de ensino-aprendizagem de línguas, vem gerando inúmeros debates desde então, em razão de as atividades tradutórias suscitarem dúvidas sobre sua eficácia, entre professores e alunos, especialmente nas licenciaturas. Independentemente disso, o leque de opções da área da tradução é amplo e se faz presente em pesquisas tecnológicas, em conteúdos audiovisuais, na medicina, no processo de ensino-aquisição de línguas, na produção escrita e na leitura, na literatura e no turismo, só para mencionar alguns exemplos. Destas, nos interessa, especificamente, a área do turismo que, no contexto de ensino de LI, gera materiais autênticos de trabalho em sala de aula, permitindo desdobramentos com a interculturalidade e gêneros textuais, além de ser uma produção textual de marketing com amplo alcance sobre atrações do estado do Paraná, contexto desta pesquisa.

Seguindo esse caminho, o estudo de textos turísticos é uma possibilidade ainda diferenciada, no sentido de que os materiais produzidos nesta área alcançam dois públicos: o leitor falante da língua materna (LM) e o leitor de língua estrangeira (LE). O segundo, no caso desta pesquisa, é o mais relevante, pois é quem o *trade* turístico¹ precisa convencer ao fazer seu *marketing*. Esses turistas são estrangeiros, podem não falar português e provavelmente desconhecer a diversidade brasileira, o que torna o trabalho do tradutor ainda mais desafiador ao tentar aproximar a cultura brasileira de outra estrangeira. Este não é o caso do *trade* turístico brasileiro, que prevê uma facilidade maior na produção textual em razão de os leitores finais compartilharem da mesma língua, ainda que exista relativa diversidade cultural no país. Por essa razão, interessa-nos estudar a tradução de materiais turísticos para a LI, sobretudo no que diz respeito às questões lexicais, semânticas e culturais que, a nosso ver, são aspectos que interagem na construção de efeitos de sentido para o

¹*Trade* turístico: mercado/comércio do turismo.

leitor final desse gênero textual, ou seja, atuam no convencimento e motivação para que o leitor deseje conhecer a localidade.

Entende-se, portanto, que um material produzido para o turismo promove em seus textos essa motivação através de significados construídos social, cultural e historicamente. Esse cenário é pesquisado por Mirella Giracca (2013) que utiliza a definição de Nord (2005; 2016) para culturemas, marcas culturais específicas de uma cultura sem correspondente em outra, através do olhar de diversos autores como Nida (1945), Newmark (1995), e Molina (2001). São os culturemas que permitem manter a essência dos lugares representados na tradução de textos turísticos e, aliados a uma possível rede semântica que traduza o estado, agem sobre o leitor final, o público estrangeiro, para construir sentido e incitar sua curiosidade e desejo de viajar e visitar os lugares descritos nos textos.

Assim, portanto, analisamos textos da revista 'Paraná | Parques e Natureza', em edição única e bilíngue, sobre atrações turísticas do estado do Paraná, atentando especialmente para a presença de culturemas e de um léxico que caracterize o estado paranaense para o leitor estrangeiro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar textos turísticos em português e inglês, publicados em revista especializada da área de turismo, na perspectiva funcionalista para os estudos da tradução.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analisar elementos lexicais presentes nos textos em português (PT) e inglês (ING), a fim de elaborar uma rede semântica que construa sentidos para o leitor final;
- Identificar e analisar nestes textos a presença de culturemas e técnicas de tradução que (re)criam para o leitor alvo, o imaginário sobre essas localidades.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo se justifica em razão de que textos turísticos constituem material autêntico de produção escrita e de leitura, além de possibilitarem a prática de atividades no ensino de LI e LM não só através de questões linguísticas, mas também através de questões culturais que integram o processo de ensino-aprendizagem de línguas. Outro aspecto é o fato de que os textos representam um contexto cultural, social e histórico específico no que diz respeito ao estado do Paraná, tornando-os práticas sociais, ou seja, produções textuais com objetivos pré-estabelecidos, orientados para e motivados por um público leitor específico.

É relevante também o fato de serem poucos os estudos voltados a área do turismo em tradução e linguagem, aos culturemas e o modo como articulam a imagem cultural de um contexto para o leitor da língua alvo. Trabalhos existentes sobre tradução e turismo tendem a enfatizar a análise crítica das técnicas e estratégias utilizadas por tradutores para a elaboração desses textos, sendo uma grande maioria desenvolvida em espanhol (MUÑOZ, 2012, SÁNCHEZ, 2011, PERTON, 2010) e poucos em LI (FIQUEIREDO e PASQUETTI, 2016).

Sendo assim, compreender a tradução como ato comunicativo (NORD, 2005; 2016; ZIPSER, 2002, GIRACCA, 2009, VERMEER, 1986), definição adotada neste trabalho, permite pensá-la como uma prática que não depende, necessariamente, de textos (VERMEER, 1986), ou seja, a tradução, assim como os textos turísticos, é motivada pelo local turístico, pela própria intenção de comunicar algo sobre esse local a alguém, sendo o processo tradutório articulado através de escolhas, lexicais, sintáticas e culturais no texto, traduzido ou não, para o leitor-final, segundo Nord (2005; 2016). Essa definição aproxima-se ainda da concepção bakhtiniana (2002) de texto como elemento dialógico e prática social, ou seja, linguagem em uso, como forma de interação social.

Esse cenário motiva, portanto, as seguintes perguntas de pesquisa:

- Os textos da revista contêm culturemas? Estes são passíveis de tradução?
- É possível elaborar redes semânticas nos textos turísticos da revista, em LM e em LE? Essas redes evidenciam e recriam as localidades no imaginário do leitor?

Esses questionamentos motivam, assim, a seguinte estruturação para a pesquisa: o Cap. 1 aborda os estudos da tradução, as teorias de Vermeer e Nord e a relevância do léxico na construção linguística do *corpus*; o Cap. 2 discorre sobre o texto turístico como gênero textual, suas características de linguagem, a definição de culturemas e inter-relaciona tradução, funcionalismo e turismo. Em seguida, o Cap 3 descreve a metodologia desenvolvida para análise do *corpus*, enquanto o Cap 4 trata da análise dos dados (léxico, rede semântica, culturemas, estratégias de tradução). Por fim, apresentamos nossas considerações finais e em seguida as referências e os anexos.

2 FUNCIONALISMO PARA OS ESTUDOS DA TRADUÇÃO

Conforme Nobrega (2000), Neves (2004) e Munday (2002), a Alemanha do pós-guerra foi pioneira no desenvolvimento de teorias e estudos sobre a prática de tradução, sendo o primeiro país a institucionalizar o treinamento de tradutores. Porém, até meados da década de 70, a tradução ainda era compreendida apenas como transferência lexical ou sintática entre línguas, nos princípios da busca por equivalentes linguísticos (NEVES, 2004; NOBREGA, 2000). Em oposição a este cenário, o funcionalismo propõe uma perspectiva mais comunicativa para a compreensão da prática tradutória, sustentadas no contexto da produção escrita e na(s) intenção(ões) do emissor (MUNDAY, 2002). Assim, a tradução chamada funcionalista passa a estudar o ato tradutório como uma ação que comunica propósitos e intenções específicos entre línguas e entre leitores.

Segundo Zipser (2012, p. 23), “ser funcional significa responder (de alguma maneira) às necessidades (...) de outra pessoa ou situação”, portanto, uma das preocupações centrais dessa vertente é a competência comunicativa, ou seja, a habilidade de o indivíduo exercer a interação social por meio da linguagem. Já para a linguística, o termo ‘função’ apresenta um panorama sociocultural da língua (NEVES, 2004), cuja preocupação é os meios pelos quais ocorre a comunicação. Assim, Zipser e Polchlopek (2012) afirmam:

quando se traduz um determinado texto para um contexto/ cultura distinto daquele em que foi produzido (situação que pressupõe diferentes leitores), vale ressaltar que esse novo público receptor pensa, sente, observa e avalia o mundo a partir de outra perspectiva (2012, p.26).

Em outras palavras, e segundo Zipser (2012), o funcionalismo tradutório estuda a linguagem em seu contexto de uso e envolve quatro questões motivadas pelas necessidades comunicativas de autor e leitor: para que, por que, como e para quem quero comunicar, aproximando-se também da teoria enunciativa de Bakhtin (2002). Podemos afirmar, portanto, que o funcionalismo abre espaço para uma concepção comunicativa, flexível e contextual sobre a prática tradutória (POLCHLOPEK, 2005). Dentro dessa perspectiva, as teorias de Hans Vermeer (1986) e Christiane Nord (2005; 2016) mostram-se as mais relevantes para este

estudo. Vermeer (1986) faz uma ligação entre teoria e prática, afirmando que a linguística sozinha não responde todas as questões sobre o processo tradutório e também não tem as perguntas necessárias para resolver as adversidades surgidas no processo de produção escrita e/ou oral. De forma semelhante, Nord (1997; 2005; 2016), sustenta que além do contexto, as circunstâncias que definem ‘o que’ e ‘como’ as pessoas se comunicam podem mudar e que “outras variáveis são colocadas em prática, visto que as situações comunicativas não são institucionalizadas ou padronizadas”.

No caso dos textos turísticos deste estudo, podemos dizer que o propósito é vender a imagem do estado do Paraná como local com grandes atrações turísticas e também convencer o turista sobre essa imagem, motivando-o a visitar o estado. Para tanto, pressupomos que escolhas lexicais, sintáticas e pragmáticas (culturais) são estruturadas para construir o texto final, em PT e em ING, a fim de veicular este propósito. Além disso, entendemos os textos produzidos em LM também como traduções diretas das localidades descritas. Essa perspectiva encontra em Hans Vermeer (1986) seu ponto de sustentação. Vermeer propõe pensar o texto como uma mensagem que se origina da intenção de comunicar alguma coisa ou de um fato gerador. Dessa maneira não precisamos, necessariamente, de um texto-fonte para termos uma tradução, pois os próprios textos produzidos em PT são traduções dos locais que retratam. Com essa noção ampliada de texto, que sai do papel para a situação comunicativa ou o fato que o motiva, comentamos a seguir as contribuições de Vermeer (1986) e Nord (2005; 2016) para este estudo.

2.1 HANS VERMEER E CHRISTIANE NORD

Vermeer (1986) afirma que traduzir não é apenas um processo linguístico, pois implica também a transferência de signos verbais e não verbais de uma língua para outra. Sendo assim, ao compreender a tradução como ação comunicativa, intenção (desejo) e propósito (finalidade) passam a estar inseridos em um sistema cultural específico que condiciona tanto estrutura e produção, quanto a análise dos textos. A isso Vermeer denomina ‘teoria da ação proposital’ ou *skopostheory* (MUNDAY, 2002; PYM, 2017), visto que é o propósito que determina os métodos e

estratégias que o tradutor utiliza para alcançar um resultado funcionalmente adequado.

Da mesma maneira, Christiane Nord (2005; 2016), professora e tradutora, propõe um processo de análise textual orientada à tradução, que considera fatores de influência externos e internos ao texto como determinantes do propósito do seu produtor, seja ele o autor do texto, o cliente que precisa da tradução ou o próprio tradutor. Segundo ZIPSER (2012), os contextos são influenciados histórica e culturalmente tanto na sua produção quanto na sua recepção (leitura), portanto:

o processo de tradução estabelece o que Nord chama de uma comunicação intercultural considerando-se os seguintes passos: 1) análise da situação comunicativa e das estratégias e articulações linguísticas empregadas pelo autor na produção do TF; 2) análise dos elementos do TF que deverão ser adequados ao propósito comunicativo do leitor da tradução, preservando a intenção do autor, mas alterando a função se for necessário e, 3) produção de uma tradução funcional e adequada às necessidades do Iniciador² (I) se houver algum (2012, p, 32).

A autora afirma que nesse processo o público alvo é um participante indiretamente ativo, cuja voz norteia as decisões e escolhas do tradutor. Podemos, assim, unir o conceito de 'adequação', definido por Katharina Reiss e Vermeer (1996) como o ajuste do texto ao novo leitor, à teoria do *skopos* proposta por Vermeer (1986; ZIPSER, 2012). Nesse sentido, cada palavra evoca um sentido diferente para cada leitor, provoca sensações, ativa experiências pessoais originárias em contextos culturais distintos. Com base nestas considerações esperamos encontrar nos culturemas e nas redes semânticas em ING e PT o mesmo princípio de significação, despertando e motivando no leitor de ambos os idiomas o desejo, a curiosidade de conhecer e visitar as atrações descritas nos textos do *corpus*.

Para Nord (1997; 2005; 2016; ZIPSER, 2012) o tradutor exerce, portanto, o papel de leitor crítico, visto que detém a capacidade de mediar culturas e códigos diferentes. Nesta prática e segundo a *skopostheory*, o que deve ser mantido na tradução é a intenção do autor, ou seja, o seu desejo de comunicar determinado assunto ao leitor do texto fonte ou ao leitor na situação-fonte, lembrando que não precisamos necessariamente de um texto de partida para que tenhamos uma

²Nord (2016, p.27) define a figura do Iniciador como sendo o autor do TF; o próprio tradutor, no papel de leitor do TF ou mesmo um sujeito ou o cliente que precise do serviço do tradutor.

tradução. Assim, segundo Nord (2005; 2016) e Zipser (2012), o texto de partida torna-se apenas uma dentre várias fontes de informação utilizadas pelo tradutor.

