

A tradução de culturemas no viés funcionalista

Digmar Jiménez Agreda
Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB)
digmarjimenezagreda@gmail.com

Larissa Gonçalves Medeiros
mestranda/ Universidade Federal de Pelotas (UFPel)
tradutoralarissa@gmail.com

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo apresentar a experiência do estágio profissional do Bacharelado em Letras - Tradução Espanhol/Português, da Universidade Federal de Pelotas, realizado no segundo semestre de 2019 na Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação da cidade de Pelotas (SDeTI), como também apresentar a tradução dos culturemas encontrados no folheto turístico “Pelotas para visitar, morar e investir”. A metodologia de trabalho adotada foi a Abordagem Funcionalista de Nord (2016) e Nord (2009), com apoio do embasamento teórico de Tello (2018), Giracca (2013) e Nadal (2009), enfatizando a tradução dos culturemas, encontrados no folheto turístico. Os resultados apontam a importância do estágio profissional, que propicia ao tradutor em formação vivência de atuação nos organismos institucionais do estado, permitindo que participe no desenvolvimento turístico da cidade, além de enriquecer sua experiência, aproveitando a orientação funcionalista da tradução como aliada à produção turística de Pelotas.

59

Palavras-chave: estágio de tradução; tradução turística; abordagem funcionalista de tradução.

The translation of the culturemes using the functionalist approach

ABSTRACT: The aim of this paper is to present the professional internship experience of the Spanish/Portuguese Translation Studies Undergraduate Program of Federal University of Pelotas, which was held in the second term of 2019 at the Secretariat of Development, Tourism, and Innovation of the city of Pelotas (SDeTI). In particular, the translation of the culturemes found in the tourist leaflet “Pelotas para visitar, morar e investir” (“Pelotas to visit, live and invest in”) was adopted as reference. The methodology applied in this study was Nord’s Functionalist approach (2016, 2009), based on the theoretical background presented by Tello (2018), Giracca (2013), and Nadal (2009), while also emphasizing the translation of the culturemes from the leaflet. The results

reinforce the professional internship's value, mainly when it comes to the in-training experience in a regional agency, which provides the translator with the chance of taking part in the city development, enriches their experiences in translating, while also profiting from the functionalist approach of translation as an ally for tourism in Pelotas.

Keywords: translation internship; tourism translation; Functionalist approach of translation.

Introdução¹

O turismo é a fonte principal de desenvolvimento socioeconômico da cidade de Pelotas, conhecida por sua riqueza patrimonial, por sua gastronomia, em especial, por seus doces finos e inúmeros cafés, como também por suas rotas naturais, colônias de imigrantes e culinária colonial.

A promoção dos potenciais recursos turísticos desse município do estado do Rio Grande do Sul é indispensável para despertar o interesse dos possíveis visitantes. Com esse propósito, a Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação – SDeTI –, tem um plano de *marketing* em torno dos serviços e atrativos que a cidade oferece, no qual a tradução e a comunicação intercultural mostram-se fundamentais na medida em que se procura desenvolver uma comunicação eficaz. Assim, estimula-se o deslocamento de consumidores na região e estrangeiros até as terras pelotenses, convencendo-os a viver essa experiência de uma atrativa região do sul do Brasil, pouco conhecida, mas que começa a adquirir ares cosmopolitas, mesmo sendo uma cidade pequena, com a circulação de pessoas de todo o Brasil e de outros países.

