

TERMINOLOGIA TURÍSTICA EM TEXTOS PROMOCIONAIS

Adonay Custódia dos Santos Moreira*

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar o estado atual da investigação em Portugal acerca da terminologia do turismo e enquadrar o nosso trabalho no âmbito dos estudos e recursos linguísticos existentes. Pretende-se ainda analisar a terminologia que consta numa base de dados terminológica do turismo, que contém 1110 termos em português e 1547 traduções em inglês. Esta base de dados foi constituída a partir de textos turísticos de carácter promocional recolhidos em brochuras, guias e sites das Regiões de Turismo, Agências Regionais de Promoção Turística (ARPTs) e Direções Regionais de Turismo (DRTs) das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.

Palavras-chave: Terminologia. Turismo. Marketing turístico. Tradução técnica.

TOURISM TERMINOLOGY IN PROMOTIONAL TEXTS

Abstract

The main objective of this article is to present the current state of research on tourism terminology in Portugal, and to frame our work within existing research and linguistic resources. Moreover, this study examines the terminology contained in a bilingual term bank (Portuguese-English) in the subject area of tourism. This term bank, with 1110 Portuguese terms and 1547 English-translated terms, was compiled from tourist advertising material sourced from Portuguese Tourism Regions, Regional Tourism Boards and Regional Tourism Promotion Agencies.

Keywords: Terminology. Tourism. Tourism marketing. Technical translation.

TERMINOLOGIA TURÍSTICA EN TEXTOS PROMOCIONALES

Resumen

El objetivo de este trabajo es presentar el estado actual de la investigación en Portugal acerca de la terminología turismo y la elaboración de nuestro trabajo en el contexto de los recursos de investigación y de lenguaje existentes. También tiene como objetivo analizar la terminología contenida en una base de datos terminológica de turismo, que contiene 1110 palabras en portugués y en 1547 traducciones al inglés. Esta base de datos fue creada por el carácter promocional de los textos turísticos recogidos en folletos, guías y sitios web de Turismo Regiones, Agencias Regionales para la Promoción del Turismo (ARPTs) y llegar Regional de Turismo (DRT) de las regiones autónomas de Madeira y las Azores.

Palabras clave: Terminología. Turismo. Marketing turístico. Traducción técnica.



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-Não
Comercial-Sem Derivações 4.0 Internacional

* Doutora em Tradução pela Universidade de Vigo (2010) e mestre em Estudos Anglo-Americanos pela Universidade de Coimbra (1998). É professora-adjunta na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria, onde leciona desde 1995. Integra o centro de investigação CICS.NOVA.IPLeia (Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais). Endereço: Morro do Lena - Alto do Vieiro, 2411-901 Leiria, Portugal. [adonay@ipleiria.pt]

1 INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo tornou-se numa das indústrias mundiais com maior crescimento e o seu volume de negócios equivale ou ultrapassa mesmo o das exportações de petróleo, produtos alimentares ou automóveis (UNWTO, 1974). Representa um papel importante nas atividades económicas mundiais, apesar da crise económica dos últimos anos. Ainda de acordo com a OMT, prevê-se para a indústria global do turismo uma taxa de crescimento de 4,1% até 2020 (UNWTO, 1974).

Em Portugal, o turismo é também uma atividade económica que produz ganhos significativos. De acordo com as orientações do “Plano Estratégico Nacional do Turismo” (MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO, 2007), o turismo é um dos principais setores da economia portuguesa cuja importância económica tem vindo a aumentar.

Neste plano estratégico, no âmbito da promoção do destino “Portugal”, confere-se particular importância ao canal *Internet* e propõe-se a atualização de conteúdos turísticos em guias e brochuras, sendo que as brochuras poderão ser disponibilizadas *online* (MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO, 2007, p. 127). Deste modo, assiste-se ao reforço destes meios de comunicação, nomeadamente através da criação de *sites* e brochuras multilíngues.

Embora a importância económica do turismo em Portugal tenha vindo a crescer, pouca atenção tem sido dada aos textos responsáveis por este contacto linguístico-cultural. De igual modo, apesar da consolidação dos estudos em terminologia e da crescente criação de bases de dados terminológicas¹, o estudo da terminologia do turismo, no nosso país, é praticamente inexistente.

Neste contexto, desenvolvemos uma base de dados terminológica do turismo, incluída na *Terroteca - Banco de Datos Terminológico da Universidade de Vigo*, disponível em <http://sli.uvigo.es/terroteca/> (GÓMEZ CLEMENTE; GÓMEZ GUINOVART, 2006).

¹ A título de exemplo, vejam-se alguns dos projetos de investigação baseados em *corpora* desenvolvidos pelo Instituto de Linguística Teórica e Computacional - ILTEC (ILTEC, 1988), pelo Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa - CLUNL (CLUNL, 2007), pelo Instituto Camões (MARRAFA, P. et al., 2010), pela *Linguateca* (FUNDAÇÃO PARA A COMPUTAÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL, 2000) e pelo Centro de Linguística da Universidade de Lisboa - CLUL (CLUL, 2010).

O *corpus* em que se baseia a base de dados consiste em textos provenientes de brochuras, guias e *sites* das Regiões de Turismo, Agências Regionais de Promoção Turística (ARPTs) e Direções Regionais de Turismo (DRTs) das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores. Esta base de dados foi criada com o objetivo de, por um lado, colmatar a escassez de terminologias nesta área do saber; por outro, dar resposta às necessidades reais dos tradutores de textos turísticos de carácter promocional.