Nord (1997) entende que as situações comunicativas determinam ‘o que’ e ‘como’ as pessoas se comunicam. Essas variáveis podem ser modificadas sempre que necessário, porque as condições de produção do texto-fonte nem sempre são as mesmas da produção e leitura do texto traduzido (TT), fatores que consideramos na análise do *corpus* desta pesquisa, uma vez que os textos datam de 1998, 20 anos atrás e mostram um Paraná que pode ter parado no tempo, isso porque segundo a secretaria de esporte e turismo do estado, reeditar publicações como a utilizada neste estudo, não é economicamente viável considerando que a descrição histórica e geográfica das atrações turísticas descritas na revista não se altera com o tempo. Por fim, vale lembrar que Nord (NORD 1997; 2005; 2016) afirma que a análise do texto de partida e de sua tradução deve ser simultânea, uma vez que ambos se complementam para alcançar a funcionalidade do processo tradutório.

2.2 O LÉXICO NA CONSTRUÇÃO LINGUÍSTICA TEXTUAL

Neste trabalho, estudamos os aspectos lexicais pelo fato de essas escolhas serem responsáveis pela (re)construção das localidades que descrevem para o leitor, no caso, o turista. Desse modo suscitam impressões que os motive a visitar o estado. A relevância da análise lexical vai de encontro, também, ao que é defendido por Nord (2005; 2016).

Segundo a autora, o léxico é delimitado pelos fatores externos e internos do texto como forma de explicitar a construção linguística textual, adquirindo uma função relevante na produção textual. As escolhas lexicais para o TF estabelecem parte do propósito desse texto, assim como no TT estabelecem a função que se pretende atingir no leitor-alvo. Isso enfatiza o papel do tradutor diretamente ligado à competência cultural (NORD, 2005; 2016, p.104), reafirmando que seu papel não é apenas linguístico, mas sobretudo “revelador de traços culturais”.

As escolhas lexicais transmitem afetividade e expressividade, conferindo ao texto, traduzido ou não, intensidade e impulsionando seu alcance junto a leitores diversos. Desse modo, os efeitos de sentido (NORD, 2005; 2016) que o texto

provoca no leitor decorrem desse processo de comunicação e, por consequência, a relação entre tradutor e leitor se intensifica a medida que o texto é percorrido. Por essa razão Nord (2016) afirma que a função do TF e do TT se origina na situação comunicativa, isto é, no momento da produção textual, sempre orientada a recepção (leitura) do texto.

Voltando aos fatores de influência textuais, ressaltamos, junto ao léxico, pressuposições, elementos não verbais, conteúdo e o(s) sentido(s) que essa combinação de elementos exerce sobre o leitor. O léxico integra os fatores internos ao texto como elemento revelador do modo como o autor escreve. No caso dos textos turísticos, o léxico ressalta, sobretudo, características das localidades do estado que não só aguçam a curiosidade do leitor, como fazem também com que se identifiquem com elas, criando vínculos capazes de motivar o turismo nestas regiões.

Porém, escolhas de palavras aleatórias não são capazes de instigar a imaginação, fazendo com que esse gênero textual demande reflexão acerca das pressuposições, orientadas ao conhecimento de mundo dos leitores (ROSENBERGER, 2013; NORD, 2016). Esse aspecto é um fator decisivo na construção de efeitos de sentido e ocorre através da escolha e da estruturação lexical das informações ofertadas ao leitor que, no caso da revista deste estudo, devem considerar prováveis leitores, de LE, que desconhecem as regiões turísticas do estado. Assim, o tradutor deve lembrar que pode haver certo distanciamento cultural entre texto-fonte e leitor-final, distância essa que, guiada pelo *skopos* da produção textual, tende a ser minimizada pelo uso de culturemas, adjetivos que evoquem sensações e que recorram às experiências pessoais desse leitor. Sobre isso Nord (2016) comenta que:

as diferenças estruturais entre duas línguas, especialmente no léxico e na estrutura frasal, suscitam alguns problemas que ocorrem em toda tradução envolvendo tal par de línguas, não importando qual das duas serve como língua-fonte ou língua-alvo (2016, p.275).

Em outras palavras, escolhas lexicais influenciam diretamente o processo tradutório e sua análise “revela como a situação comunicativa é articulada para chegar à função ou ao propósito textual, intencionado pelo autor ou produtor textual”

(POLCHLOPEK, 2005, p.92). Outro fator interno ao texto e decorrente do léxico trata da seleção e meios de expressão do conteúdo (NORD, 2016), ou seja,

a referência textual a objetos e fenômenos da realidade extralinguística, sejam estes reais (atrações turísticas) ou fictícios (narrativas ficcionais), expressos pela informação semântica de estruturas lexicais e gramaticais (palavras; frases, padrões sintáticos, tempo e modo verbais) empregados no texto (2016, p.160).

Somado ao léxico e ao conteúdo, marcas suprasegmentais denominadas por Nord “configurações fonológicas do texto” ou “tom específico do texto” (prosódia) (2016, p. 212), compõe os efeitos de sentido articulados pelo léxico, através do uso de aspas, espaços, negritos, itálicos, travessões que podem sinalizar informações relevantes para o leitor orientando-o na leitura do texto e na construção do eu imaginário sobre a localidade descrita na revista.

É da articulação de todos estes fatores, conjugados a situação de produção do texto-fonte e, conseqüentemente de sua tradução, que o efeito pensado atua sempre orientado ao leitor, desde que, de acordo com Nord (2016) este leitor esteja aberto a essa oferta informativa que, por sua vez, se constrói no processo interativo da comunicação.

3 O TEXTO TURÍSTICO: GÊNERO TEXTUAL

Bugnot (2005) afirma que os textos turísticos são definidos pelo autor, tema, campo temático do turismo, vetor³, recursos linguísticos e estilísticos específicos e pelo perfil do receptor do texto. Esses textos são, portanto, plurissignificativos⁴, dinâmicos, práticas sociais no sentido de serem uma oferta informativa para o público alvo. Ao mesmo tempo recebem *feedback* desse mesmo leitor, através de viagens para o destino comercializado, interesse pelo local e encantamento dos turistas, indicadores positivos de que o texto cumpriu sua função, conforme Vermeer (1986) e Nord (2005; 2016). Contudo, Bugnot (2005) reitera que a escolha de se fazer a tradução em uma língua ou outra depende da demanda exigida pelos turistas na procura do local, ou seja, a importância do idioma para o qual os textos serão traduzidos depende do público alvo, aproximando-se de Nord (1997; 2005; 2016) no que se refere à importância do leitor final em qualquer produção textual, oral, simbólica ou escrita.

Conforme Bugnot (2005), o texto turístico é um texto pragmático, denotativo e conotativo, no qual a realidade deve comunicar uma informação seletiva e ligada a emoções, visto que precisam conquistar e seduzir o leitor a ponto de se interessar em conhecer os locais descritos. Por essa razão, o autor comenta que esses textos estão incluídos também na categoria textual operativa, ou seja, são textos propaganda, pois tem a função de vender a imagem das localidades que representa em sua descrição. Nesse sentido, Reiss atesta que textos turísticos “transmitem conteúdos de carácter persuasivo para induzir o receptor do texto a atuar no sentido desejado pelo emissor do texto (ou de seu cliente) – intenção que corresponde à função apelativa da língua” (*apud* BUGNOT, 2005, p.36 – tradução da autora)⁵. Por

³ Um tipo específico de texto e recursos linguísticos e estilísticos específicos (BUGNOT, 2005, p.29).

⁴ De acordo com o Dicionário de Termos Literários, de Massaud Moises (2004, p. 20), a plurissignificação é explicada como sendo “um símbolo expressivo” que tende, “em qualquer circunstância da sua realização, a conter mais de uma referência legítima, de tal forma que o seu sentido exato se torna a tensão entre duas ou mais direções da carga semântica”. Em outras palavras, as palavras não apresentam um sentido único, dependendo de como são utilizadas ou da situação em que são empregadas, podendo ganhar novos sentidos, carregados de valores afetivos ou sociais.

⁵ “Quiere transmitir contenidos de carácter persuasivo para inducir al receptor del texto a actuar en el sentido deseado por el emisor del texto (o de su cliente) – intención que corresponde a la función apelativa de la.” (REISS, *apud* BUGNOT, 2005, p.36)

essa razão, a construção do texto é social, ou seja, é feita a partir da interpretação, conhecimento e interesses do público alvo.

A proximidade do TF e do TT, conforme Nord (2005; 2016), no processo tradutório corrobora o entendimento de que o texto turístico tende a enfatizar a transmissão das características culturais da atração que descreve. Ao mesmo tempo considera também as características culturais do contexto alvo a fim de aproximar este último do primeiro.

Segundo Bakhtin (2002) e Koch (2017a; 2017b), o uso da língua ocorre em forma de enunciados orais e escritos. Os gêneros do discurso são, nesse sentido, enunciados elaborados pela língua, podendo ser mais ou menos estáveis, visto que estão em constante mudança e evolução, ou readequação a novos contextos sociais e culturais. Cada área de conhecimento possui inúmeros gêneros que, por sua vez, possuem características específicas determinadas por aspectos sintáticos, lexicais, estruturais, temáticos, operadores argumentativos. Portanto, textos turísticos não são simplesmente um produto final da equipe de *marketing*, visto que se dirigem ao leitor final/turista de modo a envolvê-lo pela descrição e convencê-lo sobre a necessidade de viajar até o local descrito.

Perton (2010) afirma que os textos turísticos podem ser anúncios publicitários ou guias turísticos (folhetos, folders, revistas de turismo). No primeiro caso, a função textual é a comercialização e promoção de uma imagem, enquanto a função textual dos guias é informativa, descritiva e persuasiva. Como possuem características próprias, os textos se encaixam nos gêneros compostos, pois segundo Bahktin (2002) são ofertas informativas motivadas por um convívio cultural complexo e relativamente desenvolvido e organizado. Já as revistas, prezam por um tom e estilo mais intimista, direto, detalhista, dirigido ao leitor quase que de forma individual, isto é, a revista turística fala diretamente com o leitor final, aproxima-se mais dele. Mesmo assim, a linguagem do turismo é técnica e reúne, segundo Bugnot (2005) e Perton (2010), vários sistemas de signos, além das características lexicais e visuais.

3.1 A LINGUAGEM NA CONSTRUÇÃO DO TEXTO TURÍSTICO

Em se tratando de textos turísticos, podemos ressaltar algumas características gerais, independente do formato (folheto, folder, revista, propaganda). Estes textos são prioritariamente informativos, descritivos e persuasivos; para tanto, é necessário atentarmos para o uso de vocativos, imperativos, adjetivos e frases geralmente assertivas.

Os textos turísticos são definidos pelo autor, tema, campo do turismo, recursos linguísticos e estilísticos específicos e, inevitavelmente, pelo perfil do leitor alvo (BUGNOT, 2005). Segundo o autor, aproximando-se de Nord (2016) e Vermeer (1986), a análise desse gênero textual está diretamente ligada ao seu propósito que é influenciar, persuadir, convencer o leitor de que este é um turista em potencial e criar nele a necessidade de viajar e conhecer os lugares descritos pelo texto. Por essa razão, também há muito de denotação e conotação na linguagem, a fim de criar uma oferta informativa seletiva e ligada às emoções. Outras características do texto turístico são a concisão e precisão, bem como o uso de acrônimos, univocidade e abreviações, metáforas, palavras chaves para instigar a imaginação, humor para chamar atenção do leitor com jogo de palavras, o uso do *languaging* e o *ego-targeting*⁶, técnica utilizada para fazer com que o leitor se sinta mais especial, com um tratamento que parece diferenciado e direcionado para ele (BUGNOT, 2005; ROSENBERGER, 2013; PERTON, 2010).

Segundo Rosenberger (2013), esta é a razão de o vocabulário da produção textual na área do turismo ser ampla, contemplando áreas de conhecimento como história, arte, cultura, gastronomia, hotelaria, arquitetura, economia e direito. O autor constata, ainda, que é preciso empregar linguagem técnica, tornando essa parte do campo de atuação da tradução especializada, exercendo a função informativa e apelativa junto ao leitor (ROSENBERGER, 2013; PERTON, 2010). Perton (2010) define linguagem técnica como um conjunto de termos específicos que articula uma troca de informações, transmissão de conhecimentos e ocorre para fins sociais, em

⁶*Languaging* é o método utilizado pelo autor do texto em introduzir palavras de um idioma diferente para demonstrar maior conhecimento do destino turístico. O *ego-targeting* é a forma como o autor vai orientar o texto para se dirigir ao leitor para ele sentir-se especial, usando o ego para persuadi-lo. (PERTON, 2010, p.18).

um sistema de comunicação que visa persuadir o leitor, omitindo argumentos que se oponham a argumentos favoráveis. Desse modo, os textos turísticos são textos instrumentais, ou seja, movem o leitor para comprar o produto descrito (PERTON, 2010). Conforme observa Bugnot (2005), um fator apelativo favorável ao texto turístico é sua forma de distribuição, na maioria das vezes, gratuita no formato *folders*, *flyers* ou *pocket books*.

Carregada de conotações, a linguagem turística precisa sempre enaltecer seu produto e provocar sentimentos agradáveis ao leitor. Seja em um texto traduzido ou não, isso ocorre através do uso de substantivos, termos específicos da área, adjetivos e verbos que despertem curiosidade e movimento. Conforme Muñoz (2012, p. 109)⁷, “o tradutor da área do turismo deve seguir estes traços para oferecer uma linguagem positiva e eufemística, a fim de conseguir os mesmos efeitos em seu produto final”.

