

MESTRADO EM TRADUÇÃO E SERVIÇOS LINGUÍSTICOS
TRADUÇÃO ESPECIALIZADA

O Vinho do Porto Traduzido

Relatório de Estágio – Centro de Visitas Fonseca

Sara Gonçalves Cruz

M

2022



Sara Gonçalves Cruz

O Vinho do Porto Traduzido

Relatório de Estágio – Centro de Visitas Fonseca

Relatório realizado no âmbito do Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos,
orientada pela Professora Doutora Maria Joana de Sousa Pinto Guimarães de Castro
Mendonça.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2022

Sara Gonçalves Cruz

O Vinho do Porto Traduzido

Relatório de Estágio – Centro de Visitas Fonseca

Relatório realizado no âmbito do Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos, orientada pela Professora Doutora Maria Joana de Sousa Pinto Guimarães de Castro Mendonça.

Membros do Júri

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Classificação obtida: (...) Valores

Índice

Declaração de honra	5
Agradecimentos	6
Resumo	7
Abstract.....	8
Índice de figuras	9
Introdução.....	10
1. Contextualização do estágio.....	13
1.1. Descrição do estágio	13
1.2. Duração.....	13
1.3. Plano de estágio	14
1.4. Descrição do projeto	14
2. Enoturismo em Portugal.....	16
3. Apresentação da empresa	18
4. O projeto.....	20
4.1. O desafio da tradução para L2	20
4.2. Início do estágio.....	22
4.3. Análise do texto de partida e processo de pré-tradução.....	25
4.4. Dificuldades e soluções no projeto	31
4.5. O desafio da “fortificação”	37
5. Tradução automática	39
5.1. O recurso à tradução automática e o papel da pós-edição	39
Considerações finais.....	43
Bibliografia.....	46

Declaração de honra

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 27 de setembro de 2022

Sara Gonçalves Cruz

Agradecimentos

A conclusão do Mestrado representa, para mim, o culminar de quase duas décadas de estudos e de todas as responsabilidades que elas representam. Foram anos divertidos e angustiantes, com noites mal dormidas e dias intermináveis, cada um deles a guiar-me até agora, o momento em que completo a minha formação numa área que todos os dias me cativa e motiva, não fosse o meu objetivo, já em pequena, “ser paga para falar várias línguas”.

Claro que não percorri todo este caminho sozinha, pelo que seria impossível celebrar este marco sem agradecer a quem mais me marcou. Em primeiro lugar, tenho de agradecer à professora Joana Guimarães, que me acompanha desde o meu segundo ano de licenciatura e que gentilmente aceitou ajudar-me em todo o processo do estágio. É com grande prazer que a junto à lista dos professores que mais me marcaram! Por isso mesmo, também não poderia deixar de parte a professora Manuela Lourenço, atual diretora do Agrupamento de Escolas de Cister, que ao longo do secundário sempre alimentou a minha paixão pelas línguas e nunca me falhou com uma palavra de motivação e, mais tarde, uma palavra amiga.

No que toca aos meus mais próximos, tenho de agradecer à minha mãe e ao meu irmão: pelos sacrifícios, pela companhia, pelas conversas, pelo apoio e por todos os “foi a vida que tu escolheste”. De facto, foi, mas não podia ter escolhido melhor!

Finalmente, e porque os últimos são sempre os primeiros, tenho de agradecer a mim própria. Claro que não conseguiria ter feito este caminho sozinha, mas tudo começou na minha vontade. São as minhas palavras que constroem este texto e é o meu nome que o assina, por isso, é com orgulho que carrego todo este percurso no meu peito.