1. Conhecendo a cidade de Pelotas

O nome da cidade deriva da palavra *pelota*, pequeno barco feito de couro que servia para fazer a travessia de apenas uma pessoa entre os rios e era puxado por um escravo. Por muitos anos, a economia de Pelotas baseou-se no charque – carne de gado envolta de sal e exposta ao sol, fazendo com que ficasse seca sem a necessidade de refrigeração imediata e tornando sua durabilidade mais longa. Os residentes que comercializavam o charque eram chamados de Charqueadores, e as fazendas onde eram realizadas essas práticas ainda são conhecidas como Charqueadas. Segundo Vargas:

Os anos de 1860 são considerados o grande auge econômico do setor, e pode-se considerar que foi apenas na década de 1880 que teve início uma crise irreversível que acabou por resultar na decadência do complexo charqueador escravista. O resultado disso foi que em 1900 existiam apenas 11 charqueadas em Pelotas, indicando-se que o declínio do setor coincidiu com a abolição da escravidão (1888) e a queda da própria monarquia (1889) - que tinha nestes empresários das carnes um de seus sustentáculos. (VARGAS, 2014, p.541)

¹ Agradecemos a Hariel Luiz dos Santos, graduando do curso de Bacharelado em Letras – Tradução Inglês/Português da Universidade Federal de Pelotas, pela tradução do abstract desse artigo (hariel Luiz@gmail.com).

Podemos perceber em Vargas que a era do charque na cidade teve seu começo, estopim e final muito bem-marcados. Todavia, atualmente, as visitas às Charqueadas configuram um dos atrativos das rotas turísticas, sendo um dos mais procurados pelos visitantes. Elas são palco de programas culturais e artísticos, e também servem de cenário para eventos privados. Recordamos que as mais famosas foram palco para gravações de novelas e filmes, como por exemplo, *A casa das sete mulheres* (2003), *Concerto Campestre* (2005), *O tempo e o Vento* (2013), *Dança dos Orixás* (2017) e *Domingo* (2018).

A arquitetura de Pelotas conta a história do poder econômico que o charque agregou ao município. As grandes construções arquitetônicas são encontradas nos grandes casarões das fazendas dos charqueadores, nos casarões centrais da cidade, passando pelos prédios públicos e privados, como a Prefeitura, a Biblioteca, o Mercado Central, os Teatros, entre outros. Na arquitetura pelotense, foram utilizados diferentes estilos. A maior parte do acesso a esses edifícios, para conhecer sobre a história e sobre a construção da cidade, é gratuita.

Na gastronomia, Pelotas é conhecida como a Cidade do Doce, pois além da história dos doces tradicionais, vindo com as imigrações, principalmente a portuguesa, essas iguarias pelotenses atualmente são reconhecidas pelo IPHAN como Patrimônio Cultural Imaterial. O açúcar chegou à metrópole pelotense como moeda de troca do charque, pois esse ia até o norte do Brasil e, em troca, o açúcar chegava até a região sul do Brasil. Existe uma grande variedade de doces, uns à base de ovos, e outros, à base de frutas, sendo esses cristalizados ou em calda. Como afirmam Loner, Gill e Magalhães:

Sabe-se que a região Nordeste do Brasil é a área por excelência do açúcar e que não são menos famosos os doces do Nordeste; a região Sul, por sua vez, jamais produziu açúcar de forma significativa. Não obstante, a tradição do doce em Pelotas praticamente coincidiu, no tempo, com a implantação das primeiras charqueadas (LONER; GIL; MAGALHÃES, 2017, p.108)

De fato, os doces pelotenses são um dos principais atrativos da região, originando o Museu do Doce e a Feira Nacional do Doce – Fenadoce, evento gastronômico que acontece durante os meses de maio a junho, influenciando na história e na cultura doceira da cidade. Para que os moradores e os turistas possam usufruir desses quitutes durante todo o ano, está sendo construída no centro da cidade a Rua do Doce, onde serão comercializados os produtos tradicionais da cidade.

Outro fator que movimenta (tanto o turismo quanto a economia) são as universidades aqui estabelecidas. Pelotas também é uma cidade universitária, contando com uma federal, a Universidade Federal de Pelotas - UFPel, e duas privadas, a Universidade Católica de Pelotas - UCPel e a Anhanguera. A UFPel é uma instituição muito procurada pelos estudantes, tanto brasileiros como estrangeiros, por sua qualidade de ensino, pela cordialidade dos habitantes da cidade e também pela segurança da região.