Nesse sentido, a singularidade da linguagem turística é sua heterogeneidade e integração com diversas outras linguagens, a fim de reinventar a realidade com o propósito de mostrar o local da melhor forma possível, apresentando exclusividade e diversão ao leitor alvo (SÁNCHEZ, 2011). O autor menciona ainda um último item a ser considerado na produção textual para o leitor de LE e que está, também, intimamente ligada às escolhas lexicais: cultura, ou mais precisamente, elementos culturais que, muitas vezes, são particulares de um contexto social e histórico e que, portanto, inexistem em outros grupos sociais, tais como descrição de costumes, locais históricos e gastronomia.

Giracca (2013) aborda, neste contexto, os *culturemas*, ou seja, fenômenos de uma cultura inexistentes em outra, mas que precisam existir no texto traduzido, representativos que são da localidade e identidade do local que descrevem. Isso, sem que o texto perca suas características e funcionalidades específicas: informações diferenciadas sobre atrativos naturais e histórico/culturais; acesso à locais específicos; infraestrutura básica e complementar e posicionamento geográfico por exemplo, sempre acessível em diferentes idiomas. No item a seguir, abordamos, com mais detalhe, cultura e *culturemas*.

⁷El traductor debe seguir estos rasgos léxicos y sintácticos para ofrecer un lenguaje positivo y eufemístico que se utiliza en el discurso turístico, a fin de conseguir los mismos efectos en su producto final (MUÑOZ, 2012, p.109 – *tradução da autora deste estudo*).

3.2 UM POUCO SOBRE CULTUREMAS

Antes de definirmos culturemas, um dos focos deste estudo, é necessário buscar uma definição de cultura. Para tanto, nos guiamos pela definição do antropólogo americano Ward Goodenough, citada por Mary Snell-Hornby (1988):

No sentido antropológico, cultura é um conceito-chave para a interpretação da vida em sociedade, um conjunto de regras que nos diz como o mundo pode e deve ser classificado. Isso não significa hierarquizar o termo 'civilização', apenas indica o modo, o sistema de vida de um grupo, seja um país ou indivíduo, uma espécie de "código genético" de cada grupo social, uma marca pessoal, através da qual as pessoas de um dado grupo pensam, classificam, estudam, modificam e influenciam o seu próprio sistema e os outros (1988, p.39-40).

Na fala de Goodenough percebemos que cultura é um conceito amplo que envolve o modo como as pessoas entendem, sentem e se relacionam com o mundo, é o que lhes confere identidade, como indivíduos e como grupo social. A indissociação da cultura com a linguagem é também perceptível, uma vez que o contexto e o conteúdo das situações de comunicação e dos processos de interação possuem normas culturais próprias. Assim, a forma de expressão cultural é encontrada na linguagem e esta, por sua vez, é uma de suas manifestações culturais. Sobre isso Nord (2005, p.24) comenta:

Entendo por "cultura" uma comunidade ou grupo que se diferencia de outras comunidades ou grupos por formas comuns de comportamento e ação. Os espaços culturais, portanto, não coincidem necessariamente com unidades geográficas, linguísticas ou mesmo políticas.

Desse modo, a linguagem significa interação, produção e comunicação intercultural, de acordo com Nord (2005), promovendo trocas, aproximação e também distanciamento entre contextos distintos. Quando emissor e receptor fazem parte da mesma cultura, o caminho para a comunicação e a criação de efeitos de sentido tende a fluir mais facilmente. Porém, quando pertencem a culturas diferentes, essa interação pode exigir mecanismos que facilitem a aproximação, respeitando a singularidade de cada indivíduo. Desse modo, segundo Zipser e Polchlopek (2005), a interculturalidade permite compreender que existem várias leituras ou traduções possíveis para um mesmo texto ou localidade, considerando-

se o ponto de vista do emissor do texto, no caso o tradutor dos textos da revista de turismo que analisamos neste estudo.

Segundo Muñoz (2012), nos textos turísticos, as traduções e referências culturais podem ser um problema, visto que são realidades inexistentes ao público alvo. Essas realidades, juntamente com as características culturais locais (NORD, 2005) são denominadas *culturemas*. Nord, afirma que *culturema* é “um fenômeno social de uma cultura X que é entendido como relevante pelos membros dessa cultura e que comparado com um fenômeno correspondente de uma cultura Y, resulta ser específico da cultura X” (1997, p.34). Os *culturemas*, segundo Giracca vão de encontro à função do tradutor de considerar “esses elementos na hora da tradução, e buscar aproximar tais elementos de uma cultura inexistente à outra, direcionando a tradução para o leitor-meta” (2013, p.37). Junto ao conceito de *culturemas*, Nord (2016; GIRACCA, 2013) define-os como um conceito abstrato, usado para comparar duas culturas que contenham informações além dos elementos verbais, como atos comportamentais e elementos não palpáveis ou visuais. Assim, Giracca (2013), define que:

os elementos culturais estarão presentes em todo contexto que nos rodeia, porém nesse gênero textual em específico, que escolhemos como *corpus* para o nosso trabalho, podemos afirmar que os *culturemas* estarão sempre presentes, de maneira implícita ou explícita (2013, p.37).

Aproximando-se de Nord, Muñoz (2012) explica que nas traduções das referências culturais nos textos turísticos, é comum que a terminologia original se mantenha exatamente como descrita no TF e, assim o TT adquire um caráter exótico, despertando a curiosidade do turista para uma realidade diferente da sua. A autora afirma ainda que, em alguns casos, a tradução é oferecida ou é dada uma breve explicação do termo original, ou pode ser omitida por ser autoexplicativa na cultura alvo. Giracca (2013) exemplifica o processo dizendo que o tradutor deve considerar os elementos culturais na hora da tradução e buscar aproximar elementos da cultura-fonte da realidade da cultura alvo, direcionando a tradução para o leitor final. Assim, portanto, entendemos que o *culturema* define elementos culturais específicos de uma dada cultura, no caso, aspectos do estado do Paraná que devem, na medida do possível, aproximar-se do leitor de LI. Como exemplo de *culturema*, Giracca (2013) cita a Pedreira Paulo Leminski, a qual é mantida como no texto original, sem modificação na hora da tradução e com uma tradução equivalente

do que é e explica que no país do texto de chegada há um local similar ao mencionado. A autora esclarece que essa técnica é utilizada para aproximar o leitor-alvo do TT. Essa técnica ocorre nos textos do *corpus* selecionado, como é no caso do texto da Estação Ecológica da Ilha do Mel, em que o tradutor mantém o texto original na trilha “Caminho do Belo” e logo em seguida traduz para “*Beautiful Trail*”.

3.3 FUNCIONALISMO - TRADUÇÃO - TURISMO

Ao compreendermos a tradução como ação comunicativa contextualizada, compreendemos também a linguagem como produto social (NOBREGA, 2000; BAKHTIN, 2002). Essa concepção implica compreender que seu funcionamento responde à necessidade de interagirmos no processo comunicativo como interlocutores envolvidos nele direta ou indiretamente. Por essa razão, Sobral (2009), aproximando-se de Vermeer (1986), afirma que todo texto é uma prática social carregada de intencionalidade e que surge da interação entre produtor e leitores num processo contínuo de (re)construção de sentidos. Essa perspectiva, compartilhada pela sociolinguística evidencia que a linguagem só se concretiza através da interação social (histórica e cultural) que, na perspectiva de Bakhtin (2002; DELLAGNELO e RIZZATTI, 2009) é dialógica⁸. Essa concepção implica que escrita só tem sentido quando contextualizada, desenvolvendo o que Bakhtin (2002) chama de “atitude responsiva”. No caso do turismo, essa atitude é a motivação e interesse do leitor em visitar e conhecer as atrações descritas na revista em questão.

Assim, o turismo se relaciona com o funcionalismo e a tradução pelo grau de contato linguístico e cruzamento entre culturas, segundo Zipser (2009). Portanto, para um texto turístico alcançar seu propósito, deve seguir certas convenções de gênero a fim de alcançar seu propósito maior: cativar, envolver, convencer e motivar

⁸ O dialogismo é fundado no pensamento participativo, ou seja, todo sujeito e todo sentido é constituído, em sua identidade, num processo vinculado as relações com outros sujeitos e sentidos. Já a interação é, por sua vez, um lugar de “tensões”, a chamada “arena simbólica da linguagem”, base do fato de sermos seres relacionais, afinal o sentido nasce da diferença segundo Sobral (2009, p.7-8).

o leitor de LI a visitar o estado do Paraná, neste caso. Contudo, quando o público alvo não compartilha do mesmo contexto de produção do texto de partida, estratégias de adaptação cultural constituem alternativa possível para aproximar o leitor final do contexto turístico descrito no texto de partida. Assim, recursos sintáticos, lexicais e culturemas podem evocar, para o leitor estrangeiro, sensações que moradores locais conhecem bem.

Define-se, portanto, turismo como "atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros", segundo a Organização Mundial de Turismo (GIRACCA, 2013, p.46). Perton, por outro lado, define esses textos como "todo aquele que uma organização pública ou privada publique e cuja finalidade seja oferecer informação aos potenciais visitantes ou para anunciar ou promover um destino e fomentar as viagens a esse destino" (2010, p.13). Por essa razão, segundo o autor, a tradução no turismo se faz importante pelo fato de que é através dela que um país é conhecido pelo estrangeiro falante de outros idiomas. Além disso, segundo Rosenberger esse gênero textual, "recorre a vocabulário de várias áreas temáticas, tais como a história, arte, cultura, gastronomia, hotelaria, arquitetura, economia e direito" (2013, p. 30). Aproximando-se dos autores, Giracca (2013), complementa que é devido a estas traduções que os pontos turísticos são comercializados:

na área do turismo o produto comercializado é abstrato e imaterial, a necessidade de construir uma imagem do local que se pretende vender ao turista, reforça a importância da elaboração de material publicitário como canal de comunicação para a divulgação das características do produto ofertado (2013, p.51).

No momento da tradução, especificamente de alguns termos, o tradutor deve pensar no leitor e na cultura alvo, além de considerar o fato de que a informação pode conter aspectos verbais e não verbais (GIRACCA, 2013). Assim, a área do turismo ganha uma dimensão própria, utilizando a tradução como ferramenta de mediação linguística e cultural. Segundo Muñoz sem a tradução "a comunicação interlinguística e intercultural entre locais e estrangeiros seria dificultada" (2012, p.104), o que nos leva a pensar no que Nord (2005; 2016) comenta a respeito da necessidade de adequações em tradução, de forma a assegurar a funcionalidade do texto traduzido para o leitor.

4 METODOLOGIA

Nossa pesquisa tem por objetivo gerar conhecimento com base em material autêntico e de interesse local e internacional para o turismo do estado; portanto, segundo Silva e Menezes (2005) pode ser descrita como sendo de ordem prática.

Quanto à abordagem, esta é uma pesquisa qualitativa, visto que o *corpus* envolve a relação turismo-tradutor-turista sobre material autêntico, o qual buscamos analisar a partir de aspectos lexicais e culturais com vistas a delinear o efeito que pode gerar sobre o leitor final, seja brasileiro ou estrangeiro. No que diz respeito aos objetivos, a pesquisa é de ordem exploratória, apresentando levantamento bibliográfico e a descrição e análise do *corpus*. Assim, do ponto de vista técnico, é também uma pesquisa bibliográfica, valendo-se de dissertações e artigos científicos sobre a tradução e suas relações com a área do turismo. Por fim, as etapas da pesquisa envolvem a busca, coleta e definição do material que nos serve como *corpus* de estudo; leitura e análise dos textos quanto às escolhas lexicais, constituição de redes semânticas e aspectos culturais, além da percepção de possíveis efeitos de sentido sobre o público leitor final, seja brasileiro ou estrangeiro.

4.1 ETAPAS DA PESQUISA

Antes de apresentarmos o *corpus* de estudo, convém descrever algumas etapas deste processo de pesquisa. Em um primeiro momento, a proposta deste estudo foi a de comparar textos de revistas, sobre o turismo no estado do Paraná, em LP e LI. Porém, nossa dificuldade foi encontrar material atualizado, isto é, publicações recentes, em agências de turismo. A única revista encontrada foi publicada em 1998 e é a que nos serve de parâmetro para este estudo, descrita no próximo item. A fim de buscar outras possibilidades de material ou mesmo alguma

edição mais recente da revista, entramos em contato com a secretaria do esporte e do turismo Paraná⁹, localizada a R: Alameda Dr. Muricy, 950, no centro de Curitiba.

Em conversa com a diretora técnica Deise Bezerra, pudemos constatar a ausência de materiais recentes sobre regiões turísticas do estado. Segundo a diretora, o material com datação do ano de 2000 para frente está disponível somente em formato multimídia e sites que ou estão disponíveis apenas em LP ou em edições bilíngues português-espanhol e inglês-espanhol. Neste caso, os formatos distintos desses materiais impossibilitaria uma análise mais pontual das escolhas linguísticas e das técnicas tradutórias; essa decisão vai de encontro à proposta funcionalista de Nord (2005; 2016) que advoga a seleção de materiais correlatos para análises linguísticas em tradução.

Não encontramos edições português-inglês (PT-ING). Dentre os materiais disponibilizados na secretaria nos foram cedidas revistas sobre o turismo paranaense em inglês-espanhol e português. Este material não apresenta datação nem indicações sobre a rede hoteleira do estado, para que não haja necessidade de atualizações e, conseqüentemente, gastos com reimpressões.

De todo o material disponibilizado pela secretaria, o que poderia permitir análises linguísticas e culturais é uma edição especial do jornal Gazeta do Povo para a Copa do Mundo de 2014, que teve Curitiba como uma de suas cidades sede. Este material é um livreto bilíngue em PT e ING sobre a região de Curitiba e algumas atrações turísticas do estado do Paraná. No entanto, optamos por não utilizá-lo em razão de apresentar textos mais curtos em relação à revista que nos serve de *corpus*, não constituindo material suficiente para análise, a nosso ver.