Resumo

O presente relatório tem como objetivo descrever e analisar o período de Estágio Curricular efetuado no âmbito no segundo semestre do segundo ano do Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Desde há uns anos que Portugal se tem estabelecido na Europa como um destino de férias cada vez mais desejado, em grande parte pela sua oferta cultural. No norte de Portugal destaca-se a produção de vinho do Porto, produção essa que atrai cada vez mais turistas aos inúmeros Centros de Visitas que a região de Gaia tem para oferecer. O Estágio Curricular analisado neste relatório foi realizado no Centro de Visitas Fonseca e consistiu na tradução dos painéis informativos do museu de português para alemão.

O relatório inicia-se com uma breve contextualização do panorama turístico em Portugal e no papel que o vinho do Porto ocupa no mesmo. Segue-se uma breve apresentação da empresa em questão, antes de uma descrição e contextualização aprofundada do estágio. Por fim, confronta-se o trabalho realizado com as dificuldades que apresentou, em contexto com a teoria aplicada na resolução de problemas.

Após análise do texto de partida e da tradução, estabeleceu-se as obras de Katharina Reiß e Hans J. Vermeer (“Towards a General Theory of Translational Action – Skopos Theory Explained” [1984]), Jean-Paul Vinay e Jean Darbelnet (“Stylistics of French and English – A Methodology for Translation” [1995]) e ainda a obra coletiva “Handbook of Translation Studies” (2010) como principais fontes teóricas para a análise e resolução de problemas durante o processo de tradução.

Palavras-chave: vinho do Porto; Fonseca; tradução técnica; pós-edição; tradução automática

Abstract

This report seeks to describe and analyse the internship done as part of the second semester of the second curricular year of the master's degree in Translation and Linguistic Services of the Faculty of Arts and Humanities of the University of Porto.

In recent years, Portugal has cemented its place in Europe as an ever-growing holiday destination, partly due to its cultural offer. In the northern region of the country, the production of Port Wine seems to be the main attraction, as it draws many tourists to the countless Visitor's Centres that Gaia has to offer. The internship in which this report is based took place at the Fonseca Visitor's Centre and consisted of the translation of the information panels of the museum from Portuguese into German.

The report begins with a brief contextualization of the touristic setting in Portugal and in the role that Port Wine plays in it. Next comes a brief presentation of the company before an in-depth description and contextualization of the internship. Finally, the finished product will be confronted with the obstacles and difficulties that came from it, in context with the theory applied to solve such obstacles and difficulties.

After analysing both the source and target texts, the two main theory sources defined for the analysis and solution of problems during the translation process were "Towards a General Theory of Translational Action – Skopos Theory Explained" (Katharina Reiß and Hans J. Vermeer [1984]), "Stylistics of French and English – A Methodology for Translation" (Jean-Paul Vinay and Jean Darbelnet [1995]) and "Handbook of Translation Studies" (2010).

Keywords: Port Wine; Fonseca; technical translation; post-editing; machine translation

Índice de figuras

Figura 1 - Fase inicial do glossário desenvolvido	22
Figura 2 - Excerto do painel "Quinta do Cruzeiro"	24
Figura 3 - Tipologia de textos segundo Reiss e Vermeer (1984, p. 83)	25
Figura 4 - Excerto do painel "Fundação da Fonseca"	30
Figura 5 - Excerto do painel "Fundação da Fonseca"	31
Figura 6 - Excerto do painel "Marquês de Pombal"	32
Figura 7 - Excertos dos painéis "Vegetação", "Muro de Xisto", "Fonseca no Mundo"	34
Figura 8 - Excerto do painel "Produção"	36
Figura 9 - Excerto do painel "Guimaraens Vintage"	41

Introdução

O presente relatório foi elaborado no âmbito da conclusão do Estágio Curricular, inserido no Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Desde o início do mestrado que o objetivo sempre foi a realização de um estágio curricular, ainda para mais tendo em conta a praticidade da área, já que a tradução é um processo que se enriquece com a prática e o treino, pelo que o foco apenas na parte teórica não é suficiente. Assim, sempre se considerou que a execução de trabalho prático numa empresa inserida na área, quer de forma direta quer não, seria fundamental, pois permite a exploração de diferentes âmbitos da Tradução, desde os mais óbvios, como, por exemplo, tradução técnica ou legendagem, aos geralmente subvalorizados, como, por exemplo, funções de gestão de projetos, pós-edição, revisão, entre outros.