2. Bacharelado em Letras - Tradução da UFPel e o estágio profissional: uma atividade obrigatória

Há mais de 50 anos, a Universidade Federal de Pelotas faz parte da história da cidade, contribuindo para o desenvolvimento intelectual de seus alunos, formando profissionais capacitados nas áreas de exatas –como, por exemplo, engenheiros, matemáticos, físicos, etc. –, na área das biológicas– formando nutricionistas, enfermeiros, biólogos, entre outros –, e na área de humanas –historiadores, museólogos, conservadores restauradores etc. A forma de ingresso na UFPel é a partir da seleção do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Na área de humanas, encontramos o curso de Letras e suas extensões, como o curso de Bacharelado em Letras – Tradução, tanto Inglês/Português quanto Espanhol/Português.

O Bacharelado em Letras – Tradução Espanhol/Português foi criado no ano de 2010, um curso relativamente novo dentro da UFPel, mas relevante para a formação profissional. Desde a última avaliação, em 2018, ele recebeu a nota 4 (quatro) na avaliação do MEC, e a graduação em Tradução Inglês/Português, nota 5 (cinco), avaliação máxima do MEC, no mesmo ano.

Esses cursos têm como finalidade formar um profissional apto a trabalhar com os serviços de Tradução. Durante a sua formação, o aluno precisa realizar ações de ensino, pesquisa e extensão, que podem estar vinculadas aos projetos existentes que conectam estudante, universidade e Pelotas em ações positivas, apoiando o desenvolvimento turístico, cultural e econômico do município.

A formação em Tradução conta com um total de 8 (oito) semestres. Nos dois últimos, o aluno tem como disciplina obrigatória os Estágios I e II. Nesses, ele deve se vincular a entidades que estejam preparadas para receber o estagiário – seja uma editora, departamentos públicos, embaixadas, entre outros –, que trabalhem com as línguas de estudo relacionadas ao curso de graduação.

Após formalizar a documentação para a realização do estágio, visitamos a instituição, dando início à rotina na sede da SDeTI. As primeiras ações foram a participação em reunião com a equipe para conhecer o funcionamento interno da secretaria, a nossa inserção na dinâmica de trabalho, como também os

materiais que fariam parte do encargo de tradução durante o período de estágio.

Para o encargo de tradução, como comenta Nord:

Se a tradução pretende ser adequada para um determinado propósito, ela deve satisfazer determinados requisitos, os quais são os encargos de tradução. Os encargos consistem de uma definição prospectiva (explícita ou implícita) da situação alvo, a qual chamamos de *skopos* do texto alvo. (NORD, 2016, p. 28)

Assim como definido por Nord, nossas primeiras indagações sobre o encargo de tradução foram considerar a quem se dirigia o material e as funções de cada um dos textos com respeito ao público destinatário a diversidade dos formatos e a combinação do conteúdo informativo, imagens, publicidade e vídeo promocional. Da mesma maneira, fomos informadas sobre as prioridades de entrega e as exigências por parte do cliente de priorizar a tradução do folheto turístico nomeado “Pelotas para visitar, morar e investir”, pois este seria o material a ser distribuído para os turistas que visitariam a cidade na semana da Páscoa em 2020. Esse evento coincide com a Semana do Turismo no Uruguai, quando os uruguaios aproveitam para fazer turismo por outras cidades, sendo Pelotas um de seus destinos.

64

Uma vez tendo claras as necessidades, optamos por realizar a tradução por meio do viés funcionalista, especificamente pela teoria de Christiane Nord. A autora avalia o ato da tradução como ligado a “um propósito comunicativo específico” (NORD, 2009, p.210), com uma função pretendida que determina os propósitos da mensagem do texto fonte (TF) e ajuda o tradutor a definir o *skopos* do texto alvo e a adequá-lo de modo a cumprir seus objetivos na nova situação da cultura alvo (CA) diante do receptor do texto traduzido, o receptor alvo (RA). De acordo com Nord “a função do texto alvo não é alcançada automaticamente, a partir de uma análise do texto fonte, mas é pragmaticamente definida pelo propósito da ação tradutória” (NORD, 2016, p. 30).