As atuais políticas levadas a efeito pelo governo para promoção da marca “Portugal” enquanto destino turístico podem resultar num aumento da produção de materiais traduzidos para diversas línguas.

Encontrar, numa base de dados, as definições para os termos ou os equivalentes adequados noutra língua, auxilia o longo e árduo processo de tradução. A base de dados do turismo pode também ser útil para os profissionais do turismo, obrigados a lidar com uma sociedade cada vez mais multilíngue, ou para aqueles que simplesmente desejam aceder a materiais promocionais existentes.

Para além disso, a terminologia está em constante mutação, através da emergência de novos termos ou da redefinição de termos já existentes, pelo que há necessidade de terminologia mais atualizada.

Este artigo pretende apresentar o estado atual da investigação em Portugal no âmbito da terminologia do turismo, enquadrar o nosso trabalho no âmbito dos estudos e recursos linguísticos existentes e, por último, analisar a terminologia que consta da base de dados terminológica do turismo.

2 TERMINOLOGIA DO TURISMO EM PORTUGAL

Atendendo a que o setor turístico constitui um importante motor da economia, quer a nível mundial, quer a nível nacional, seria expectável deparar com alguns estudos empreendidos pelas entidades oficiais responsáveis por este setor. Porém, o único estudo encontrado foi um “Seminário sobre turismo”, que contém um módulo intitulado “Terminologia turística”, editado pela Região de Turismo do Algarve (REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE, 1990).

Este Seminário aborda a prevalência dos termos ingleses na linguagem técnica do turismo, facto que deriva da grande evolução terminológica

nos países anglófonos e da consequente exportação, tanto de tecnologia, como da língua inglesa enquanto veículo dessa inovação. Neste documento, adota-se uma posição claramente protecionista da língua portuguesa e propõe-se uma política de substituição dos estrangeirismos por termos de características portuguesas (REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE, 1990, p. 7).

O artigo “Urgência de uma terminologia do turismo” constitui, quanto a nós, o estudo mais detalhado sobre a terminologia do turismo em Portugal elaborado até ao momento (LIMA, 1992). Por esse motivo, será objeto de uma descrição mais detalhada.

Na sua investigação, a autora criou um *corpus* de neologismos e de termos provenientes de cerca de 20 números da publicação quinzenal *Publituris: Jornal da Indústria do Turismo*, destinada aos profissionais do turismo em Portugal. Com base nesse *corpus*, estudou alguns aspetos da neologia e da terminologia no vocabulário da imprensa especializada no setor. A autora argumenta que o turismo é uma língua de especialidade em processo de constituição e salienta a forte presença de estrangeirismos no seu vocabulário (LIMA, 1992, p. 79).

Além dos estrangeirismos, Lima aponta uma outra característica do vocabulário do turismo: o recurso a vocábulos provenientes de outros domínios, bem como oriundos da língua corrente, e que adquirem um caráter especializado no contexto do turismo. A autora refere também a frequente oscilação gráfica e fónica de alguns termos, bem como a coexistência de termos estrangeiros com os seus equivalentes em português (LIMA, 1992, p. 84-85).

É ainda referido um projeto futuro de constituição de uma terminologia normalizadora para o setor do turismo. Contudo, na nossa investigação, não encontramos informação adicional acerca do mesmo.

No que se refere à neologia, e segundo a autora, 50% dos neologismos, ou seja, dos termos não registados em dicionários, são estrangeirismos (LIMA, 1992, p. 80). Esta percentagem encontra explicação no facto de se importarem técnicas, serviços e materiais oriundos de outros países e, consequentemente, os termos de origem que os designam.

Para além dos estrangeirismos, verifica-se também o recurso à neologia semântica em detrimento da neologia formal, que é rara. Esta questão é explicitada por Lima no artigo “Para uma análise contrastiva da neologia do turismo” (1990a).

Neste artigo, Lima apresenta uma análise contrastiva – português/francês – dos processos de criatividade lexical na língua de especialidade do turismo. A autora especifica, porém, que, na terminologia do turismo, estes processos – como a prefixação, a sufixação e a parassíntese – são raros. Na terminologia do turismo recorre-se pouco às potencialidades da língua portuguesa para a criação de novas unidades e opta-se pelo excessivo recurso aos estrangeirismos, sendo estes raramente adaptados morfológica e/ou fonologicamente (LIMA, 1990a, p. 62 - 63).

Ao comparar os anglicismos no vocabulário do turismo nas línguas portuguesa e francesa, a autora conclui que certos anglicismos foram introduzidos em Portugal através do francês, ao passo que outros passaram diretamente do inglês para o português. Este estudo contrastivo levou a autora a identificar, em muitas unidades, um estatuto neológico concomitante em França e em Portugal (LIMA, 1990a, p. 63).

Lima, num outro artigo sobre o vocabulário do turismo (1990b), baseado nas unidades neológicas e terminológicas provenientes do *corpus* supracitado (LIMA, 1992), procura aferir se estas unidades mostram fenómenos de banalização ou de especialização. A autora começa por referir que uma das particularidades do vocabulário do turismo é o facto de este pertencer a vários sub-domínios, que se intersejam de forma dinâmica (LIMA, 1990b, p. 69). Por exemplo, grande parte dos termos e neologismos usados na hotelaria provêm da gastronomia e a maioria daqueles usados nas agências de viagem provêm dos transportes e do trabalho.