Hoje em dia, é também impossível ignorar a crescente concorrência que a oferta de tradutores amadores apresenta, já que, muitas vezes, fazem o trabalho a custo inferior, o que leva a que o trabalho dos tradutores profissionais seja desvalorizado. No entanto, e como se verificou durante o estágio em mais do que uma ocasião, a diferença de qualidade entre os produtos finais é gritante, comprovando que, como seria lógico, o trabalho desenvolvido por um tradutor profissional, ou, pelo menos, um tradutor com formação na área, apresenta uma qualidade superior, o que, por sua vez, coloca a empresa em vantagem em relação aos demais que recorrem a trabalho amador. Decidiu-se então que o brio no trabalho e a defesa da profissão do tradutor profissional enquanto garantia de qualidade são pilares fulcrais que o estagiário deve ter em atenção quando desempenha as suas funções.

Foi esse o cenário que se tentou concretizar durante o estágio descrito no presente relatório, que teve lugar no Centro de Visitas Fonseca (daqui para a frente referido como CV Fonseca), que pertence a uma empresa produtora de Vinho do Porto.

Numa altura em que o enoturismo ganha cada vez mais popularidade, as caves de vinho do Porto de Vila Nova de Gaia recebem cada vez mais visitantes. No entanto, após dois anos de volume turístico baixíssimo, alguns empreendimentos recentes, tal como o CV Fonseca, ainda têm algumas áreas sob expansão, como, por exemplo, o número de línguas disponibilizado aos visitantes. Tendo em conta este cenário, este relatório

descreverá o processo de tradução dos painéis informativos do museu do CV Fonseca para alemão, incluindo dificuldades encontradas e respetivas soluções.

Este relatório está dividido em quatro capítulos. O primeiro concentrar-se-á no crescimento de Portugal enquanto polo do enoturismo, assim como o papel que o vinho do Porto desempenha neste crescimento. O capítulo terá como principal base teórica o estudo de mercado desenvolvido por Pedro Quelhas Brito (2011), em parceria com a Associação das Empresas de Vinho do Porto e a Faculdade de Economia da Universidade do Porto. Esta contextualização teórica servirá para enquadrar a necessidade de o mercado do vinho do Porto recorrer à Tradução, para além de contextualizar o cenário em que o estágio curricular se insere. O segundo capítulo terá como foco a empresa acolhedora do estágio, quer do ponto de vista da sua história, quer da perspetiva turística em que se insere atualmente. O objetivo deste capítulo é imergir o leitor não só no espaço físico em que o estágio se desenrolou, como também clarificar as circunstâncias algo invulgares que levaram à necessidade por parte da empresa de investir em tradução, em particular como consequência da pandemia de Covid-19. O terceiro capítulo focar-se-á dos contornos específicos do estágio, em especial o período de estágio e as condições e ferramentas de trabalho. Nesta secção destacar-se-á em particular o papel do tradutor enquanto gestor do próprio fluxo de trabalho, uma vez que a empresa não tem departamento de tradução interno, o que significa que o estagiário foi responsável por gerir o seu próprio ritmo de trabalho. Por fim, no quarto capítulo serão analisados os principais cenários práticos que se verificaram ao longo do estágio, com ênfase nos obstáculos e dificuldades que se tenham verificado, assim como respetivas soluções. No decorrer da tradução, definiram-se duas obras como principais fontes teóricas: “Towards a General Theory of Translational Action – Skopos Theory Explained” de Katharina Reiß e Hans J. Vermeer (1984) e “Stylistics of French and English – A Methodology for Translation” de Jean-Paul Vinay e Jean Darbelnet (1995).