Ela reconhece a importância do tradutor como um “receptor (idealmente) é bicultural” (*ibidem*,p.32), de modo que este deve possuir um conhecimento profundo tanto da cultura fonte como também da cultura alvo. Isso inclui as respectivas línguas e a competência de transferência de saberes, na medida em que, por meio das habilidades de recepção e produção textual, o tradutor se:

Apropria da intenção do emissor ou do iniciador para produzir um instrumento comunicativo para a cultura alvo, ou um

documento para a cultura alvo a partir de uma comunicação da cultura fonte. (NORD, 2016, p. 33)

Antes de empregar a metodologia de Nord para traduzir o folheto “Pelotas para visitar, morar e investir”, foi necessário conhecer as características da tradução turística e do gênero folheto turístico e refletir sobre elas para, em seguida, proceder com a metodologia e os comentários de tradução a respeito dos materiais traduzidos.

3. Tradução turística - Folheto turístico

No turismo, podemos considerar que a linguagem é o meio de persuasão, ou seja, é por meio dela que buscamos convencer o turista a consumir os atrativos da cidade. Portanto, o tradutor precisa acompanhar esse estilo de escrita, levando em conta a terminologia utilizada na região e os assuntos locais de maior relevância.

Assim, ele assume, de certa forma, também o papel de publicitário, pois utiliza, em seu trabalho, a linguagem do turismo, a terminologia específica, os *slogans* e jargões.

A tradução dos materiais da área do turismo é de suma importância para a recepção dos viajantes, pois lhes ajuda a conhecer a história da região, assim como a cultura local, entre outras informações, como comenta Giracca:

Para o campo turístico, a tradução de textos é extremamente importante, pois é por meio dela, da publicidade feita, que o país/cidade será conhecido pelo turista estrangeiro falante de outro idioma. É por meio do folheto que o turista tem o primeiro contato com o país ao qual irá conhecer ou está chegando para explorar. Sabemos por ditos populares que “a primeira impressão é a que fica”, ou seja, é partindo do material traduzido que o turista sentirá vontade ou não de conhecer/explorar melhor o lugar ao qual ele chegou ou para onde partirá. (GIRACCA, 2013, p.31)

A tradução turística é uma solução para a barreira linguística, pois torna a comunicação acessível entre turista e residente. O trabalho do tradutor é apresentar os visitantes à(s) nova(s) cultura(s). Pensando dessa maneira, ele precisa utilizar estratégias de tradução adequadas para que o turista se sinta em casa e, ao mesmo tempo, sinta o desejo de explorar e conhecer mais a cultura com a qual está em contato.

Um dos materiais de apoio ao turista é o folheto turístico. Giracca (2013) define folheto como algo não periódico, com poucas folhas, sem capa dura e brochura – ou seja, um material de produção simples, com poucas folhas, em sua maioria com uma sequência de dobraduras –, com a finalidade de “informar e/ou despertar o desejo do leitor de consumir o produto turístico oferecido em determinado material. Para tanto, é preciso que o texto seja eficaz” (GIRACCA, 2013, p.29). Tello também pontua que:

Este tipo de textos son de especial interés para muchos extranjeros cuando llegan a un país totalmente desconocido para ellos, ya que en su interior presentan una combinación de contenido informativo y publicitario adaptado siempre a la función del texto respecto al público destinatario (TELLO, 2018, p. 13)

Como é de interesse dos estrangeiros, os folhetos turísticos geralmente são encontrados em hotéis, aeroportos, restaurantes e afins, pois são os locais de maiores circulações desse público.