Lima constata que o vocabulário do turismo é formado por termos provenientes de outros domínios, mas também por vocábulos oriundos da língua corrente. Este caráter composto do vocabulário do turismo é o reflexo de uma prática profissional igualmente composta, na medida em que o turismo se desdobra numa variedade de setores de atividade que dependem de várias áreas do conhecimento (LIMA, 1990b, p. 80).

A autora justifica o caráter especializado do vocabulário do turismo com a neologia, dado que os neologismos refletem a necessidade de denominar novas “coisas”, sendo o turismo um dos setores que mais neologismos introduz na língua (LIMA, 1990b, p. 86).

O seu estudo a propósito da neologia no *corpus* analisado revela as seguintes conclusões: os estrangeirismos constituem aproximadamente 70% dos neologismos, mas há também casos de

neologia semântica, em que vocábulos da língua corrente adquirem aceções específicas ou restrições semânticas (LIMA, 1990b, p. 86-87).

Deste modo, segundo Lima, a indústria do turismo possui de facto uma língua de especialidade, que explora sobretudo o intercâmbio humano, material e linguístico entre as comunidades, e se dirige a um público diversificado (LIMA, 1990b, p. 89). Este facto leva a que os neologismos produzidos nesta área sejam facilmente introduzidos no léxico comum.

Mocho (1990) é outra investigadora que aborda a questão dos neologismos no setor turístico. A autora indica um projeto de normalização de neologismos terminológicos do português, no âmbito do turismo, levado a efeito pela Associação de Terminologia Portuguesa (TERMIP).

Por se tratar de um projeto que visa a normalização de terminologia, são excluídos os sinónimos, sempre que possível, e, embora se mantenham os estrangeirismos já enraizados na língua corrente, propõe-se a substituição de outros estrangeirismos por unidades lexicais da língua portuguesa (MOCHO, 1990, p. 36). O artigo indica, ainda, uma lista de termos normalizados, bem como de termos a utilizar em substituição dos estrangeirismos.

Por sua vez, Lino (1992) menciona o registo de neologismos e de unidades terminológicas provenientes da área do turismo nas bases de dados do Centro de Estudos Comparados da Universidade Nova de Lisboa. Porém, não é fornecida informação adicional sobre as mesmas, nomeadamente no que se refere ao seu acesso.

No âmbito dos estudos sobre a terminologia do turismo em Portugal, identificou-se ainda uma tese de mestrado de 1998, intitulada “A socioterminologia no turismo no espaço rural”, da autoria de Raquel Alves da Silva (SILVA, 1998). Este trabalho de investigação consiste numa abordagem sócio-terminológica da área específica do “Turismo no Espaço Rural”.

Ainda que o propósito do presente capítulo seja o de apresentar os estudos sobre a terminologia do turismo em português de Portugal e não em português do Brasil, dada a escassez de estudos a nível nacional, optou-se por indicar alguns estudos acerca desta terminologia no português do Brasil.

Nelly Carvalho elaborou um estudo acerca da terminologia do turismo no português do Brasil circunscrito à cidade do Recife e ao mês de fevereiro de 1996 (CARVALHO, 1996). A autora

usou como *corpus* de pesquisa publicações locais, nomeadamente o caderno de turismo de dois grandes jornais em circulação na cidade do Recife e folhetos publicitários provenientes das agências de turismo locais.

Nesse estudo, constatou-se um elevado número de anglicismos na terminologia do turismo no português do Brasil e foram identificados alguns dos processos mais habituais de adoção de estrangeirismos: truncação ou aglutinação (*sightseeing*), a prefixação em empréstimos (*teleshop*), formações com verbos ingleses no gerúndio (*overbooking*), léxias formadas pelos infinitivos dos verbos em inglês (*go-show*), léxias complexas formadas de acordo com o padrão da língua exportadora (*city tour*), léxias simples (*voucher*), siglas (*pax*) e adaptações (*resorte*).

A autora identifica também casos de termos vernáculos, que tanto podem ser formações híbridas (como sala *vip*), como termos que seguem os processos de formação da língua portuguesa. Quanto a este último caso – formações exclusivamente vernáculas – identificam-se os seguintes processos de formação de termos: siglas, sufixação (*piratear*), truncação ou aglutinação (*turismólogo*) e mudanças semânticas.

No entanto, a autora alerta para o facto de estas formações exclusivamente vernáculas serem raras e conclui que há uma elevada percentagem de empréstimos do inglês – cerca de 80% – bem como um número bastante pequeno de adaptações gráficas ou fonológicas, o que revela a pouca recetividade da língua portuguesa a essas alterações.

Num outro estudo sobre a terminologia do turismo no Brasil, baseado em *corpus* e levado a cabo por Rabelo (1990), constata-se que os empréstimos provêm sobretudo do inglês. O *corpus* em que se baseia este estudo é constituído por neologismos provenientes dos cadernos turísticos semanais publicados durante o primeiro semestre de 1990 no jornal *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*. Rabelo considera como neologismos os termos que não estão registados num dicionário de língua portuguesa, nem num dicionário especializado de turismo.

A autora enquadra o seu *corpus* no âmbito da linguagem técnica banalizada, ou seja, a linguagem que se dirige ao público geral – e não apenas aos especialistas – e que é produzida por jornalistas.

A análise do *corpus* permite-lhe constatar que há sete subdomínios que integram a terminologia do turismo – características regionais, comércio, gastronomia, desporto, hotelaria, lazer e

transportes – e que é nos subdomínios da gastronomia e da hotelaria que prevalecem os neologismos.