Outro aspeto destacado no quarto capítulo é o papel da tradução automática e a função do tradutor enquanto pós-editor, uma vez que, dado o elevado volume de trabalho e o tempo limitado, foi necessário recorrer a tradução automática em algumas ocasiões. No entanto, aliado à independência já mencionada da gestão de trabalho, aproveitou-se essas ocorrências para explorar um serviço linguístico que é cada vez mais procurado pelos clientes. Por fim, as considerações finais colocam em perspetiva tudo o que foi

posto em prática durante o estágio, desde a organização do projeto à apreciação do trabalho envolvido na procura de soluções para os todos os obstáculos enfrentados.

1. Contextualização do estágio

1.1. Descrição do estágio

A motivação por detrás da escolha da empresa onde realizar o estágio surgiu por duas razões: em primeiro lugar, o interesse pessoal pela área dos vinhos, com destaque para o Vinho do Porto. Embora seja um produto internacionalmente reconhecido, a sua riqueza em história e complexidade passa muitas vezes despercebida. Este potencial de conhecimento despertou de forma particular a minha curiosidade. Por outro lado, um dos objetivos deste estágio era explorar também a relação entre a Tradução e o Turismo. São duas áreas que estão constantemente em contacto, ainda que que o público e, algumas vezes, os próprios profissionais não tenham consciência. Em qualquer área do setor turístico é necessária a disponibilização da informação em diversas línguas como, por exemplo, em museus, parques, monumentos, entre outros. No entanto, é raro o recurso a profissionais de Tradução para desenvolver esse trabalho. Ao invés, a escolha mais popular é tradutores amadores ou colaboradores que falem as línguas necessárias. Este método resulta, muitas vezes, em material de baixa qualidade que transmite informações incorretas aos clientes.

Desta forma, o objetivo do estágio numa empresa da área do Turismo procurou também evidenciar o impacto da formação profissional na qualidade das traduções obtidas.

1.2. Duração

O estágio curricular teve início no dia 1 de março de 2022 e terminou no dia 31 de maio de 2022. Ao todo, foram efetuadas 531 horas de trabalho efetivo em regime *full-time*.

É de salientar que, visto que a abertura do CV Fonseca só ocorreu no dia 1 de abril, o primeiro mês de estágio foi realizado no Centro de Visitas Taylor's e foi, por isso, dedicado à aprendizagem e compreensão da área do vinho do Porto, desde a produção às características específicas de cada marca. Embora tenha, à primeira vista, parecido um contratempo, este mês de compasso revelou-se bastante útil: quando foi necessário iniciar a tradução do material, grande parte do vocabulário utilizado já era conhecido, o que permitiu avançar com o projeto a um ritmo muito mais constante.

Foram traduzidos 191 painéis, resultando num total de 12 463 palavras em alemão.

1.3.Plano de estágio

Como já foi mencionado, o CV Fonseca abriu apenas em abril, sendo que, até esse momento, não tinha sido possível ter acesso ao texto de partida. Assim sendo, e tendo em conta que o estágio curricular começou ainda na época baixa, ficou acordado que as funções desempenhadas não seriam exclusivamente de tradução. Caso necessário, também se prestou auxílio em áreas como receção e sala de provas, esta última que incluía a apresentação de diversos vinhos aos clientes. Ainda assim, todas as funções desempenhadas contribuíram para um melhor fluxo de trabalho de tradução, uma vez que permitiram explorar e desenvolver os seguintes pontos:

- Enriquecimento do vocabulário da área em vários idiomas
- Perceção do nível de compreensão do cliente

Ambos estes aspetos serão desenvolvidos nos subcapítulos “4.1. Início do estágio” e “4.2. Análise do texto de partida e processo de pré-tradução”.

1.4.Descrição do projeto

Tal como já foi mencionado, o trabalho efetuado durante o estágio curricular foi composto por apenas um projeto de tradução a longo prazo: a tradução dos painéis informativos do museu na íntegra, de português para alemão.