Outro material descartado, cedido pela secretaria, foram alguns *folders* sobre regiões turísticas do estado. Neste caso, os textos não enfatizam informações históricas e, portanto, não trazem exemplos suficientes sobre culturemas. Esse material apresenta apenas modalidades de turismo (gastronômico, náutico, de laser, eventos, ecológico-ecoturismo, aventura, religioso) e dicas de atividades para estas áreas. Além disso, os *folders* implicariam mudança no gênero textual, pois a linguagem empregada neste caso é mais objetiva, menos detalhada e descritiva, ou seja, sem elementos suficientes para a análise comparativa proposta para este

⁹ <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/turista-pt/>

estudo. Sendo assim, decidimos manter os textos da revista 'Paraná | Parques e Natureza', descrita no próximo item.

4.2 CORPUS DE PESQUISA

Nosso *corpus* de pesquisa (Anexo 3) é constituído de 10 textos turísticos, sendo 5 em PT e 5 em ING, sobre a Estação Ecológica da Ilha do Mel; o Parque Estadual do Pico do Marumbi; a Área Especial de Interesse Turístico do Marumbi (Serra do Mar); o Parque Estadual de Vila Velha e o Parque Estadual do Guartelá. Os textos são de autoria de Cecília Krüger e traduzidos por Lucia de Almeida e Silva Nascimento e Jeffrey Hoff e as fotos de Denis Ferreira Netto. Estes textos integram a revista 'Paraná | Parques e Natureza', publicada em 1998, como parte da coleção Mares do Sul da editora de mesmo nome e para ser distribuída em feiras da ABAV (Associação Brasileira de Agências de Viagens), cujo objetivo é o de chamar a atenção de turistas estrangeiros para o estado, promovendo estas e outras regiões turísticas do Paraná no exterior.

O *layout* interno da revista apresenta, de forma padronizada, uma foto da atração turística, em grande escala na pagina esquerda e, na direita, o texto em PT na parte superior da folha e a versão em ING logo abaixo. O conteúdo é mais descritivo e apresenta dados históricos como ano de criação dos parques e ferrovias, extensão de terras em hectares, data de fundação de algumas localidades, dimensões em quilômetros para áreas de preservação e altitude de cadeias montanhosas, por exemplo. Assim, portanto, e considerando a natureza destas informações, a revista se mostrou o material mais adequado para análise, considerando os objetivos deste estudo.

4.3 ETAPAS PARA ANÁLISE DOS TEXTOS

No primeiro momento da análise é feita a leitura dos dez textos separadamente, em PT e ING, por localidade turística. Após esta leitura, iniciamos a seleção lexical, analisando-as em cada texto, considerando os adjetivos utilizados

na descrição dessas localidades e que as qualificam para o leitor alvo em ambas as línguas (PT e ING). Em seguida, são avaliadas as palavras que aparecem com mais frequência e que possibilitam a formação da rede semântica, qualificando os atrativos analisados. A última etapa foi a elaboração de uma tabela para a rede semântica, construída com a recorrência dos adjetivos.

Já a última etapa de análise identifica os culturemas de palavras no que é considerado um *corpus* comparável¹⁰, utilizando o quadro de técnicas de tradução (Anexo 2) proposto por Molina (2001) e Giracca (2013).

¹⁰ *Corpus* comparável: textos que são a tradução direta de um TF.

5 ANÁLISE DOS DADOS

5.1 LÉXICO E REDE SEMÂNTICA NO TURISMO DO PARANÁ

Conforme item 2.2, página 18, o léxico tem a função de estabelecer parte do propósito do texto e construir um imaginário para o leitor de LE de forma que suscite neles impressões positivas que os motivem a visitar nosso estado no que se refere à construção de textos turísticos, visto que auxilia o leitor a construir uma imagem do local, associada à seleção de fotografias que compõem o texto ou os trechos referentes a cada atração turística descrita, isto é, regiões do estado do Paraná, no caso do *corpus* de estudo desta pesquisa. Sendo assim, elaboramos e comentamos a seguir duas tabelas que exemplificam o léxico empregado nos textos em PT e em ING sobre os pontos turísticos selecionados para análise.

Conforme a Tabela 1, podemos observar que as escolhas lexicais em LP são compostas prioritariamente por adjetivos valorativos que não só qualificam as atrações descritas, mas também descrevem atributos, enfatizam as características do local que merecem a atenção do leitor e exaltam as marcas individuais e especiais de cada lugar. Dessa maneira, as escolhas lexicais atuam diretamente no processo de construção de sentidos para o leitor de LP, aguçando sua curiosidade e motivando-o para visitar o estado. Por exemplo, as palavras “paraíso”, “lindo”, “majestoso” e “espetáculo” são escolhas semânticas que conferem coesão, denotam sensações agradáveis, convidativas e despertam o interesse pelo local e encantamento dos turistas.

TABELA 1 - ESCOLHAS LEXICAIS – TEXTOS EM PT

Escolhas lexicais - textos em PT	
T1 – Estação Ecológica da Ilha do Mel	<u>Paraíso</u> , ícone, <u>ecológica</u> , <u>secular</u> , <u>luxuriante</u> , inusitadas, surpreendentes [espécies].
T2 – Área Especial de Interesse Turístico do Marumbi	<u>Tombada</u> , primoroso, tesouros, <u>belo</u> , recanto, <u>paraíso</u> , <u>destaque</u> , <u>centenário</u> , [cidade] <u>histórica</u> , orgulhosa, <u>centenárias</u> , rica [arquitetura], [<u>construções</u>] <u>históricas</u> .
T3 – Parque Estadual do Pico do Marumbi	<u>Principal</u> , muito procurado, <u>obrigatório</u> , fascinante, monumento, <u>histórico</u> , <u>importante</u> , <u>lindo</u> , <u>majestoso</u> .
T4 – Parque Estadual de Vila Velha	Curiosas [formações], mágico, símbolo, <u>espetáculo</u> .
T5 – Parque Estadual do Guartelá	<u>espetáculo</u> , suave, atrativo, <u>principais</u> , [ponto] mais visitado, [esculturas] <u>naturais</u> , <u>importante</u> [acervo arqueológico].

Isolando as escolhas lexicais mais recorrentes é possível ainda estabelecer uma rede semântica, isto é, um conjunto de palavras representativas do *corpus*. Para os textos selecionados, a rede se organiza a partir da repetição de uma mesma palavra nos textos ou a partir de palavras distintas que pertençam a um mesmo campo semântico, ou seja, palavras que são unidas por um mesmo sentido. Estas escolhas não são aleatórias, pois incidem sobre o emocional do leitor e suas expectativas enquanto provável turista nas localidades descritas.

TABELA 2 - REDE SEMÂNTICA PT

Rede semântica PT	
Rede semântica predominante	<ul style="list-style-type: none"> • Ecológica / naturais • Secular / tombada/ centenário (3x) / históricas (3x) • Destaque / principal (2x) / importante (2x) / obrigatório • Espetáculo (2x) / belo / lindo / majestoso • Paraíso (2x)

No que diz respeito ao *corpus* de estudo, a seleção lexical envolve a memória afetiva do leitor (“secular; histórica; paraíso”), o desejo de estar em localidades quase que designadas para ele individualmente (“belo; lindo; majestoso, paraíso”), ou ainda seu desejo de aventura, preocupação com o meio ambiente e

gosto pela natureza (“ecológica; naturais”), que possam estar em acordo com seus interesses de viagem.

Outro apelo que percebemos e analisamos nas escolhas lexicais é a recorrência em dizer que tais atrativos e pontos turísticos são “destaque”, “principal”, “importante” e “obrigatório”, atribuindo o sentido de que são locais imperdíveis por seus valores e prestígio, sendo essa imagem formada através do tempo, também envolvido na seleção das palavras. Essas palavras influenciam o leitor alvo a querer estar nesses lugares pelo valor e pertinência que o texto atribuiu a eles.

TABELA 3 - ESCOLHAS LEXICAIS – TEXTOS EM ING

Escolhas lexicais - textos em ING	
T1 – Ilha do Mel Ecological Station	<u>Paradise</u> , icon, <u>ecological</u> , <u>centuries old</u> , <u>rich</u> , unequalled [landscapes], surprising.
T2 – Marumbi Special Area of Tourist Interest	Precious, <u>ecological</u> , <u>beautiful</u> , <u>paradise</u> , <u>highlights</u> , <u>centuries old</u> , <u>rich</u> , <u>historic</u> [buildings].
T3 – Marumbi Peak State Park	Significant, main <u>attraction</u> , <u>stands out</u> , <u>spot much sought</u> , required [route], <u>fascinating</u> , important <u>historic</u> monument, <u>beautiful</u> , <u>majestic</u> .
T4 – Vila Velha State Park	Curious, <u>magic</u> , <u>fascinating</u> , symbol [of Vila Velha], <u>spectacle</u> .
T5 – Guartelá State Park	Principal destinations, strange [forms], <u>spectacle</u> , biggest, <u>attraction</u> , imposing, giant, most visited, <u>natural</u> , <u>highly sought</u> , important [archeological archive].

Na Tabela 3 observamos as escolhas lexicais em inglês, percebendo que está preenchida com adjetivos valorativos; porém os que mais se destacam são os que descrevem sensações e o apreço e relevância das localidades descritas. O uso das palavras “*fascinating*”, “*magic*”, “*paradise*” e “*surprising*” remetem ao encantamento que as atrações podem causar aos visitantes, promovendo a sensação de um lugar mágico e envolvente, enquanto “*precious*” e “*rich*” enfatizam o valor e prestígio locais. Vale ressaltar que “*magic*” e “*paradise*” compõe o título deste trabalho como exemplos de escolhas lexicais recorrentes nos textos do *corpus*.

Comparando as Tabelas 1 e 3, encontramos algumas diferenças nas escolhas lexicais e na mudança de sentido das palavras do português para o inglês. O T3, em inglês, enfatiza a importância e a procura pelo Parque Estadual do Pico do Marumbi. Embora algumas escolhas sejam parecidas como, por exemplo, “principal”

(PT) e “*significant*” (ING), os sinônimos de “*significant*” carregam um grau maior no contexto de importância, além de relacionar a essa palavra “*main attraction*”, “*stands out*”, “*spot much sought*”, “*important historic monument*”, que exaltam o valor do parque, enquanto o texto em PT não enfatiza o mesmo sentido. Já o T5 sobre o Parque Estadual do Guartelá, apresenta a maior diversidade de escolhas lexicais, adicionando as palavras “*biggest*”, “*imposing*” e “*giant*” a descrição da região, atribuindo sentido em relação ao que se encontra no parque, fazendo com que o texto em inglês seja, aparentemente, mais persuasivo.

TABELA 4 - REDE SEMÂNTICA ING

Rede semântica - ING	
Rede semântica predominante	<ul style="list-style-type: none"> • Ecological (2x) / natural • Paradise (2x) / fascinating (2x) / beautiful (2x) / spectacle (2x) • Highlights / stands out / spot much sought / highly sought • Historic (2x) / centuries old (2x) / rich (2x) • Significant / important (2x)

Em relação à rede semântica do ING, na tabela 4 acima, encontramos um apelo maior ao se referir à beleza das atrações e as sensações que causam através de escolhas como “*paradise*”; “*fascinating*”; “*beautiful*” e “*spectacle*”, envolvendo e ativando a sensibilidade e imaginação no leitor. Em comparação à rede semântica do PT (tabela 2), as palavras são quase todas as mesmas, porém nem todas se encontram no mesmo campo semântico. Por exemplo, a palavra “paraíso” foi colocada sozinha por diferir semanticamente das demais como “espetáculo”; “belo”; “lindo” e “majestoso”. Já na tabela em ING, a mesma palavra encontra-se junto à “*fascinating*”; “*beautiful*” e “*spectacle*”, pois não só provocam sensações como têm o mesmo grau de recorrência no texto.

5.2 CULTUREMAS NO TURISMO

Conforme item 3.2, página 25, culturemas são definidos como sendo realidades culturais ou *realia* vinculados a objetos e/ou fenômenos, culturalmente específicos, expostos em textos (oral e/ou escrito) e que não são compartilhados na

cultura do leitor final (GIRACCA, 2013). Em outras palavras, existem em uma cultura, mas não apresentam correspondentes em outra. Ainda segundo a autora, isso não implica que um fenômeno descrito em um texto produzido em inglês não exista para o leitor desse idioma ou que seja exclusivo do leitor de língua portuguesa.

Porém, em se tratando de localidades turísticas tão específicas, como é o caso das regiões do estado do Paraná descritas na revista, é provável que os leitores estrangeiros acessem as informações com certa dificuldade. No que diz respeito a construir uma imagem diferente da que recebem através das fotos que compõem os textos, é provável que não estabeleçam os mesmos vínculos motivadores para visita, se comparado ao que poderia acontecer com um leitor brasileiro. Este pode não ter, necessariamente, muitas informações a respeito do estado do Paraná, mas provavelmente conseguirá estabelecer uma relação de maior proximidade com o texto, por compartilhar da realidade do nosso país social, cultural e/ou historicamente.