Constata-se também que a formação dos neologismos é diversificada: por derivação do sufixo ou prefixo, por composição, empréstimo e neologismos sintagmáticos.

No *corpus* em análise, a grande maioria das unidades terminológicas são empréstimos, provenientes sobretudo do inglês, que surgem em quase todos os subdomínios do turismo. O vocabulário do turismo inclui, também, termos relativos ao lazer e à gastronomia, provenientes do francês e do alemão; termos italianos, pertencentes ao campo da gastronomia; e termos de outras línguas – por exemplo, do espanhol e do romeno – relativos ao subdomínio das características regionais.

O aspeto que se nos afigura mais pertinente neste estudo são as conclusões a que Rabelo chega, ao comparar as suas observações acerca da terminologia do turismo, baseadas num *corpus* de linguagem técnica banalizada no Brasil, às de Lima (1992), baseadas no estudo supracitado sobre o vocabulário de imprensa especializada do turismo em Portugal.

A autora constata que a terminologia do turismo – técnica ou banalizada – apresenta as seguintes características comuns: a formação do vocabulário pertence a vários subdomínios; empregam-se com frequência estrangeirismos; são frequentes as unidades constituídas por uma única base e são escassas as formações sintagmáticas.

Ainda segundo Rabelo, a terminologia do turismo apresenta características específicas relativamente a outras linguagens terminológicas. A autora cita o facto de muitos estrangeirismos integrarem a terminologia do turismo, uma vez que ocorrem com grande frequência neste âmbito.

No campo dos recursos terminológicos na esfera do turismo, em Portugal, há duas obras terminológicas de referência para os profissionais do turismo – o *Dicionário Técnico de Turismo* (DOMINGUES, 1990) e o *Prontuário Turístico* (DOMINGUES, 1997).

A versão de 1997 do *Prontuário Turístico*, que constitui a versão revista e atualizada da obra publicada em 1982, responde, segundo Domingues, à necessidade de acompanhar a evolução das tecnologias usadas na atividade turística, da qual resulta a criação de neologismos (1997, p. 5).

O autor refere, também, que a linguagem técnica do turismo abarca diversas áreas, que vão

do alojamento, alimentação, transportes e animação, à exploração de empreendimentos e prestação de serviços que integram a atividade turística. Deste modo, os vocábulos desta linguagem provêm de áreas tão diversas quanto o *marketing*, as comunicações, os desportos, a administração e outras.

Na apresentação da sua obra, Domingues afirma que o seu trabalho responde às necessidades daqueles que possuem experiência nestas áreas, bem como dos que frequentam cursos no âmbito das profissões turísticas. O autor alerta para a abrangência do seu prontuário (ainda que não pretenda ultrapassar a fronteira das atividades turísticas e paraturísticas), que tem como objetivo fundamental facilitar a comunicação entre pessoas que exerçam a sua atividade na área do turismo.

Também o *Dicionário Técnico de Turismo* constitui uma revisão de uma obra publicada em finais de 1982, da qual foram eliminados vocábulos ultrapassados pelo avanço da tecnologia e onde se incluíram outros, que surgiram entretanto, ou que não constavam da edição anterior (DOMINGUES, 1990, p. 9).

Nesta edição, foram adicionados um glossário histórico e um cronograma, onde se assinalam os principais acontecimentos na evolução do turismo. Trata-se de uma obra de referência sobre a terminologia do turismo em Portugal, porém, não são incluídos equivalentes em língua inglesa, exemplos de uso, informação morfológica acerca dos termos, nem acerca da sua frequência.

Mais recentemente, foi disponibilizado *online*, pelo Instituto Camões, um recurso linguístico que contém léxico da área do turismo: o *Lextec – Léxico Técnico do Português* (MARRAFA, P. et al., 2010). Este recurso disponibiliza terminologia para os seguintes domínios de especialidade: ambiente, banca, comércio, construção, direito comercial, economia e gestão de empresas, energia, seguros, telecomunicações e turismo.

O *Lextec* contém definições de termos e textos ilustrativos, que mostram os contextos de uso e/ou fornecem informação necessária à compreensão dos conceitos. Inclui também uma rede conceptual, ou seja, são indicadas as relações “todo/parte”, “geral/específico”, bem como as relações não-hierárquicas. São também fornecidos equivalentes em inglês.

A orientação deste recurso é monolíngue e normativa, os termos não obedecem a uma classificação temática e não se considera a sua frequência de aparição nos textos. Os textos

ilustrativos são provenientes da *web* e não fazem parte de um *corpus* técnico homogêneo.

Face ao exposto neste texto, impõem-se algumas considerações finais acerca dos recursos e estudos supracitados no âmbito da terminologia do turismo em Portugal. Em primeiro lugar, observamos que todos os estudos e recursos terminológicos encontrados, à exceção do léxico do turismo do *Lextec* (MARRAFA, P. et al., 2010), datam já dos anos 90. Em segundo lugar, tanto os estudos como os recursos terminológicos supramencionados apresentam uma orientação monolíngue.

Relativamente aos recursos linguísticos, constata-se a inexistência de dicionários ou bases de dados bilingues, especializados no campo do turismo, ainda que o turismo seja um setor fundamental da economia portuguesa, gerador de emprego e de riqueza.

Quanto aos estudos realizados, constatamos a existência de alguns aspetos comuns a todos eles. Desde logo, todos os estudos apresentam uma abordagem normalizadora da terminologia, que se distancia dos nossos propósitos descritivos. Há também algumas características da terminologia do turismo que são reiteradas pelos diversos autores: o facto de esta terminologia compreender diversas áreas, tais como a restauração, o alojamento, os transportes, etc.; a abundância de estrangeirismos; e o facto de a grande maioria dos neologismos serem provenientes da língua inglesa, como consequência da importação de tecnologias desses países.