Um dos primeiros obstáculos a confrontar foi o facto de a empresa não ter os painéis informativos em formato Microsoft Word. Assim, foi necessário fotografar individualmente cada painel antes de começar a tradução. Durante o processo de tradução, esta dificuldade refletiu-se na impossibilidade de usar funções tão simples como, por exemplo, copiar e colar texto, uma vez que o texto original estava disponível apenas em imagem. Já que se tratava de 191 ficheiros de imagem, optou-se por organizar o material da seguinte forma: nos guiões utilizados para a formação de guias, o museu está dividido em dez secções. São elas “Entrada”, “Douro”, “Muro de Xisto”, “Produção”, “Lagar – Aromas”, “Fonseca – História”, “Produtos”, “Vintage”, “Bin 27” e “Última Sala”. Os ficheiros foram então distribuídos em dez pastas, cada uma correspondente a uma secção

do guião de visita. Em paralelo, o texto traduzido era organizado exatamente da mesma forma, com a exceção de se tratar de ficheiros Word.

2. Enoturismo em Portugal

O enoturismo é, por definição, o turismo em que a prova do vinho e a experiência da visita à região vitivinícola são os principais fatores motivadores dos visitantes (Hall citado por Fonseca, 2018, p. 5). Este tipo de turismo pode incluir a visita a vinhas, adegas, festivais de vinho e/ou espetáculos de vinho, entre outros, desde que a prova de vinhos e a experiência dos atributos da região vitivinícola sejam a principal motivação dos visitantes.

Segundo Carlsen (2004) citado por Fonseca (2018, p. 8), a produção de vinho e o turismo encontram-se em dois pontos opostos na economia. Por um lado, a produção de vinho é considerada uma atividade do setor primário, orientada pela oferta, ou seja, rege-se com base nos preços decididos pelo mercado. Por outro lado, o turismo é considerado um serviço, ou seja, é impulsionado e influenciado pela procura, pois é a procura que estabelece e define preços. Na mesma dissertação, Fonseca cita Simões (2008) e afirma que o enoturismo pode ser analisado pelo lado da oferta e pelo lado da procura: a procura é caracterizada pela paisagem rural natural relacionada com o vinho, aliada à atividade vitivinícola que levam o turista ao local. Já a oferta mantém-se através de produtos enoturísticos: visitas a caves, adegas, quintas, compra e degustação de vinhos. Portugal sempre foi um país com uma grande tradição vitivinícola, tanto histórica como culturalmente. Assim, não é surpreendente que tenha vindo a crescer enquanto um destino popular de enoturismo.

No *website* Wines of Portugal, são anumeradas três categorias oficiais utilizadas tanto em Portugal como no resto da Europa para classificar vinhos. São elas:

- DOC ou DOP
Os acrónimos significam Denominação de Origem Controlada e Denominação de Origem Protegida, respetivamente. Estas classificações indicam que o vinho apresenta características que o inserem numa região ou localidade específica, sendo que, muitas vezes, a sua produção não é permitida em mais nenhum local.
- IG ou IGP (Vinho Regional)
As siglas significam Indicação Geográfica e Indicação Geográfica Protegida, respetivamente. Portugal está dividido em 14 áreas de Vinho

Regional. Estes vinhos são vinhos que estão associados a uma região em particular e, por hábito, carregam o nome da região do seu rótulo. No entanto, ao invés do cenário acima mencionado, estes vinhos não são de produção regional exclusiva.

- Vinho

Esta categoria diz respeito normalmente aos vinhos de mesa.

Portugal tem disponíveis variados vinhos que se inserem na primeira categoria, sendo de destacar o Madeira, Moscatel e, claro, o vinho do Porto.