Durante a realização da tradução do folheto turístico em análise, pesquisamos vários folhetos turísticos, tanto do Brasil como da região da prata, e o que nos chamou a atenção foi que não eram dados os devidos créditos aos tradutores e revisores do material. Com isso, podemos ter duas vertentes de análise, sendo elas: i) a invisibilidade do tradutor e ii) a tradução improvisada, amadora, realizada ou por algum outro profissional ou por um tradutor automático, ambos pouco atentos aos aspectos interculturais. Pensando nessas possibilidades, uma das nossas exigências com a SDeTI foi a de que os créditos fossem dados tanto à tradutora quanto à revisora dos folhetos turísticos, nos quais ambas tomaram parte, assim como à instituição de formação de cada uma.

4. A análise funcionalista para o *marketing* turístico de Pelotas

A relação da informação/comunicação na teoria de Nord (2016) propõe atingir a comunicação entre as diferentes culturas que estão em contato, ou seja, o tradutor precisa realizar a tradução de maneira que o turista leia os folhetos turísticos e entenda o que está sendo apresentado.

O papel do tradutor na Abordagem Funcionalista é adaptar, adequar a tradução para uma finalidade ou propósito o qual se busca atingir. De acordo com Nord (2016), todo o texto, sendo ele oral ou escrito, apresenta marcas linguísticas e, especificamente, culturais. Sendo assim, a tradução sofre influências, tanto externas quanto internas, que são advindas do contexto e do entorno cultural do texto de partida e do texto de chegada a partir das

diferenças das marcas culturais e linguísticas que a atividade da tradução coloca em contato e que devem ser mantidas para que o material traduzido alcance o propósito de estimular o deslocamento dos turistas estrangeiros até a cidade de Pelotas. Tendo esses objetivos alcançados, o turista compreende o discurso traduzido e se sente atraído pela aventura de viajar e de desfrutar da cidade pelotense.

Uma vez conhecida as características específicas da tradução turística, como também os instrumentos pelos quais opera, utilizamos o modelo funcionalista de Nord para uma análise prévia dos respectivos encargos de tradução.

Nord (2016) acredita na existência de dois fatores, os extratextuais e os intratextuais. Os primeiros estão ligados às questões comunicativas que o material apresenta, relacionando-se à tradução do texto fonte e à produção do texto alvo. Os segundos envolvem questões específicas do material. Todas as questões, tanto externas quanto internas, servem como um norte para a realização da tradução. Giracca (2013) comenta que essa interação entre os dois fatores:

Servirá para esclarecer os questionamentos que poderão surgir durante o processo, e proporcionar uma análise mais cuidadosa de ambos os fatores (FE e FI), sempre levando em conta a sua dependência e relação com a situação de comunicação (GIRACCA, 2013, p. 24)

Para melhor exibição, preenchemos os fatores extra e intratextuais apresentados por Nord (2016), que seguem nas Tabelas 1 e 2 abaixo.

Tabela 1: Fatores extratextuais

FATORES EXTRATEXTUAIS	
EMISSOR	Instituição: Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação da cidade de Pelotas Pessoa: Larissa Gonçalves Medeiros e Digmar Jimenez Agreda.
INTENÇÃO DO EMISSOR	Recepcionar e situar o turista dentro da cidade de Pelotas.
PÚBLICO	Turista estrangeiros da região do Prata.
MEIO	Folhetos turísticos impressos.
LUGAR	Cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil.
TEMPO	Segundo semestre de 2019.

MOTIVO	Material traduzido para nortear o turista rio-platense, assim como apresentar-lhe as belezas locais. A motivação do tradutor é estimular os viajantes a visitar a cidade de Pelotas durante a semana da Páscoa.
--------	---

Fonte: Adaptação de Nord (2016)