3 ANÁLISE DA TERMINOLOGIA DO TURISMO NA *TERMOTECA*

Esta secção analisa a terminologia do turismo em português na base de dados *Termoteca* (GÓMEZ CLEMENTE; GÓMEZ GUINOVART, 2006), que contém 1110 termos em português e 1547 traduções em inglês. Nesta base de dados, os termos obedecem a uma classificação temática, considera-se a sua frequência de aparição nos textos e o *corpus* foi constituído a partir de materiais promocionais produzidos pelas entidades responsáveis pela promoção turística do país.

Relativamente ao modo como a terminologia do turismo se encontra distribuída pelos diferentes campos temáticos, verificamos, em primeiro lugar, que há diversos casos de unidades terminológicas homónimas colocadas em diferentes campos temáticos, atendendo a que se referem a diferentes

conceitos. É o caso dos termos “retábulo”, “percurso pedestre”, “circuito pedestre”, “cruzeiro”, “roteiro turístico”, “baptistério” e “contraforte”. Por exemplo, o termo “baptistério” pertence simultaneamente às categorias “B.1.2.2.3 – Arquitetura religiosa/funerária” e “B.1.2.2.5.1 – Elementos arquitetónicos” e o termo “contraforte” pertence simultaneamente às categorias “B.1.1.1 – Montanhas” e “B.1.2.2.5.1 – Elementos arquitetónicos”.

A análise do contexto em que surgem os termos homónimos permitiu distinguir conceitos e integrá-los em campos temáticos distintos. De igual modo, também no caso dos termos ligados conceptualmente, mas com significantes diversos, foi a análise contextual que facilitou a sua estruturação nos campos temáticos. Verificou-se que há inúmeros termos que, pela sua formação, pertenceriam à mesma entrada ou ficariam bastante próximos num qualquer dicionário unilingue ou bilingue.

Contudo, de acordo com esta estruturação temática, são colocados em diferentes campos temáticos. Vejamos o que sucede com alguns termos hipónimos de “paço”. “Paço” foi inserido no campo temático “B.1.2.2.1 – Arquitetura civil”, tal como “paço ducal”, “paço real” e “paços do conelho”. Porém, “paço episcopal” já pertence ao campo “B.1.2.2.3 – Arquitetura religiosa/funerária”.

No caso do termo “torre” e dos seus hipónimos “torre de menagem”, “torre de vigia” e “torre templária”, considerou-se que estes pertencem ao campo temático “B.1.2.2.2 – Arquitetura militar”, ao passo que “torre sineira” foi inserido no campo temático “B.1.2.2.5.1 – Elementos arquitetónicos”.

Há também casos em que cada hipónimo pertence a um campo temático distinto, como “ponte medieval” (“B.1.2.2.1 – Arquitetura civil”), “ponte pedonal” (“B.1.2.11 – Património técnico-científico”) e “ponte romana” (“B.1.2.1.1 Sítios arqueológicos”).

Constatamos, na prática, que o conteúdo dos termos varia consoante o contexto comunicativo em que estes se inscrevem e que é o *corpus* textual que põe em evidência as possibilidades polissémicas das unidades terminológicas.

Clarificamos esta questão com mais alguns exemplos. Optou-se por inserir a unidade terminológica “porto de pesca” no campo temático “B.1.2.11 – Património técnico-científico” (que por sua vez faz parte dos campos “B.1.2.2 – Património construído” e “B.1.2 – Atrações culturais”) na sequência da análise do contexto em que este

surge. “Porto de pesca” surge enquanto “atração cultural”, como se pode ver no seguinte exemplo: “Atractivos de Lagoa e do seu concelho completados pelo colorido do porto de pesca de Ferragudo, a romântica capela de Nossa Senhora da Rocha alcandorada sobre o mar e as fantasiosas rochas do Algar Seco”.

Já a unidade terminológica “porto de recreio” surge no campo temático “B.2.6.1 – Espaços de lazer e entretenimento” (que, por sua vez, está incluído em “B.2.6 – Lazer e entretenimento” e “B.2 – Serviços e equipamentos turísticos”), devido a exemplos como o seguinte: “Um porto de recreio galardoado com Bandeira Azul e certificação ambiental que não deixa ninguém indiferente”.

Foi o *corpus* que nos levou a colocar “pesca grossa”, “pesca de alto mar”, “pesca submarina”, “pesca desportiva” em “B.1.4 – Atividades desportivas e recreativas” (e não em “B.1.3 – Atividades económicas”); “pesca artesanal” em “B.1.3 – Atividades económicas”, para dar apenas alguns exemplos.

Ainda no que se refere ao modo como a terminologia do turismo se encontra repartida pelos diferentes campos temáticos, verificamos que o campo temático “B.1.2.2.5.1 – Elementos arquitetónicos” é um dos que agrupa mais termos (70 termos) a par das categorias “B.1.4 – Atividades desportivas e recreativas” (89 termos), seguido de “B.2.6.1 – Espaços de lazer e entretenimento” (63 termos) e “B.2.1.1 – Tipo de alojamento” (49 termos).