A região do Douro, onde o vinho do Porto é produzido desde a época dos romanos, é uma região demarcada desde 1756, quando o Marquês de Pombal ilegalizou toda a produção de vinho fortificado¹ que ocorresse fora da região, de forma a assegurar a qualidade do vinho exportado para Inglaterra. Assim, todo o vinho fortificado que não seja produzido na região do Douro não pode, legalmente, ser vendido sob o nome vinho do Porto.

De forma a enquadrar o papel do vinho do Porto no panorama turístico português, assim como a necessidade de conteúdos traduzidos nos pontos turísticos, teve-se como base o estudo de mercado desenvolvido por Pedro Quelhas Brito (2011). De ressaltar que o estudo foi levado a cabo em 2011, ou seja, os resultados analisados não refletem a situação pós-pandémica que se vive ainda hoje. Ainda assim, considerou-se uma fonte de interesse para demonstrar o quanto a área cresceu. Em entrevistas efetuadas tanto nas ruas do Porto como nas proximidades de caves, 600 indivíduos de seis nacionalidades diferentes foram interrogados acerca da sua intenção de visita a caves de vinho do Porto.

Dos 56,2% que afirmaram ter interesse em visitar caves, 48,7% já o tinham feito, enquanto 7,5% planeavam fazê-lo durante a estadia. Quando questionados sobre a sua experiência na visita às caves, 60% dos inquiridos recomendaria a visita a amigos ou familiares e 33% admitiu ser provável vir a tornar-se consumidor habitual de vinho do Porto no seu país. De notar que uma das maiores desvantagens apontadas pelos visitantes foi a falta de informação na cidade do Porto em relação às caves, no entanto, tendo em conta o crescimento das empresas nos últimos anos, esse cenário não se verifica atualmente.

¹ Para a definição de “fortificação”, consultar o capítulo 4.4 “O desafio da fortificação” (p. 33)

3. Apresentação da empresa

A Fonseca é uma empresa de produção de vinho do Porto fundada em 1815 por João dos Santos Fonseca. A data é assinalada pelo recibo de compra de trinta e dois cascos de vinho que começaram o negócio. Sete anos depois, em 1822, o seu sócio Manoel Pedro Guimaraens viajou para Inglaterra por motivos políticos, levando o nome Fonseca consigo. A partir daí, a Fonseca começou a ser reconhecida em todo o mundo enquanto produtora de vinhos do Porto de qualidade. Desde então, a Fonseca tem crescido enquanto empresa e aumentando o seu catálogo de vinhos, sendo conhecida em particular pelos seus vinhos *Vintage*. Em 1949, devido à grave crise que se fez sentir por causa da II Guerra Mundial, a Fonseca foi vendida ao grupo Taylor, Fladgate & Yeatman (atualmente conhecida como The Fladgate Partnership), ao qual pertence até hoje.

O Centro de Visitas Fonseca encontra-se na Rua do Choupelo, em Vila Nova de Gaia, no centro dos empreendimentos da The Fladgate Partnership. Abriu pela primeira vez em 2020, pouco tempo antes do início da pandemia. Após algumas reaberturas sem sucesso, o CV voltou a abrir de forma definitiva em abril de 2022.

O espaço está dividido em dois andares onde se distribui a história do vinho do Porto e da empresa. O primeiro andar é dedicado à viticultura e ao percurso da Fonseca, podendo encontrar-se expositores que descrevem o processo de produção de vinho do Porto e uma cronologia da história da empresa, assim como uma apresentação das personalidades mais importantes envolvidas no negócio. Há ainda uma secção interativa de explicação dos aromas do vinho, onde o visitante pode cheirar alguns dos aromas mais comuns e adivinhar do que se trata. O segundo andar tem como foco a produção de vinho do Porto *Vintage* e a posição da Fonseca enquanto produtor e distribuidor internacional. É possível explorar os três tipos de *Vintage* que a empresa produz e o que caracteriza cada um e o visitante pode ainda ver uma garrafeira em utilização. Também estão expostos inúmeros recibos de compra e venda datados desde a fundação da empresa que mostram todos os países onde a Fonseca está presente. Já no final da visita, são apresentados os vinhos mais populares e as harmonizações recomendadas. Ao longo de todo o percurso, o visitante pode ver diversos balseiros ativos, onde o vinho está a envelhecer.