A análise dos culturemas presentes no *corpus* compõe as Tabelas 5, 6, 7, 8 e 9, a seguir. Em relação às técnicas de tradução propostas por Giracca (2013, Anexo 1 e 2), os culturemas encontrados no *corpus* são todos referentes a pontos turísticos voltados, prioritariamente, à natureza (praias, parques estaduais, regiões costeiras, serranas). Uma vez identificados, é possível reconhecer algumas técnicas de tradução utilizadas no *corpus*, bem como verificar a recorrência desses procedimentos: i) amplificação e manutenção do texto original; ii) manutenção do texto original; iii) tradução literal; iv) tradução literal e manutenção do texto original; v) calque, isto é, cópia do texto fonte em PT; vi) ampliação linguística; vii) compensação; viii) adaptação; ix) amplificação; x) particularização. Destas, as mais recorrentes são: i) tradução literal e manutenção do texto original (43%); ii) tradução literal (25%) e iii) manutenção do texto original (10%).

TABELA 5 - CULTUREMAS E TÉCNICAS DE TRADUÇÃO – T1

	Culturemas (PT)	Tradução para o ING	Técnica
T1 Estação Ecológica da Ilha do Mel	Mata Atlântica	Atlantic Coastal Forest	Ampliação linguística
	Restinga	Sandy soil “restinga”	Amplificação e manutenção do texto original
	Ilha do Mel	Ilha do Mel	Manutenção do texto original
	Farol das Conchas	Conchas Lighthouse	Tradução literal e manutenção do texto original
	Fortaleza Nossa Senhora dos Prazeres	Nossa Senhora dos Prazeres Fort	Tradução literal e manutenção do texto original
	Gruta das Encantadas	Enchanted Cave	Tradução literal
	Praia do Farol	Farol beach	Tradução literal e manutenção do texto original
	Praia do Forte	Forte beach	Tradução literal e manutenção do texto original
	Praia do Limoeiro	Limoeiro beach	Tradução literal e manutenção do texto original
	Praia do Cedro	Cedro beach	Tradução literal e manutenção do texto original
	Praia Grande	Grande beach	Tradução literal e manutenção do texto original
	Praia do Miguel	Miguel beach	Tradução literal e manutenção do texto original
	Praia do Fora	Fora beach	Tradução literal e manutenção do texto original
	Prainha	Prainha	Manutenção do texto original
	Caminho do Belo	Caminho do Belo (Beautiful Trail)	Amplificação
Caminho da Figueira	Caminho da Figueira (Fig Trail)	Amplificação	
Povoado Encantadas e Prainhas	Village Encantadas and Prainhas	Tradução literal e manutenção do texto original	

No caso da Tabela 5, as estratégias predominantes são a amplificação e a tradução literal/manutenção do texto original. A amplificação, segundo Giracca (2013), insere informações adicionais e paráfrases que não se encontram no TF. A nosso ver, essa técnica facilita a compreensão dos dados sobre o local. Como exemplo da estratégia de tradução literal/manutenção do texto original (43% das ocorrências encontradas na tradução do *corpus*), ressaltamos o Farol das Conchas ou “*Conchas Lighthouse*”, presente na Tabela 5. Esse exemplo compõe o título deste estudo para representar os culturemas. A manutenção da palavra “Conchas” foi analisada por talvez se tivesse sido traduzida para “*Shell*”, formando assim “*Shell Lighthouse*”, pudesse passar a imagem errada do atrativo de um farol construído através de conchas, não apenas o farol histórico conhecido da Ilha do Mel.

Já a tradução literal, transposição palavra-por-palavra do TF para o TT, parece afastar a realidade local e direcionar a imaginação do leitor estrangeiro para uma descrição que mantém a identidade da atração descrita de maneira superficial e aparente. Este é o caso de nomes próprios como Limoeiro *Beach* e Miguel *Beach*. Já a tradução de “Forte” para “*Fort*” e a manutenção de “Nossa Senhora dos Prazeres” mantém a informação de que se trata de uma santa brasileira, enquanto que a amplificação de “Caminho do Belo” para “*Beautiful Trail*” e “Caminho da Figueira” para “*Fig Trail*” oferece uma informação a mais de modo a auxiliar uma melhor compreensão do texto e a construção de uma possível imagem para as trilhas descritas. Ambas as escolhas [“*beautiful*”/“*fig*”] são compartilhadas semanticamente nos dois idiomas, portanto a técnica da amplificação aproxima o leitor alvo da nossa cultura.

TABELA 6 - CULTUREMAS E TÉCNICAS DE TRADUÇÃO – T2

	Culturemas (PT)	Tradução para o ING	Técnica
T2 Área Especial de Interesse Turístico do Marumbi	Área Especial de Interesse Turístico (AEIT) do Marumbi	Marumbi Special Area of Tourist Interest - AEIT	Tradução literal
	Serra do Mar	Serra do Mar coastal mountain range	Amplificação e manutenção do texto original
	Primeiro Planalto	First Plateau	Tradução literal
	Parque do Pico do Marumbi	Marumbi Peak Park	Tradução literal e manutenção do texto original
	Estrada da Graciosa	Graciosa Road	Tradução literal e manutenção do texto original
	Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba	Paranaguá-Curitiba railway	Tradução literal e manutenção do texto original
	Mananciais da Serra	Mountain streams	Tradução literal
	Rio Nhundiaquara	Nhundiaquara River	Tradução literal
	Serra do Mar	Serra do Mar mountains	Amplificação e manutenção do texto original
	Casario colonial	Colonial houses	Cópia / Tradução literal
	Baía de Paranaguá	Paranaguá Bay	Tradução literal e manutenção do texto original
	Matriz de Nossa Senhora do Pilar	Cathedral of Nossa Senhora do Pilar	Tradução literal e manutenção do texto original
	Igreja de São Benedito	Church of São Benedito	Tradução literal e manutenção do texto original

Novamente, na Tabela 6, observamos o predomínio da tradução literal e manutenção do texto original, como forma de não incorrer na perda de sentido e manter a identidade cultural local. Em outras palavras, se traduzíssemos literalmente “Matriz de Nossa Senhora do Pilar”, por exemplo, teríamos “*Church of Our Lady of Pilar*”, distanciando o leitor alvo do TF, visto que a construção de uma imagem para esta igreja seria prejudicada, ao passo que manter “*Cathedral*” explica ao leitor que se trata da principal e mais importante igreja da cidade.

Ao analisarmos a Tabela 6 observamos também uma tradução que causou estranhamento devido à técnica empregada. Trata-se de “casario colonial” para

“colonial houses” que pode ter sido cópia ou apenas equivalência. A cópia, segundo Giracca (2013) é a tradução literal de uma palavra da língua fonte, portanto, seu entendimento depende tanto da interpretação do leitor quanto do tradutor. Em uma pesquisa aleatória feita para a palavra “casario”, encontramos a opção “houses”; porém, o termo ‘casario’ possui um valor semântico e cultural maior do que meramente ‘casa’. O termo traz consigo a imagem, o estilo arquitetônico e a história de um Brasil colonial, ligada aos barões do café, que não encontra em outras culturas, um mesmo termo de valor correspondente ou similar.

TABELA 7 - CULTUREMAS E TÉCNICAS DE TRADUÇÃO – T3

	Culturemas (PT)	Tradução para o ING	Técnica
T3 Parque Estadual do Pico do Marumbi	Parque Estadual Pico do Marumbi	Marumbi Peak State Park	Tradução literal e manutenção do texto original
	Floresta Atlântica	Atlantic Coastal Forest	Ampliação linguística
	Pico do Marumbi (conhecido como Olimpo)	Marumbi Peak (also known as Olimpo)	Tradução literal e manutenção do texto original
	Conjunto Marumbi	Conjunto Marumbi	Manutenção do texto original
	Marumbi	Marumbi	Manutenção do texto original
	Cascata dos Marumbinistas	Marumbinistas Waterfall	Tradução literal e manutenção do texto original
	Estação Ferroviária do Marumbi (originalmente chamada Taquaral)	Marumbi Railroad Station (originally called Taquaral)	Tradução literal e manutenção do texto original
	Marumbinistas	Residents	Particularização
	Ferrovias Paranaguá-Curitiba	Paranaguá-Curitiba railway	Tradução literal e manutenção do texto original

Mais uma vez, a técnica recorrente na Tabela 7 é a tradução literal e manutenção do texto original; contudo, encontramos uma alteração. Ao traduzir “Cascata dos Marumbinistas”, a técnica empregada foi a tradução literal e manutenção do texto original, resultando em “Marumbinistas *Waterfall*”. Entendemos que “cascata” e “*waterfall*” apresentam o mesmo sentido nas duas línguas, não interferindo, portanto, na construção de sentidos e, ao manter “Marumbinistas” no

TT, conserva-se a identidade local, mesmo porque não há uma tradução correspondente para esta palavra na cultura alvo. Entretanto, para a mesma palavra foi aplicada outra técnica, a ‘particularização’ que, segundo Giracca (2013) trata de um termo mais objetivo, ou seja, utiliza uma palavra que deixe mais clara a ideia que deseja ser exposta. Assim, ao traduzir “Marumbinistas” por “Residents” (Anexo 3, *corpus* 3), acreditamos que o tradutor optou por não gerar estranhamento na cultura alvo. Entretanto, a nosso ver o tradutor poderia ter utilizado “local residents”, “Marumbi residents”, ou ainda “Marumbinistas (local residents)” como alternativas para uma tradução mais comunicativa e que se mantivesse mais próxima da identidade local.

TABELA 8 - CULTUREMAS E TÉCNICAS DE TRADUÇÃO – T4

	Culturemas (PT)	Tradução para o ING	Técnica
T4 Parque Estadual de Vila Velha	Parque Estadual de Vila Velha	Vila Velha State Park	Tradução literal e manutenção do texto original
	Formações rochosas (formações areníticas)	Rock formations (sandstone formations)	Tradução literal
	Arenitos de Vila Velha	Sandstone formations of Vila Velha	Amplificação e manutenção do texto original
	(Escultura) a esfinge	(Sculpture) the sphinx	Tradução literal
	(Escultura) o camelo	(Sculpture) the camel	Tradução literal
	(Escultura) a bota	(Sculpture) the boot	Tradução literal
	(Escultura) a cabeça de gorila	(Sculpture) the gorilla head	Tradução literal
	(Escultura) o urso	(Sculpture) the bear	Tradução literal
	(Escultura) os castelos	(Sculpture) the castles	Tradução literal
	(Escultura) a taça	(Sculpture) the goblet	Tradução literal
	Lagoa Dourada	Golden Lagoon	Tradução literal
	Caldeirões do Inferno (crateras circulares, largas e profundas, com água permanente em seu interior)	Caverns called Caldrons of Inferno (large deep circular craters, permanently full of water)	Amplificação e manutenção do texto original

Já na Tabela 8, a técnica que se sobressai é a tradução literal. O uso dessa técnica não interfere na construção de sentidos e nem na imagem que o texto deseja transmitir ao leitor alvo, pois todos os culturemas traduzidos literalmente encontram

um correspondente na LI e, conseqüentemente na cultura alvo. Por exemplo, “formações rochosas” e “formações areníticas” para “*rock formations*” e “*sandstone formations*”, assim como as esculturas com as imagens que formam, todas com nomes de animais e objetos.

Porém, ainda em relação à Tabela 8, nos questionamos a respeito de uma das traduções. Foi utilizada a estratégia de amplificação e manutenção do texto original para “Caldeirões do Inferno (crateras circulares, largas e profundas, com água permanente em seu interior)” traduzido como “*Caverns called Caldrons of Inferno (large deep circular craters, permanently full of water)*”. Neste caso, o tradutor tentou aproximar ao máximo o TF do TT, porém manteve a palavra “inferno” quando poderia ter usado “*hell*”, que implica o mesmo contexto nos dois idiomas e não alteraria o sentido, deixando a leitura do TT mais fluida.