Constatamos também que a grande maioria dos empréstimos, na sua quase totalidade anglicismos, surgem sobretudo no campo temático “B.1.4 – Atividades desportivas e recreativas” (26 termos), o que se pode explicar com o surgimento de novas atividades desportivas e recreativas nos últimos anos (tais como *kitesurf*, *canyoning*, *parasailing*, *rafting*, *rappel*, *dragon boat*, etc.), e consequente adoção das respetivas designações em língua inglesa.

Na tabela 1 podemos observar os campos temáticos onde surgem os estrangeirismos, bem como o número de estrangeirismos.

Para além de auxiliar o terminólogo a inserir os termos nos respetivos campos temáticos, o *corpus* ajuda a determinar a sinonímia entre termos portugueses, por exemplo, entre “percurso da natureza” e “roteiro da natureza” ou entre “roteiro turístico”, “circuito turístico”, “itinerário turístico” e “percurso turístico”.

Verificou-se também que os termos traduzidos são úteis para determinar o sentido dos termos em

português, especialmente nos casos em que estes são traduzidos por um termo idêntico.

Tabela 1 – Número de estrangeirismos encontrados nos campos temáticos da base de dados.

| Campos temáticos da base de dados do turismo | Número de estrangeirismos |
|---|---------------------------|
| B.1.4 – Atividades desportivas e recreativas | 26 |
| B.2.6.1 – Espaços de lazer e entretenimento | 6 |
| B.2.1.3 – Serviços hoteleiros | 6 |
| B.2.1.1 – Tipo de alojamento | 5 |
| B.1.5 – Eventos | 3 |
| B.2.7.1 – Informações turísticas | 3 |
| B.2.1.2 – Instalações hoteleiras | 3 |
| B.2.3.2 – Transportes marítimos e fluviais | 2 |
| D.2 – Agência de viagens | 1 |
| B.2.4 – Aluguer de veículos e de equipamento | 1 |
| B.1.1.8 – Cavernas/grutas/furnas | 1 |
| B.2.7.2 – Entidades, associações e prestadores de serviços turísticos | 1 |
| B.2.5.1 – Espaços para eventos | 1 |
| B.1.2.2.5 – Estilos arquitetónicos | 1 |
| B.1.2.3 – Património artístico | 1 |
| B.2.2 – Restauração | 1 |
| B.2.6.3 – Serviços de lazer e entretenimento | 1 |

Fonte: elaboração própria a partir do *corpus* da pesquisa.

Vejamos um caso que comprova a validade desta premissa. Na lista de termos produzidos a partir do *corpus* português, constatámos a existência do anglicismo *big game fishing* que, num primeiro momento, julgámos tratar-se de uma modalidade de pesca ainda sem designação em língua portuguesa.

Encontrámos também o termo “pesca grossa” (a par de “pesca artesanal”, “de alto mar”, “desportiva” e “submarina”), que era traduzido no *corpus*, em todos os casos, por *big game fishing*.

A consulta do *corpus* confirmou tratar-se de um só conceito em português, que tanto era denominado por “pesca grossa” como por *big game fishing*. Deste modo, verificou-se que, por vezes, é o termo traduzido que clarifica o próprio significado do termo

em português e permite o estabelecimento de relações sinonímicas em português. O facto de a tradução para dois termos ser idêntica ajuda a determinar se os termos são sinónimos.

Vejam os alguns casos de diferentes termos em português, considerados sinónimos, ambos traduzidos por um só termo em inglês: “cofre no quarto”/“cofre privativo” (*in-room safe*); “turismo verde”/“ecoturismo” (*ecotourism*), “núcleo histórico”/“centro histórico” (*historical centre*); “paços do concelho”/“casa da câmara” (*town hall*); “tourada”/“corrida de touros” (*bullfight*); “peregrino”/“romeiro” (*pilgrim*).

O nosso *corpus* parece confirmar as palavras de Teubert quando este afirma que “the meaning of a translation unit in the source language is its equivalent in the target language (...) it is the target language that determines the unit of meaning” (2002, p. 212). De facto, o nosso *corpus* paralelo confirma a premissa de que a tradução é o palco ideal para expor as correspondências lexicais interlinguísticas.

Refira-se ainda o facto de, na elaboração da base de dados, se ter assinalado uma modalidade parafrástica de tradução. Há conceitos para os quais não existem termos de tradução, pois referem-se a uma realidade específica de uma cultura ou país. O recurso à paráfrase ocorre sobretudo na tradução de referentes culturais, para os quais não existe muitas vezes um termo equivalente na língua de chegada, como se pode observar na tabela 2.

Por último, enumeramos as nossas observações sobre a terminologia do turismo em português na base de dados:

1) Forte presença de estrangeirismos, como se pode observar nos seguintes exemplos: *polje*; *rocaille*; *big game fishing*; *bodyboard*; *canyoning*; *dragon boat*; *golf*; *jeep safari*; *jet ski*; *jet-ski*; *karting*; *kite surf*; *kite-surf*; *kitesurf*; *mini golf*; *mini-golf*; *paintball*; *parasailing*; *rafting*; *rappel*; *ski*; *skyski*; *slide*; *squash*; *surf*; *windsurf*; *city chase*; *rally*; *rallye*; *aparthotel*; *bungalow*; *camping*; *resort*; *internet wireless*; *kitchenette*; *lounge*; *baby sitting*; *baby-sitting*; *catering*; *room service*; *ferry-boat*; *ferryboat*; *rent-a-car*; *business centre*; *clubhouse*; *health club*; *spa*; *newsletter*; *site*; *website*; *convention bureau*.