Tabela 2: Fatores intratextuais

FATORES INTRATEXTUAIS	
ASSUNTO	A cidade de Pelotas, sua história, suas belezas naturais, sua gastronomia, economia, cultura, seu turismo rural, sua tradição e suas tecnologias.
CONTEÚDO	Introdução à cidade de Pelotas, apresentação gastronômica, cultural, inclusive seus lugares históricos e de maior visitação.
PRESSUPOSIÇÕES	Pressupõe-se que os turistas entendam as informações apresentadas.
ELEMENTOS NÃO VERBAIS	Presença de fotografias da cidade de Pelotas, destacando a singularidade, tranquilidade, riqueza e beleza da metrópole.
LÉXICO	A informação é expressa de forma clara, com estilo fluido e traços de persuasão. Há um predomínio de substantivos e adjetivos que qualificam a cidade.
SINTAXE	As frases dos textos são apresentadas de maneira clara, sem muitos rebuscamentos, ajudando na compreensão do leitor.
CARACTERÍSTICAS SUPRASEGMENTAIS	Foi utilizada a fonte Ariel, tamanho 11, para a redação da tradução e, quando necessário, parênteses para descrever algo resumidamente.

Fonte: Adaptação de Nord (2016)

5. Processos da tradução dos culturemas – gastronomia

Segundo Giracca (2013, p.11), os culturemas são “marcas culturais específicas de uma cultura X, sem correspondente em uma cultura Y”. Nadal (2009, p.94) também define culturema como “nociones específico-culturales de un país o de un ámbito cultural y muchos de ellos poseen una estructura semántica y pragmática compleja”. Para Ávila e Park são culturemas ou:

Palabras culturales los elementos que muestran con mayor exactitud y de manera más apreciable la relación entre cultura y

lengua, ya que representan verbalmente la tradición de una comunidad determinada en un espacio concreto. (ÁVILA; PARK, 2021, p.309)

Com isso, os culturemas são definidos como marcas específicas próprias de cada língua, podendo não ter equivalência na língua alvo, e, por muitas vezes, apresentam uma estrutura complexa, podendo ser concreta ou não.

No processo de tradução, eles não podem ser traduzidos palavra por palavra e nem de maneira literal, pois perdem o sentido e a funcionalidade. Giracca (2013) complementa que:

A tradução de alguns termos vai muito além do que está simplesmente escrito, e o tradutor deve buscar na língua de chegada algum termo ou expressão que tenha a mesma correspondência, ou tenha o mesmo peso conotativo na cultura de chegada (GIRACCA, 2013, p. 52)

O caso comentado por Giracca (*ibidem*) foi o que nos ocorreu durante a tradução do culturema *bauru*, que vamos comentar mais à frente.

Resolvemos trazer a essa discussão e análise os culturemas da gastronomia, pois acreditamos serem os mais desafiadores, como, por exemplo, os doces de Pelotas, de grande representatividade para a cidade. Deixaremos registradas nossas escolhas tradutórias, apresentando como atentamos para a área gastronômica durante o processo de tradução, dividindo os culturemas em dois grupos, sendo eles: i) salgados e ii) doces.

Quanto aos salgados, temos o bauru, galeteria e o charque.

O bauru (apresentado na figura 1) é um lanche muito apreciado na cidade de Pelotas e é composto por pão, carne, presunto, queijo, alface, tomate, ovo e condimentos. Para a tradução desse culturema, achamos melhor não traduzi-lo, mas marcá-lo em itálico e entre parênteses, sinalizando que esse prato é muito similar ao *chivito* uruguaio. Esse (apresentado na figura 2) é composto de ingredientes como pão, presunto, queijo, ovos e condimentos, também podendo ser servido com alface, tomate, azeitona, etc, ou com batata frita.

Figura 1: Bauru



Fonte: Bauru na Caixinha²

Figura2: Chivito



Fonte:Pinterest³

Outro culturema cujo nome optamos por manter, apresentando uma breve explicação, foi galeteria, que é um local ou restaurante em que se comercializa carne de frango assada. Além das tradicionais churrasarias da cidade, há alguns estabelecimentos que não vendem carne vermelha, somente branca, como, por exemplo, o frango, aqui também conhecido como galeto (os frangos menores). O galeto (apresentado na Figura 3) é uma comida típica da culinária gaúcha, herança da migração italiana que se estabeleceu na região sul do Brasil, como comenta Peccini (2008).