TABELA 9 - CULTUREMAS E TÉCNICAS DE TRADUÇÃO – T5

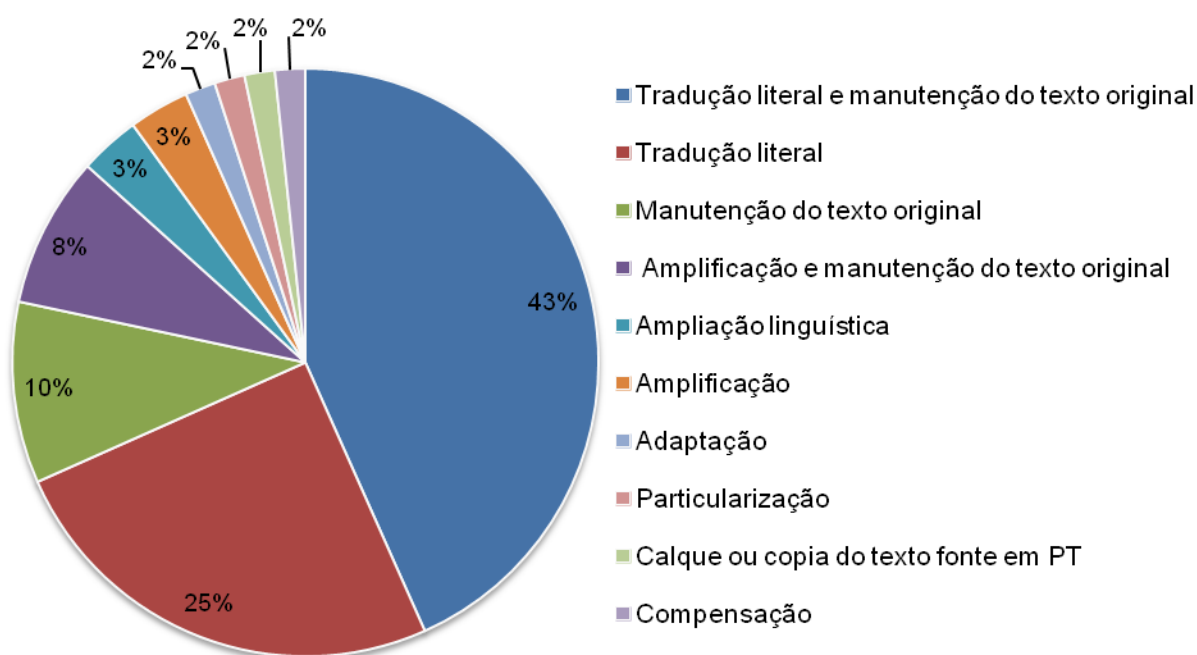
	Culturemas (PT)	Tradução para o ING	Técnica
T5 Parque Estadual do Guartelá	Parque do Guartelá	Guartelá Park	Tradução literal e manutenção do texto original
	Matas	Forest and the Campos Gerais fields	Compensação
	Rio Iapó	Iapó River	Tradução literal e manutenção do texto original
	Guartelá	Guartelá	Manutenção do texto original
	(Cachoeira) do Lajeado	(Waterfall) Lajeado	Tradução literal e manutenção do texto original
	Grutas da Pedra Ume	Caves of Pedra Ume	Tradução literal e manutenção do texto original
	Panela do Sumidouro	Panela do Sumidouro	Manutenção do texto original
	Indígenas	Native Americans	Adaptação
	Pinturas rupestres	Prehistoric drawings	Tradução literal

Por fim, na Tabela 9, temos uma recorrência maior da manutenção do texto original (Guartelá e Panela do Sumidouro) comparando-a com as tabelas anteriores. Mesmo assim, predomina a tradução literal e manutenção do texto original. Destes procedimentos podemos inferir prováveis efeitos de sentido sobre o leitor final estrangeiro, a partir do fato que alguns aproximam o leitor do TT quando há uma

tradução mais literal, por exemplo: “*Enchanted Cave*” (Tabela 5) ou “*Mountain streams*” (Tabela 6). Ainda que as atrações descritas não sejam encontradas nos países da língua alvo, é possível que estabeleçam alguma ideia e vínculo com o lugar descrito, a partir de atrações similares que existam nos países do leitor alvo. Por outro lado, a técnica de adaptação tende a distanciar o leitor estrangeiro, visto que procura encontrar um elemento cultural equivalente na cultura alvo e que pode, não necessariamente, ter o mesmo efeito sobre o leitor final. Como vemos na tabela 9, acima, “indígenas” foi adaptado para “*Native Americans*”, mudando o valor semântico e imagem que “indígenas” traz para nós.

A análise dessas estratégias nos leva, portanto, ao seguinte gráfico:

GRÁFICO 1 - RECORRÊNCIA DAS TÉCNICAS DE TRADUÇÃO



O gráfico acima apresenta a recorrência de todas as técnicas de tradução observadas no *corpus* selecionado. É possível perceber que a estratégia de “tradução literal e manutenção do texto original” é a mais utilizada com 43% de ocorrências, primeiro para aproximar o que é linguisticamente possível para o leitor alvo, por exemplo “*beach*” e manter nomes próprios como “Cedro” e “Grande”, geralmente não traduzidos, e que nomeiam algumas das praias descritas na Ilha do Mel (*corpus* 1).

Em seguida, temos a tradução literal com 25% de recorrência ao longo dos textos analisados, com o propósito de tentar reconstruir o cenário descrito nos textos para o leitor de forma integral, isto é, com palavras de sua própria LM. Por fim, as análises das estratégias revelam a “manutenção do texto original” com 10% de ocorrências quando, de fato, não há como ancorar os referentes locais do estado em LE. Vale ressaltar que as demais estratégias de tradução se concentram na casa dos 2%, caracterizando a tendência para uma interferência mínima do tradutor no TT.

O que podemos afirmar com essa análise é que as escolhas lexicais e as técnicas de tradução empregadas são decisões pessoais do tradutor, com base em sua experiência, em suas leituras, em seu conhecimento pessoal. O que o tradutor provavelmente considerou, em uma época que ainda não oferecia padronizações para o texto turístico, como se conhece atualmente, foi não só conservar a mensagem do TF, mas também construir um efeito desse texto sobre o leitor alvo, de modo a provocar sua motivação, curiosidade e interesse pelas localidades descritas.

Entendemos que escolhas e técnicas tradutórias poderiam ter sido empregadas de outra maneira; no entanto, ao considerarmos o processo tradutório, sempre haverá perdas e ganhos com o resultado final de uma tradução. Traduzir é, afinal, não só uma questão de conhecimento de língua e cultura, mas um processo de tomada de decisões sempre voltado ao leitor final e aos efeitos de sentido que se pretende causar sobre esse leitor seja em LM ou em LE.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar o *corpus*, é possível perceber que a seleção lexical é um dos elementos responsáveis pela articulação interna do texto, pela sua construção informativa. Além disso, a rede semântica constituída pelo conjunto dos textos é, talvez, o elemento mais relevante para a tradução do texto de turismo pelo fato de atuar no imaginário do leitor, provocando sensações, emoções, motivando seu interesse em visitar uma determinada localidade. Somado a isso, a presença dos *culturemas* e as técnicas de tradução tornam possível analisar as escolhas do tradutor. Isso nos leva a compreender que um texto, seja qual for o gênero, não é simplesmente escrito, mas sim produzido, pensado, organizado de forma a produzir no leitor final efeitos de sentido. No caso do turismo, de modo geral, esses efeitos implicam o desejo da aventura, da exploração, do conhecimento. E, convém ressaltar, que as decisões do tradutor devem ser respeitadas e compreendidas como um caminho possível e não o único caminho dentro do processo tradutório.

No que diz respeito à licenciatura em letras, o trabalho com a tradução e os textos turísticos permite oferecer aos alunos meios diferenciados de estudar a LM e a LI. Logicamente o professor deve conduzir as atividades de maneira a escolher textos e adaptar exercícios de acordo com o nível dos alunos e de maneira a fazê-los perceber que a tradução nada mais é do que uma estratégia de leitura diferenciada. Ao analisar o modo como os textos são construídos e articulados, pesquisando a composição do gênero textual e a funcionalidade desses elementos em conjunto, os alunos percebem que a tradução, isto é, a produção escrita, é um processo de comunicação. A compreensão dessa funcionalidade da tradução é o que faz com que o texto de turismo, neste caso, crie vínculos com o leitor final, através da descrição de atrações turísticas que instigam a curiosidade e o imaginário.

No que diz respeito às implicações pedagógicas do gênero textual turismo para o professor de línguas, existe ainda a possibilidade de trabalhar com sequências didáticas, empregando TF e TT e relações de interculturalidade. Esse processo de leitura e análise da produção do texto em LM e de sua tradução é o que sustenta o próprio gênero textual e auxilia o aluno a desenvolver uma consciência de escrita, de leitura e interpretação sobre o texto, diferenciadas. Projetos

interdisciplinares podem envolver disciplinas como geografia, estudar a localização, altitude, longitude, clima; história, analisar e aprender sobre dados e registros históricos das regiões descritas; português com a própria tradução e revisão textual, considerando a linguagem do texto turístico; artes com a diagramação do texto, fonte, cores, fotos; matemática estudando a estatística de turistas visitantes no estado/ região em determinado ano, as alterações entre a nossa moeda e o dólar ou euro, uma vez que todos esses conhecimentos são ativados ao mostrar e recepcionar turistas estrangeiros em nosso país.

Por fim, cabe uma última observação com relação ao *corpus* de estudo, com 20 anos de publicação (1998). Quando começamos a pesquisar se havia revistas de turismo com datação mais recente, fomos informados pela Paraná Turismo, Secretaria Estadual de Esporte e Turismo do estado, de que a demanda e tiragem dessas revistas é baixa e que, por esta razão, não se fazem atualizações nesse tipo de material de divulgação. Segundo a secretaria, as informações contidas na revista que analisamos não se modificam, ou seja, não sofrem alterações de ordem cultural, histórica e/ou geográfica, principalmente, porque não contêm informações de hotéis, endereços e telefones, justificando assim a não reimpressão do material. Porém, conforme demonstrado pelas análises, o processo tradutório pode e deve ser atualizado no que se refere ao conteúdo, especialmente porque as atrações estão em constantes mudanças, os focos turísticos delas e também a língua que está sempre em mutação. No caso do *corpus*, Ilha do Mel não foi traduzida, porém a ilha já é conhecida dos turistas estrangeiros atualmente como *Honey Island*, de 20 anos para cá, passou a ter um enfoque muito mais ecológico e ambiental e também sua geografia se modificou. Em outras palavras, a atualização desses materiais de divulgação, através da revisão de escolhas linguísticas e de estratégias tradutórias, pode não só evidenciar a geografia e cultura locais, como também valorizar a identidade do turismo paranaense, ainda mais pelo fato de ser uma revista divulgada em feiras da ABAV (Associação Brasileira das Agências de Viagem), uma feira que procura promover o país para o mundo.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail M. **Os Gêneros do Discurso**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- BUGNOT, Marie-Ange. **Texto Turístico y Traducción Especializada: Estudio crítico de un corpus español-francés sobre La Costa del Sol (1960 - 2004)**. Málaga/Espanha: Universidade de Málaga, 2005.
- DELLAGNELO, Adriana Kuersten; RIZZATTI, Mary Elizabeth. **Estudos linguísticos II**. Florianópolis: LLE/CCE/UFSC, 2009.
- FIGUEIREDO, Débora e PASQUETTI, Camila. **The discourse of tourism: an analysis of the online article "Best in Travel 2015: Top 10 cities" in its translation to Brazilian Portuguese**. UFSC, 2015.
- GIRACCA, Mirella. **Os culturemas presentes nos folhetos turísticos da Região Sul do Brasil: as técnicas utilizadas pelos tradutores**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Tradução, UFSC, 2005.
- KOCH, Ingedore; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2017.
- KOCH, Ingedore; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e escrever: estratégias de produção textual**. São Paulo: Contexto, 2017.
- MOISES, Massaud. **Dicionário de Termos Literários**. São Paulo: Cultrix, 2004.
- MOLINA, Lucía Matínez. **Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español**. Universitat Autònoma de Barcelona, Departament de Traducció i d'Interpretació. Barcelona, 2001.
- MUNDAY, Jeremy. **Introducing Translation Studies: theories and application**. NY: Routledge, 2002.
- MUÑOZ, Isabel. **Revista de Linguística y Lenguas Aplicadas: Caracterización de la Traducción Turística: Problemas, Dificultades y Posibles Soluciones**. P. 103 – 113, Málaga/ Espanha: Universidade de Málaga, 2012.
- NEVES, Maria Helena de Moura. **A Gramática Funcional**. Martins Fontes: São Paulo, SP, 2004. Coleção: Texto e Linguagem.
- NEWMARK, Peter. **Manual de traducción**. Madrid: Cátedra, 1995.
- NIDA, Eugene. **Linguistic and Ethnology in Translation Problems**. Word, p. 194-208, 1975.
- NOBREGA, Maria Helena da. **Análise funcional de advérbios e adverbiais modalizadores no texto jornalístico**. Tese apresentada a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – USP – São Paulo, 2000.

NORD, Christiane. **Text Analysis in Translation: theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis**. Tradução de Christiane Nord e Penelope Sparrow. Amsterdam – New York: NY, Rodopi, 2nd ed., 2005.

_____. **Análise textual em tradução: bases teóricas, métodos e aplicação didática**. São Paulo: Rafael Copetti Editor, 2016. Tradução e adaptação de Meta Elisabeth Zipser.

_____. **Functionalist Approaches Explained**. St Jerome Publishing, Manchester: UK, 1997.

_____. **Einführung in das funktionale Übersetzen. Am Beispiel von Titeln und Überschriften**. Tübinga: Francke, 1993.

PERTON, Narda. **La Traducción de Textos Turísticos**. Tese de Mestrado de Tradução, Universidade de Utrecht/Holanda, 2010.

POLCHLOPEK, Silvana, ZIPSER, Meta Elisabeth e COSTA, Maria José. **Tradução & Comunicação/ Revista Brasileira de Tradutores: Tradução como Ação Comunicativa: a Perspectiva do Funcionalismo nos Estudos da Tradução**. São Paulo, 2012.

POLCHLOPEK, Silvana. **A Interface Tradução-Jornalismo - Um Estudo dos Condicionantes Culturais e de Verbos Auxiliares Modais em Textos Comparáveis das Revistas Veja e Time**. Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Estudos da Tradução, UFSC, 2005.

PYM, Anthony. **Explorando as teorias da tradução**. 1 ed. São Paulo: Perspectiva, 2017. Tradução de Rodrigo Borges de Faveri, Claudia Borges de Faveri, Juliana Steil.

ROSENBERGER, Ronja. **Turismo e Tradução - A Importância da Tradução na Área do Turismo**. Relatório de Estágio de Mestrado em Tradução, especialização em Tradução de Português e uma Língua Estrangeira (Alemão), Universidade de Coimbra/Portugal, 2013.

REISS, Katharina e VERMEER, Hans J. **Fundamentos para una teoría funcional de la traducción**. Tübingen: Akal Ediciones, 1996. Tradução do alemão de: Sandra Garcia Reina e Celia Martín de León.

REISS, Katharina. **Textyp und Übersetzungsmethode: Der operativ Text**. Heidelberg: Julius Groos Verlag, 1983.