2) A maior parte dos estrangeirismos são provenientes da língua inglesa (48 exemplos), com a exceção de *polje* (servo-croata), *rocaille* (francês) e *mudéjar* (espanhol).

3) Recurso a vocábulos provenientes de outros domínios, bem como da língua corrente. Há termos provenientes de áreas como a gastronomia, o

Tabela 2 – Exemplos da modalidade parafrástica de tradução na base de dados do turismo.

| Termo em português | Modalidade parafrástica de tradução |
|----------------------|---|
| açorda | thick bread soup/bread paps |
| arte xávega | traditional fishing method |
| azulejo historiado | hand-painted tile depicting historical scenes |
| barco moliceiro | traditional boat called 'moliceiro' |
| castro | pre-roman fortification/pre-roman settlement |
| chanfana | goat braised in red wine |
| citânia | pre-roman fortified settlement |
| feira dos tabuleiros | festivity of the holy ghost |
| janela manuelina | window in the manueline style |
| maranhos | traditional tripe dish |
| migas | fried bread paps |
| olaria pedrada | pottery decorated with stone |
| Palheiro | typical coloured striped house of the region |
| Pousada | state-run luxury hotel |

Fonte: elaboração própria com base no *corpus* da pesquisa.

alojamento, os desportos, o lazer, a arquitetura, os transportes, o comércio, etc..

4) Oscilação ortográfica de alguns termos, como por exemplo: “vila romana”/“villa romana”; “ecomuseu”/“ecomuseu”; “moto-náutica”/“motonáutica”; “agro-turismo”/“agroturismo”, etc.

5) Coexistência de termos estrangeiros e seus equivalentes em português, como em *big game fishing* “pesca grossa”; “ski aquático”/“esqui aquático”; *ski* “esqui”; *golf* “golfe”; *mini golf* “mini golfe”; *rally*/“rallye”/“rali”; *camping* “parque de campismo”; *internet wireless* “internet sem fios”; *room service* “serviço de quartos”; *rent-a-car* “aluguer de automóvel”; “campo de *golf*”/“campo de golfe”; *jeep* “jipe”; *court* de ténis/“campo de ténis”.

6) Existência de unidades híbridas, como as seguintes: “ajulejo *mudéjar*”; “ski aquático”; “ski náutico”; “hotel *spa*”; “internet *wireless*”; “pequeno-almoço *buffet*”; “*snack-bar* esplanada”; “campo de *golf*”; “centro de *fitness*”; “*court* de ténis”; “*voos charter*”; “agência de viagens de *incoming*”.

7) Reduzido número de regionalismos. Identificámos apenas “poio” e “geio”.

8) Existência de termos de origem estrangeira adaptados aos padrões morfossintáticos, ortográficos e fonológicos do português – como “mini bar”, “rococó”, “golfe”, “esqui”, “rall” e “folcloré”.

9) Parece existir uma ligação entre o número de anglicismos e a variação de tipo ortográfico, ou seja, há inúmeros casos de variação de tipo ortográfico quando estamos perante anglicismos, como se pode observar nos seguintes exemplos: *skil*“esqui”; *ski*“aquático”/“esqui aquático”; *golf*“golfe”; *jet skil*“jet-ski”; *kite surf*“kite-surf”/“kitesurf”; *mini golf*“mini golfe”/“mini-golf”; *rall*“rally”/“rallye”; *mini bar*“mini-bar”/“minibar”; *baby sitting*“baby-sitting”; “bar esplanada”/“bar-esplanada”; *ferry-boat*“ferryboat”; “campo de *golf*”/“campo de golfe”; *jeep*“jipe”.

10) Há alguns casos em que o termo de referência ou comum, ou seja, aquele que é mais frequente no *corpus*, é um anglicismo, como por exemplo *ski* ou *room service*, em relação aos equivalentes em português “esqui” e “serviço de quartos”. Sempre que a frequência dos anglicismos é exponencialmente superior aos termos portugueses, optou-se por manter os anglicismos como termos de referência. Quando a frequência de ambos os termos (anglicismo e equivalente português) é semelhante, opta-se pelo termo português.

Impõem-se também algumas considerações no que concerne à terminologia proveniente do *corpus* inglês. Desde logo se assinala um maior número de termos de tradução (1547 termos) relativamente aos termos portugueses (1110 termos), o que se pode explicar pela criatividade lexical do próprio tradutor.

Ao elaborar a base de dados, verificámos que, muitas vezes, em textos provenientes da mesma brochura ou *site*, há vários termos para denominar um só conceito, uma estratégia que provavelmente se prende com a intenção de evitar a repetição. É o caso do termo “abóbada artesoadada”, proveniente do *site* da Entidade Regional de Turismo do Algarve, que é traduzido por *painted vault* / *decorated vault* e *panelled vault*.

Além de a variação denominativa ser mais frequente nas traduções do que nos textos de partida, verifica-se que o número de empréstimos é praticamente inexistente nas traduções.

Este facto prende-se certamente com o facto de a língua inglesa ocupar um lugar prioritário enquanto veículo transmissor de terminologias. Há apenas alguns casos de recurso a empréstimos

portugueses – como “fado”, “azulejo”, “pousada”, “barrocal”, “laurissilva” – devido à impossibilidade de encontrar, em língua inglesa, um termo equivalente.

Encontramos também um latinismo (*via crucis*, como tradução de “via sacra”), dois galicismos (*cuisine* e *liqueur*, pertencentes à esfera gastronómica), um termo de origem servo-croata (*polje*) e dois de origem espanhola (*tapa*; *patio*).