²[https://pelotas.baurunacaixinha.com.br/?&localidade=pelotas.](https://pelotas.baurunacaixinha.com.br/?&localidade=pelotas)

³<https://br.pinterest.com/pin/295900638026828377/>

Figura 3: Galeto



Fonte: Pinterest⁴

Ao mantermos o nome do culturema galeteria, corremos o risco de o turista hispano falante confundir a galeteria com *heladería* ou com *tienda de galletas*, pois os sons das palavras são semelhantes.

O charque (apresentado na Figura 4), como comentamos, foi o produto que impulsionou a economia pelotense. Logo, não apresentamos uma tradução, por ser um culturema de grande representação para a cidade. O que propomos foi apresentar em que ele consistia, que é a carne de gado, envolta de sal e exposta ao sol, passando por um processo de desidratação, no qual a carne se torna seca e não necessita de uma refrigeração imediata, aumentando sua durabilidade.

Figura 4: Charque



Fonte: Agro Floresta Amazônica⁵

⁴<https://br.pinterest.com/pin/39336196735013803/>

Nos restaurantes de Pelotas, os turistas podem desfrutar de pratos à base de charque como, por exemplo, o carreteiro de charque, cuja preparação consiste em cozer o arroz com o charque.

Quanto aos doces, figuram alguns dos doces finos pelotenses, como também as compotas de frutas e doces de frutas cristalizados.

No folheto original, os doces eram apresentados somente pelo nome e sem definição de sua composição. Durante o processo tradutório, optamos por apresentar os doces com seus ingredientes base, como os doces à base de ovos (apresentados na Figura 5) bem-casados, quindim, camafeu, olho de sogra, pastel de Santa Clara, papo de anjo, fatias de braga, trouxas de ovos, queijadinha, broinha de coco, beijinho de coco e amanteigado –, e os doces à base de frutas –compotas e doces cristalizados.

Quanto aos doces à base de ovos, sua comercialização é bastante intensa no Mercado Central, lugar de forte turismo na cidade. Então, optamos por apresentar no folheto seus nomes originais, para que, assim, o turista que for consumir faça o pedido no nome original, evitando futuros problemas de comunicação advinda de uma tradução.

Figura 5: Doces à base de ovos



Fonte: Anette Ruas⁶

Já quanto os doces à base de frutas, como as compotas de frutas (exposto pela Figura 7) e os de frutas cristalizados (ilustrado pela Figura 6), optamos por traduzir sua definição, ou seja, explicar em que consistem e como são feitos; isso porque esses doces não são tão comerciais como os finos.

⁵<https://agroflorestamazonia.com/noticias-recentes/charque-a-carne-salgada-mais-consumida-pelos-gauchos-durante-longos-anos-no-rs-o-principal-produto-da-sua-economia-era-o-charque/>

⁶<https://anetteruas.com.br/noticia/tradicao-doceira-de-pelotas-rs-e-reconhecida-como-patrimonio-imaterial-do-brasil>

Figura 6: Doces cristalizados



Fonte: Elo 7⁷

Figura 7: Compota de frutas



Fonte: Pinterest⁸

Considerações finais

O tripé da universidade pública brasileira, que se forma a partir dos eixos de formação, pesquisa e extensão, materializa-se no estágio profissional, que os tradutores em formação do Bacharelado em Letras – Tradução da UFPel devem realizar durante o sétimo e oitavo semestres. Nesse sentido, nos arriscamos a sair do recinto universitário e visibilizar a importância do nosso ofício nas instituições públicas do município, assim como suas contribuições ao desenvolvimento local de uma cidade turística como Pelotas.