SÁNCHEZ, Teresa M. **Dificultades de Traducción em los Textos Turísticos**. Universidade de Salerno/Itália, 2011.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração da Dissertação**. 4^a ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SNELL-HORNBY, M. **Translation studies: an integrated approach.** Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1988.

SOBRAL, Adail. **Do dialogismo ao gênero: as bases do pensamento do círculo de Bakhtin.** Campinas, SP: Mercado das letras, 2009.

VERMEER, Hans. **Skopos und Translationsauftrag.** Heidelberg: Institute für Übersetzen und Dolmetschen, Universität Heidelberg, 1986.

ZIPSER, Meta Elisabeth; POLCHLOPEK, Silvana Ayub. **Introdução aos estudos de tradução.** Florianópolis: LLE/CCE/UFSC, 2009.

Anexos

Anexo 1 - técnicas tradutórias propostas por Molina (2001):

- Adaptação: substituir um elemento cultural por outro próprio da cultura-meta. Ex.: o rugby pelo futebol. Quer dizer, em um texto que apareça a palavra rugby, um tradutor brasileiro resolve adaptar e trocar a palavra rugby por futebol.
- Ampliação Linguística: agregar elementos linguísticos. Essa técnica normalmente é utilizada em interpretação consecutiva e dublagens. Ex.: Te quiero, por Eu amo você.
- Amplificação: introduzir informações, paráfrases que não estavam presentes no texto de origem. Ex.: torada por espetáculo tradicional espanhol em que se provoca touros bravos.
- Cópia: tradução literal de uma palavra ou sintagma estrangeiro. Ex.: leche descremada por leite desnatado.
- Compensação: introduzir em outro lugar do texto-meta um elemento de informação ou efeito estilístico que não pode ser mantido no mesmo lugar que aparece no texto original. Ex.: vestia nuevos zapatos por calçava sapatos novos.
- Compreensão Linguística: sintetizar elementos linguísticos. Recurso utilizado em tradução simultânea e subtitulação. Ex.: ¿Hola, cómo lo has pasado? por Como vai?
- Criação discursiva: estabelecer uma equivalência passageira, totalmente fora do contexto. Ex.: Hansel e Gretel por João e Maria.
- Descrição: substituir um termo ou expressão pela descrição da sua forma e/ou função. Ex.: nachos por chips crocantes feitos de farinha de milho, saboreados normalmente com guacamole.
- Equivalente inventado: utilizar um termo ou expressão reconhecida pelo dicionário como equivalente na língua meta. Ex.: La media naranja por A cara metade.
- Generalização: utilizar um termo mais amplo, geral. Ex.: sandália de borracha por chinelo havaiana.

- Modulação: mudar o ponto de vista, um foco ou categoria de pensamento em relação ao texto original. Pode ser de ordem léxica e/ou estrutural. Ex.: “Estou grávida” por “vas a ser madre” ou “vas a tener un hijo”, em vez de “estoy embarazada”.
- Particularização: utilizar um termo mais preciso ou concreto. É o oposto da generalização. Ex.: havaiana por sandália de borracha, chinelo.
- Empréstimo: integrar um termo ou palavra da língua exatamente como aparece. Ex.: e-mail para correo eletronico.
- Redução: suprime no texto-meta elementos que estavam presentes no texto original. Pode ser em partes ou completo. Ex.: espetáculo tradicional espanhol em que se provoca touros bravos por toradas.
- Substituição: muda elementos linguísticos por paralinguísticos, ou vice-versa. Ex.: “me puse colorada como un tomate” por “fiquei envergonhada”.
- Tradução literal: traduzir, palavra por palavra, um sintagma ou expressão. Ex.: “Ela olha pela janela” por “Ella mira por la ventana”.
- Transposição: mudar a categoria gramatical. Ex.: “No tardará en llegar” por volta logo.
- Variação: mudar elementos linguísticos ou paralinguísticos que afetam os aspectos da variação linguística. Ex.: Introdução ou mudanças de dialetos, mudanças de entonação etc.

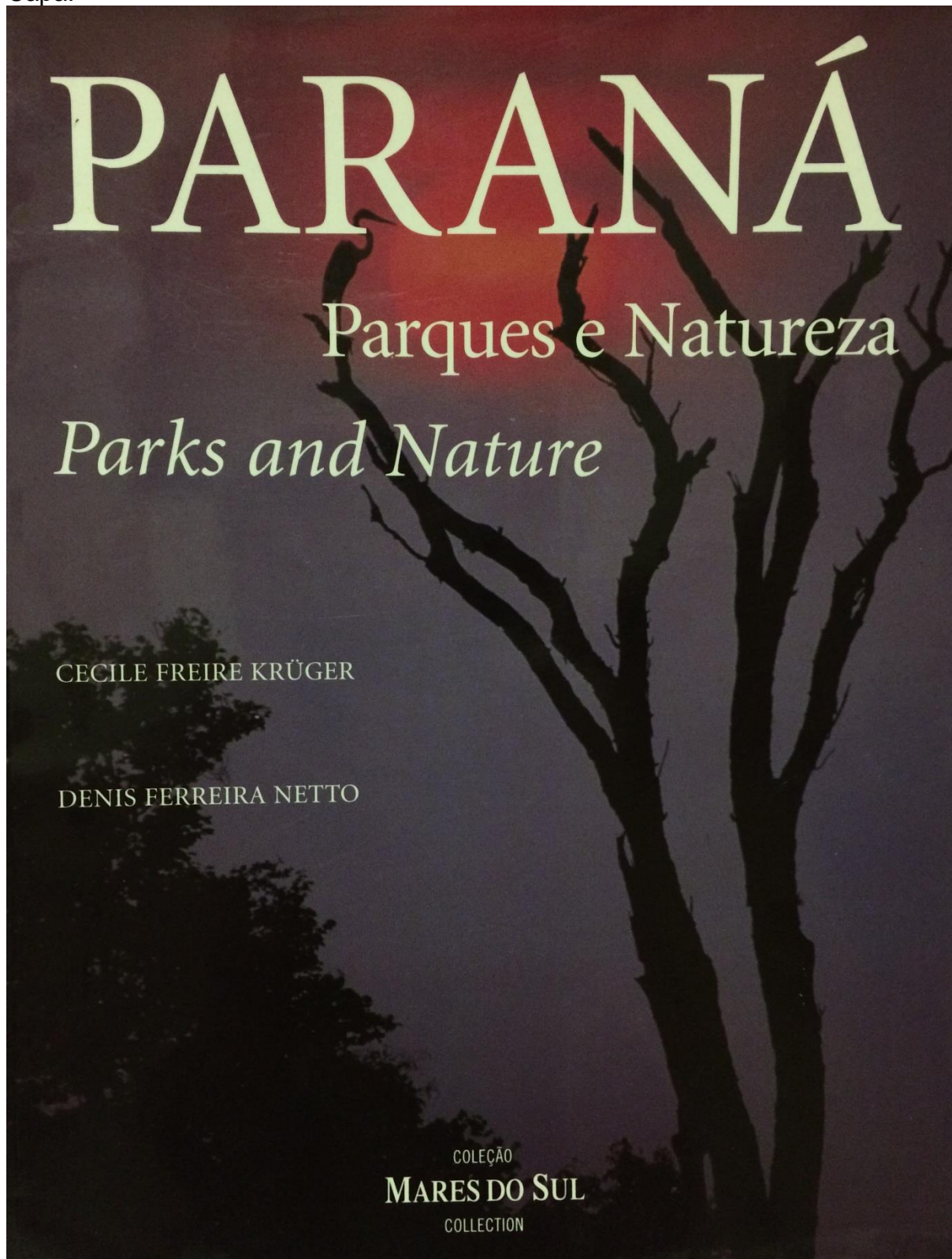
Anexo 2 - Nome das técnicas e os exemplos expostos

Adaptação	rugby > futebol
Ampliação linguística	Te quiero > eu amo você
Amplificação	Torada > espetáculo tradicional espanhol em que se provoca touros bravos
Cópia	Leche descremada > leite desnatado
Compensação	Vestia nuevos zapatos. > Calçava sapatos novos.
Compreensão linguística	¿Hola, cómo has pasado? > Como vai?
Criação discursiva	Hansel e Gretel > João e Maria
Descrição	Nachos > chips crocantes feitos de farinha de milho, saboreado normalmente com guacamole
Equivalente inventado	La media naranja > cara metade
Generalização	Sandália de borracha, chinelo > havaianas
Modulação	Estou grávida. > Vas a ser madre. (ou Vas a tener un hijo), em vez de Estoy embarazada.
Particularização	Havaianas > sandália de borracha, chinelo
Empréstimo	e-mail > correo eletronico
Redução	Espectáculo tradicional espanhol em que se provoca touros bravos > toradas
Substituição	Me puse colorada como un tomate. > Fiquei envergonhada.
Tradução Literal	Ela olha pela janela. > Ella mira por la ventana.
Transposição	No tardará en llegar. > Volta logo.
Variação	Introdução ou mudanças de dialetos, mudanças de entonação etc.

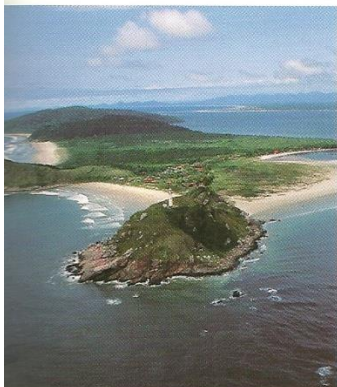
Anexo 3

Revista Paraná | Parques e Natureza, publicada em 1998, coleção Mares do Sul, editora de mesmo nome.

Capa:



Corpus de análise 1:



Uma Estação Ecológica de 2.240 hectares ocupa quase toda a Ilha do Mel. Para possibilitar a regularização fundiária, a padronização arquitetônica e outras medidas que garantirão o desenvolvimento do ecoturismo e melhor qualidade de vida aos seus habitantes, foi criado um plano de gestão para a ilha, com entrada de turistas controlada.

An Ecological Station of 2,240 hectares occupies almost all of Ilha do Mel. In order to organize land use, architectural styles and other measures that guarantee the development of eco-tourism and better living conditions for its residents, a management plan was created for the island, with the entrance of tourists being controlled.

ESTAÇÃO ECOLÓGICA DA ILHA DO MEL

Com 95% de sua área composta pela Mata Atlântica e ecossistemas de restinga, a Ilha do Mel é um paraíso cercado de mar, um ícone do ecoturismo paranaense. Transformada em Estação Ecológica em 1982, fica na região central do litoral, a 2,5 milhas de Pontal do Sul e a 15 milhas de Paranaguá. Apesar das suas reduzidas dimensões – 27,62 Km² -, possui inúmeros atrativos ecológicos e históricos.

Piscinas naturais, praias de areia branca e construções antigas atraem tanta gente que tornou-se necessária a regulamentação do número de visitantes. Hoje, locais como o secular Farol das Conchas, a Fortaleza Nossa Senhora dos Prazeres e a Gruta das Encantadas podem ser melhor observados e preservados. Construída entre 1767 e 1770, a fortaleza virou centro de eventos, pesquisa e educação ambiental, enquanto a gruta, uma caverna erodida pelas águas, que só pode ser visitada durante a maré baixa, teve preservadas suas formações naturais.

As praias se sucedem no circular da ilha, separadas por costões e encostas cobertas de luxuriante vegetação. Entre elas, destacam-se a do Farol – a mais extensa, com 4 Km - do Forte, do Limoeiro, do Cedro, Grande, do Miguel, de Fora e Prainha. Trilhas como o Caminho do Belo e o Caminho da Figueira desvendam paisagens inusitadas e surpreendentes espécies vegetais e animais.

Encantadas ou Prainhas é o maior povoado da ilha, e juntamente com Nova Brasília, Farol e Forte, agrupa a maior parte dos moradores.

ILHA DO MEL ECOLOGICAL STATION

With 95% of its area composed of Atlantic Coastal Forest and the sandy soil "restinga" ecosystems, Ilha do Mel is a paradise surrounded by sea, an icon of Parana's eco-tourism. Transformed into an Ecological Station in 1982, it is located in the central coastal region 2.5 miles from Pontal do Sul and 15 miles from Paranaguá. Despite its small size - 27.62 Km² - it has many ecological and historic attractions.

There are natural pools, white sand beaches and ancient constructions that attract so many people that restrictions on the number of visitors were required. Today, locations such as the centuries old Conchas Lighthouse, the Nossa Senhora dos Prazeres Fort and the Enchanted Cave, can be better seen and preserved. Built between 1767 and 1770, the fort became a center for events, research and environmental education. The cave, eroded by the waters, only can be visited during low tide, and has had its natural formations preserved.

The beaches around the island are separated by rocky coasts and inlets covered by rich vegetation. Among them stands out Farol – the largest beach at 4 Km long - and Forte, Limoeiro, Cedro, Grande, Miguel, Fora and Prainha Beaches. Trails such as the Caminho do Belo or the Beautiful Trail and Caminho da Figueira or the Fig Trail, reveal unequalled landscapes and surprising species of plants and animals.

Encantadas or Prainhas is the largest village on the island, and together with Nova Brasília, Farol and Forte it comprises the majority of the residents.

Corpus de análise 2:

**Estrada de Ferro
Paranaguá - Curitiba**

Com uma extensão de 110 Km, a estrada de ferro que liga Curitiba a Paranaguá é considerada uma obra-prima da engenharia. Com mais de um século de existência, a ferrovia apresenta 420 preciosidades técnicas e arquitetônicas, entre elas 13 túneis, 30 pontes e vários viadutos. Destacam-se a Ponte São João, localizada a 55 metros de altura, e o Viaduto Carvalho, ligado ao Túnel do Rochedo. Assentada sobre cinco pilares de alvenaria, na encosta da própria rocha, a passagem sobre o viaduto provoca a incrível sensação de uma viagem no espaço.