4 CONCLUSÃO

Ao investigar a terminologia do turismo em Portugal, confrontámo-nos com a escassez de estudos nesta área, que se estende de igual modo ao mercado editorial. Existem apenas duas obras terminológicas sobre o turismo, ambas da autoria de Celestino Domingues: o *Dicionário Técnico de Turismo* (1990) e o *Prontuário Turístico* (1997). No âmbito das bases de dados sobre o turismo, identificou-se um recurso linguístico de livre acesso, disponibilizado pelo Instituto Camões – o *Lextec – Léxico Técnico do Português* (MARRAFA, P. et al., 2010) –, do qual faz parte uma terminologia do turismo.

O nosso trabalho pretende contribuir para o incremento do estudo da terminologia usada em material turístico de carácter promocional. A análise da terminologia da base de dados do turismo confirma algumas das conclusões de estudos sobre a terminologia do turismo referidos anteriormente (LIMA, 1990a, 1990b, 1992; RABELO, 1990; CARVALHO, 1996), nomeadamente a grande abundância de estrangeirismos, sobretudo anglicismos, na linguagem do turismo; o número relativamente pequeno de anglicismos adaptados morfológica e/ou fonologicamente ao português; a oscilação gráfica de alguns termos; a coexistência de estrangeirismos com os seus equivalentes em português e o facto de a terminologia do turismo ser proveniente de outros domínios e da língua corrente.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, N. Terminologia do Turismo Português do Brasil. Pesquisa dos Usos Terminológicos do Turismo na Cidade do Recife. 1996. Disponível em:
<http://www.ufrgs.br/riterm/por/simposios_anterior_res_1996.html>. Acesso em: 1 de junho de 2016.

- CLUL. Centro de Linguística da Universidade de Lisboa. 2010. Disponível em: <<http://www.clul.ul.pt/index.php>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- CLUNL. Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa. 2007. Disponível em: <<http://www.clunl.edu.pt/PT/home.asp>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- DOMINGUES, C. *Dicionário Técnico de Turismo*. Lisboa: Dom Quixote, 1990.
- DOMINGUES, C. *Prontuário Turístico*. Lisboa: Instituto Nacional de Formação Turística, 1997.
- FUNDAÇÃO PARA A COMPUTAÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL. *Linguateca*. 2000. Disponível em: <<http://www.linguateca.pt/>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- GÓMEZ CLEMENTE, X. M.; GÓMEZ GUINOVART, X. (Coord.). *Termoteca – Banco de Datos Terminológico da Universidade de Vigo*. Vigo: Universidade de Vigo, 2006. Disponível em: <<http://sli.uvigo.es/termoteca/>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- ILTEC. Instituto de Linguística Teórica e Computacional. 1988. Disponível em: <<http://www.iltec.pt/iltec/index.html>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- LIMA, A. I. Para uma Análise Contrastiva da Neologia do Turismo. *Terminologias*, 2, p. 61-85, 1990a.
- LIMA, A. I. Vocabulário do Turismo: Banalização ou Especialização? Uma Abordagem do Vocabulário da Imprensa Especializada do Turismo, através da sua Terminologia e Neologia. *Terminologias*, 1, p. 62-92, 1990b.
- LIMA, A. I. Urgência de uma Terminologia do Turismo: Situação Actual e Descrição de um Projecto em Curso. *Terminologias*, 5/6, p. 77-91, 1992.
- LINO, M. T. Terminologia do Turismo. *Terminologias*, 5/6, p. 69-76, 1992.
- MARRAFA, P. et al. *LexTec. Léxico Técnico do Português: Ambiente, Banca, Comércio, Construção Civil, Direito Comercial Internacional, Economia e Gestão de Empresas, Energia, Seguros, Turismo, Telecomunicações*. Instituto Camões, 2009. Disponível em: <<http://instituto-camoes.pt/lextec>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO. *Plano Estratégico Nacional do Turismo. Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P., 2007.
- MOCHO, M. C. Neologismos Terminológicos no Domínio do Turismo. *Terminologias*, 1, p. 93-107, 1990.
- RABELO, R. A. Observações sobre a terminologia do turismo. 1990. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/riterm/por/simposios_antiores_1990.html>. Acesso em: 1 de junho de 2016.
- REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE. *Seminário Sobre Turismo. Terminologia Turística*, 4. Faro: Região de Turismo do Algarve, 1990.
- SILVA, R. A socioterminologia no turismo no espaço rural. Tese de mestrado. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 1998.
- TEUBERT, W. The Role of Parallel Corpora in Translation and Multilingual Lexicography. In: ALTENBERG, B.; GRANGER, S. Granger (Eds.). *Lexis in Contrast: Corpus-Based Approaches in Corpus Linguistics*, 7. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2002. p. 189-214.
- UNWTO. World Tourism Organization. Why Tourism? 1974. Disponível em: <<http://www.unwto.org/aboutwto/why/en/why.php?op=1>>. Acesso em: 1 de junho de 2016.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Editor Científico / Scientific Editor: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Editores de Seção Convidados/ Guest Section Editors: Magnus L. Emmendoerfer (UFV, Brasil) & Vânia N. G. Costa (IPCA, Portugal)

Recebido em 24 de fevereiro de 2016; aceito em 17 de agosto de 2016; publicado online 30 de setembro de 2016.

Received on February 24, 2016; accepted August 17, 2016, published online September 30, 2016.

Artigo original de pesquisa/ Original research article. Seção revisada por pares / Double blind review section.