A tradução turística é o primeiro gancho para atrair os visitantes estrangeiros a conhecer a história da cidade, sua riqueza gastronômica, cultural

⁷<https://www.elo7.com.br/doces-cristalizados-artesanais-cx-3kgs-varias-frutas/dp/C3AA20>

⁸ <https://br.pinterest.com/pin/559361216221761201/>

e arquitetônica, beneficiando não somente toda cadeia dos serviços turísticos da cidade como também os próprios habitantes. Na cidade, se cruzam a estética do frio, a presença indígena, a diáspora africana, os olhares dos platinos e dos moradores da fronteira, a cultura afropomerana, entre outros, tornando-a única, o que a faz conhecida como Patrimônio Material e Imaterial do Brasil pelo instituto IPHAN.

Os encargos de tradução, recebidos da Secretaria de Desenvolvimento, Turismo e Inovação (SDeTI), convertem-se no momento propício para recorrer à Abordagem Funcionalista da tradução e colocá-la ao serviço do *marketing* turístico, em especial da tradução de folhetos turísticos e dos *culturemas* oriundos da cidade.

Por último, é importante ressaltar a importância da tradução turística não somente para a cidade de Pelotas, mas também como um campo de atuação que bem poderia fortalecer e projetar o Bacharelado em Letras – Tradução da UFPel, a partir de uma perspectiva transdisciplinar e transversal, conectando-a a outros cursos, como Museologia, Ciência da Computação, Cinema e Animação, Desenho Digital, Terapia Ocupacional, História, entre outros. Inserindo, também, dessa forma, seus aportes na rede dos museus da cidade, não somente a partir da tradução textual do folheto turístico, como também, de uma tradução acessível, plurilíngue, multicultural, partindo dos espaços de arte e cultura da bela urbe pelotense.

REFERÊNCIAS

ÁVILA, S. R.; PARK, J. S. Traducción de *culturemas* en textos turísticos: tratamiento em español de las voces que designan la vestimenta tradicional coreana. **Mutatis Mutantis**. Colômbia, v. 14, n.2, p. 307 - 344, 2021. Disponível em: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/mutatismutandis/article/view/345117>. Acesso em: 14 set. 2021

GIRACCA, Mirella N. **Os *culturemas* presentes nos folhetos turísticos da Região Sul do Brasil: as técnicas utilizadas pelos tradutores**. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) – Estudos da Tradução, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

LONER, Beatriz Ana; GIL, Lorena Almeida; MAGALHÃES, Mario Osorio (org.). **Dicionário de história de Pelotas**. Pelotas: Editora da UFPel, 2017. E-book. Disponível em: <http://guaiaca.ufpel.edu.br/handle/prefix/3735>. Acesso em: 20 set. 2021

NADAL, L. L. Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales? **Language Design**. Barcelona, v.11, p.93 - 120, 2009. Disponível em: http://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/indice_vol11.html Acesso em: 17 set. 2021

NORD, Christiane. El funcionalismo em la enseñanza de traducción. **Mutatis Mutantis**. Colômbia, v.2, n.2, p. 209 - 243, 2009. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/233527> Acesso em: 10 set. 2021

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

PECCINI, Rosana. Galetto *AL Primo Canto*: tradição gastronômica, prato local e vestígios culturais. **V SeminTur**, Caxias do Sul, n. 5, p. 1 - 14, 2008. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/gt11. Acesso em: 29 set. 2021

TELLO, Andrea de P. *De Madrid a la mesa*: Análisis y evaluación funcional de la sección gastronómica de un folleto turístico de Madrid. Monografía (Tradução e Interpretação), Universidad Pontificia Comillas, Madrid, 2018.

VARGAS, Jonas M. Abastecendo *plantations*: A inserção do charque fabricado em Pelotas (RS) no comércio atlântico das carnes e a sua concorrência com os produtos platinos (século XIX). **História (São Paulo)**, São Paulo, v.33, n.2, p.540 - 566, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/his/i/2014.v33n2/> Acesso em: 23 set. 2021

Data de envio: 03/10/2021

Data de aprovação: 03/12/2021

Data de publicação: 16/02/2022