**Paranaguá - Curitiba
Railway**

The 110 Km long railway that links Curitiba to Paranaguá is considered a masterpiece of engineering. More than a century old, the railroad offers 420 technical and architectural specialties including 13 tunnels, 30 bridges and various viaducts. Among the stand outs are the São João Bridge, 55 meters high, and the Carvalho Viaduct, linked to the Rochedo Tunnel. Built on five cement columns over the rock slope, a passage over the viaduct provokes the incredible sensation of a trip through space.

**ÁREA ESPECIAL DE INTERESSE
TURÍSTICO DO MARUMBI**

Ocupando 66.732 hectares, a Área Especial de Interesse Turístico (AEIT) do Marumbi compreende grande parte da Serra do Mar - tombada desde 1986 pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Estado - e uma pequena porção oriental do Primeiro Planalto. Toda esta área abriga um primoroso conjunto de tesouros ecológicos, e a AEIT foi criada para disciplinar a ocupação do solo, proteger os recursos naturais renováveis e preservar a Natureza deste belo recanto paranaense.

O Parque do Pico do Marumbi - paraíso dos alpinistas - é um dos destaques da região, que inclui também a Estrada da Graciosa - construída no século passado - e a Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba, com seus túneis e viadutos centenários, verdadeiras obras-primas da engenharia. Os Mananciais da Serra e as cidades de Morretes e Antonina, situadas no litoral, complementam o acervo da AEIT de Marumbi.

Morretes, cidade histórica fundada em 1721, repousa às margens do Rio Nhundiaquara, ao pé da Serra do Mar, orgulhosa em seu casario colonial e suas igrejas centenárias. Perto dali, Antonina debruça-se sobre a Baía de Paranaguá, a rica arquitetura barroca e colonial valorizando construções históricas como a Matriz de Nossa Senhora do Pilar e a Igreja de São Benedito.

**MARUMBI SPECIAL AREA
OF TOURIST INTEREST**

Occupying 66,732 hectares, the Marumbi Special Area of Tourist Interest - AEIT - comprises a large part of the Serra do Mar coastal mountain range - protected since 1986 by the state Historic and Artistic Heritage agency - and a small eastern portion of the First Plateau. The entire area includes a precious group of ecological treasures, and the AEIT was created to organize land use, protect the renewable natural resources and preserve Nature in this beautiful portion of Paraná.

The Marumbi Peak Park - a paradise for mountain climbers - is one of the highlights of the region, which also includes the Graciosa Road, built in the last century, and the Paranaguá-Curitiba railway, with its centuries old tunnels and viaducts, truly fine works of engineering. The mountain streams and the cities of Morretes and Antonina, situated on the coast, complement the highlights of the Marumbi AEIT.

Morretes, a historic city founded in 1721 resting on the banks of the Nhundiaquara River at the foot of the Serra do Mar mountains, is proud of its colonial houses and age old churches. Nearby, Antonina sits along the Paranaguá Bay, with rich baroque and colonial architecture in historic buildings such as the Cathedral of Nossa Senhora do Pilar and the Church of São Benedito.

PARQUE ESTADUAL DO PICO DO MARUMBI

Criado em 1990, o Parque Estadual do Pico do Marumbi possui 2.342 hectares e resguarda aspectos significativos da Floresta Atlântica. Tem como ponto principal o Pico do Marumbi, também conhecido como Olimpo, escalado pela primeira vez em 1879.

Na cadeia de montanhas denominadas Conjunto Marumbi, o pico se destaca por sua altura. Com 1.547 metros, é um ponto muito procurado para a prática do montanhismo, proporcionando escaladas em todas as modalidades e graus de dificuldades. No caminho obrigatório daqueles que seguem para o Marumbi, o visitante se depara com um quadro fascinante: a Cascata dos Marumbinistas, uma queda d'água quase vertical e com uma altura de aproximadamente 50 metros.

Outro monumento histórico importante no parque é a Estação Ferroviária do Marumbi. Originalmente chamada de Taquaral, foi construída em madeira no ano de 1913. Com o objetivo de embelezar a ferrovia, no ano de 1941, foi construído o atual edifício, no lado oposto da ferrovia. A mudança foi motivada por um abaixo-assinado dos marumbinistas, que justificaram o pedido: "a fim de que a respectiva plataforma não fique exposta às freqüentes chuvas e ventos, e também para que melhor se possa apreciar o panorama mais lindo da ferrovia Paranaguá-Curitiba, além do majestoso conjunto granítico do nosso Marumbi".

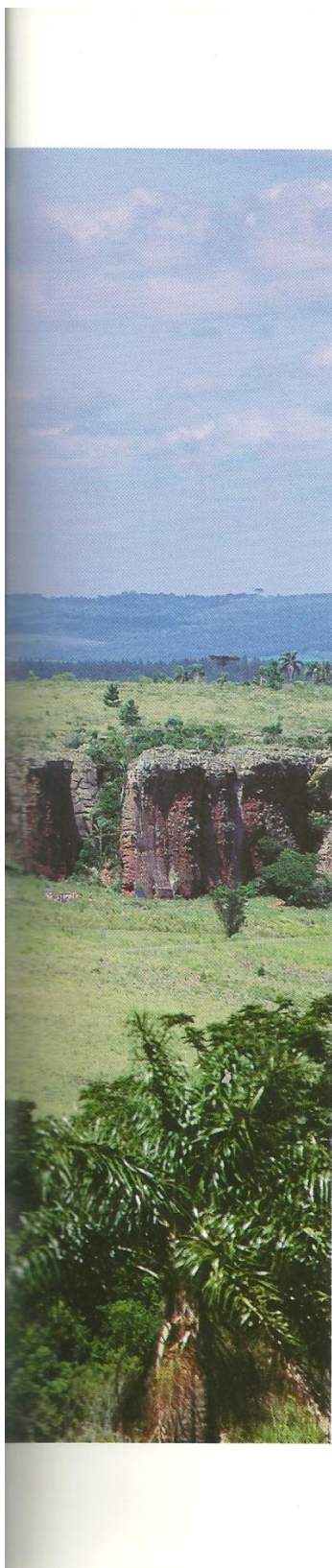
MARUMBI PEAK STATE PARK

Created in 1990, the Marumbi Peak State Park has 2,342 hectares and preserves significant portions of the Atlantic Coastal Forest. The main attraction is Marumbi Peak, also known as Olimpo, scaled for the first time in 1879.

Within the mountain chain known as Conjunto Marumbi, the peak stands out because of its height. At 1,547 meters, it is a spot much sought by mountain climbers, offering climbs of all types and degrees of difficulty. On the required route to Marumbi, the visitors find a fascinating scene: the Marumbinistas Waterfall, which is nearly completely vertical and has a drop of approximately 50 meters.

Another important historic monument in the park is the Marumbi Railroad Station. Originally called Taquaral, it was built in wood in 1913. In order to make the station prettier, the current building was constructed in 1941 on the opposite side of the railway line. The change was motivated by a petition from residents who justified their request: "so that the respective platform would not be exposed to the frequent rain and wind and also to improve the most beautiful view along the Paranaguá-Curitiba railway, in addition to the majestic granite rockfaces of our Marumbi".

Corpus de análise 4:



PARQUE ESTADUAL DE VILA VELHA

O Parque Estadual de Vila Velha, distante 90 Km de Curitiba e 10 Km de Ponta Grossa, abriga 23 curiosas formações rochosas, num cenário mágico onde a realidade e a imaginação se confundem.

Estas formações areníticas são resultado do depósito de um grande volume de areia há mais ou menos 300 milhões de anos, quando esta região era coberta por um lençol de gelo. Naquela época, massas geladas se deslocaram, produzindo grande erosão e incorporando toneladas de fragmentos rochosos. Com o degelo, todo esse material foi sendo remodelado pela erosão natural e pelas águas dos riachos da frente glaciária, originando os arenitos de Vila Velha.

Vindas de todos os cantos do Brasil, cerca de 200 mil pessoas visitam o parque anualmente, usando a imaginação para decifrar as esculturas formadas nas pedras. Muitas delas já foram batizadas - a esfinge, o camelo, a bota, a cabeça de gorila, o urso, os castelos e a taça, que se transformou no símbolo de Vila Velha. A visita à gruta próxima aos arenitos completa o espetáculo, com sua pedra suspensa e perfeitamente equilibrada entre duas enormes rochas.

Dentro do parque existem ainda outras atrações, como a Lagoa Dourada e os Caldeirões do Inferno, que são crateras circulares, largas e profundas, com água permanente em seu interior. Numa delas, é possível descer 50 metros e apreciar o canto de milhares de andorinhas que ali se abrigam do sol.

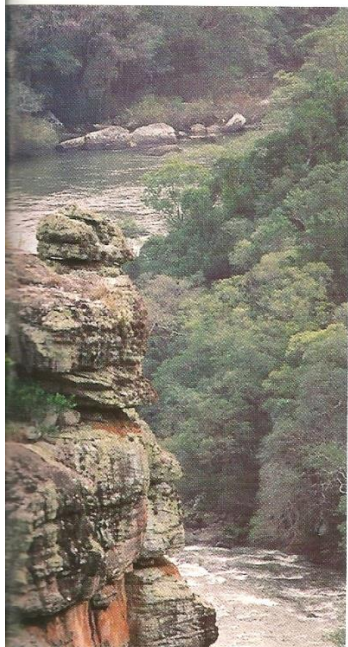
VILA VELHA STATE PARK *The Vila Velha state park, 90 Km from Curitiba and 10 Km from Ponta Grossa, has 23 curious rock formations, in a magic scenery where reality and imagination mix.*

The natural process that originated Vila Velha is fascinating: the sandstone formations are the result of a large sand deposit that is some 300 million years old, from a time when the region was covered by a layer of ice. In that period ice masses shifted causing tremendous erosion. They melted with large rock fragments. As it thawed, this material was reworked by natural erosion and by the waters of the streams on the glacial front, originating the sandstone formations of Vila Velha.

Coming from all corners of Brazil, nearly 200,000 people visit the park each year, using their imagination to decipher the sculptures formed in the rock. Many of them were given names - the sphinx, the camel, the boot, the gorilla head, the bear, the castles and the goblet, which became the symbol of Vila Velha. A visit to the cave near the sandstone formations completes the spectacle, with its hanging rock, perfectly balanced between two enormous stones.

Within the park are still other attractions, such as the Golden Lagoon and the caverns called the Caldrons of Inferno. These are large deep circular craters, permanently full of water. In one of them it is possible to descend 50 meters and enjoy the singing of thousands of swallows which seek shelter there from the sun.

Corpus de análise 5:



PARQUE ESTADUAL DO GUARTELÁ

Criado em 1992, o Parque do Guartelá possui 5.235 hectares e é um dos principais destinos do ecoturismo nacional. Observar o nascer do sol, lentamente rompendo a névoa que cobre as matas, é uma daquelas lembranças que ficam para sempre na memória. Aos poucos, surgem da bruma as copas dos pinheiros centenários, em seguida os capões da mata ainda virgem e estranhas formas de rochas. As duas montanhas vão se materializando lentamente, separadas pelo leito tortuoso do Rio Iapó. Um espetáculo complementado pelo canto dos pássaros e pela brisa suave que varre o cenário.

Mas o maior atrativo do Guartelá é o cânion – considerado o sexto maior do mundo, com 32 Km de extensão - e as cachoeiras que caem de suas paredes. Uma das principais é a do Lajeado, com uma altura de 200 metros. A gigantesca cachoeira e a ponte construída na pedra pela força da água formam o ponto mais visitado pelos turistas. As grutas da Pedra Ume e da Panela do Sumidouro, além das esculturas naturais areníticas, também são muito procuradas.

A formação geológica do Guartelá possui mais de 400 milhões de anos. A origem do nome é a antiga expressão "Guarda-te-lá, que aqui bem fico", usada pelos pioneiros para se prevenir dos ataques indígenas. As pinturas rupestres encontradas nas rochas mostram marcas das tribos que por ali passaram há pelo menos dois mil anos, e formam importante acervo arqueológico.

GUARTELÁ STATE PARK *Created in 1992 to protect the local ecosystem, Guartelá Park*

has 5,235 hectares and is one of the principal destinations of eco-tourism in the country. To watch the sun rise, slowly breaking the fog that covers the forest and the Campos Gerais fields, is one of those memories that always stay with us. Little by little, the centuries old pine trees emerge from the mist above the forest canopy, followed by the top of the still virgin forest and the strange forms of sandstone rocks. The two mountains slowly take shape, separated by the tortured bed of the Iapó River. This is a spectacle complemented by the songs of birds and the soft breeze that sweeps the scenery.

But the biggest attraction of Guartelá is the imposing canyon - considered the sixth largest in the world, 32 Km long - and the waterfalls that drop from its walls. One of the principal ones is called Lajeado, which drops from a height of 200 meters. The giant waterfall and bridge built in the stone by the force of the water form the point most visited by tourists. The caves of Pedra Ume and Panela do Sumidouro, in addition to the natural sandstone sculptures, are other highly sought attractions.

The geological formation of Guartelá dates to the Paleozoic Era more than 400 million years ago. The origin of the name is "Guarda-te-lá, que aqui bem fico", (You stay there cause I'm OK here). This was a message communicated between the pioneers to prevent attacks by the Native Americans. The prehistoric drawings found on the rocks show marks of tribes that passed there at least two thousand years ago and form an important archeological archive.