Dado o carácter recente do CV, toda a exposição estava inicialmente disponível apenas em português e inglês. No entanto, desde o início que o objetivo sempre foi expandir a oferta de línguas, estando a tradução do material para espanhol e francês já

concluída aquando do início do estágio. Assim, o objetivo do estágio descrito no presente relatório foi a tradução da totalidade dos painéis informativos do museu do Centro de Visitas Fonseca de português para alemão. No momento da escrita deste relatório, não houve qualquer feedback da empresa no que toca a uma revisão do material traduzido. Ainda assim, e de forma a garantir a integridade do relatório, optou-se, por iniciativa própria, por procurar revisão junto de colegas, tendo-se conseguido uma revisão feita por um tradutor profissional.

4. O projeto

4.1. O desafio da tradução para L2

Desde os primeiros registros de atividade de tradução, já na Grécia antiga, o habitual era os tradutores trabalharem de uma língua estrangeira (denominada de L2) para a sua língua nativa (denominada de L1) (Baachaoui, 2014, p. 148). A razão para esta norma que se cimentou na teoria da tradução durante tanto tempo é a improbabilidade de o tradutor conseguir dominar duas línguas com nível de fluência igual: a língua não-materna estará sempre sujeita a mais falhas por parte do falante. Na mesma obra, Baachaoui afirma que, assim, é geralmente aceite que as melhores traduções são realizadas a partir da segunda língua do tradutor (língua de partida) para a sua língua materna (língua de chegada) (p. 148).

Outro obstáculo mencionado na mesma obra e que, especificamente, afetou o projeto descrito neste relatório, foi a interferência linguística. Baachaoui citando Newmark (2014, p. 150), contextualiza a interferência linguística da seguinte forma:

“The native speaker’s natural feel for a language imbues him with the intuitive ability of suspecting what seems unnatural, an ability which can be attributed to the native’s ‘massive common sense...[which] will protect him [the translator] from his own ingenuity, his recherche’ and exotic brainwaves, which are so often idiotic”

Assim, quando o tradutor trabalha a partir da L1 para a L2, está mais vulnerável a lacunas e erros que derivem da diferença no nível do domínio de cada língua, uma vez que nunca apresentará um nível de fluência em L2 igual ao da L1. A prática deste ideal está tão enraizada entre os profissionais de tradução que até foi adotada em organizações internacionais, como, por exemplo, na União Europeia. Segundo Dollerup (2006) e Pokokrn (2000), citados, respetivamente, por Baachaoui (2014, p. 150):

“The European Union [...] sticks to the ‘mother-tongue principle’ according to which translation professionals only work into their mother tongue.” This unwritten rule is due, to “a conviction that we can grasp the ungraspable only in our mother tongue, and consequently create a convincing translation only in our native language”

É então possível concluir que, idealmente, o tradutor deverá trabalhar com a sua segunda língua como língua de partida e a sua língua materna como língua de chegada. Ainda assim, o cumprimento desta “norma” generalizada não garante a execução perfeita da tradução. Baachaoui (2014, p. 151) cita Campbell (1998) e aponta a compreensão do texto de partida como uma das possíveis dificuldades na tradução de L2 para L1. Mais especificamente, cita exemplos de Mackenzie e Vienne (2000) como contratos e patentes, em que a compreensão total do texto de partida é mais importante do que ao nível de fluência da língua de chegada. Por isso mesmo, a tradução da língua materna para a segunda língua também carrega algumas vantagens, como afirma Baachaoui (2014, p. 151):

“[...] the importance of grasping the correct ST message and rendering it in clear, straightforward language, an endeavour which can only be carried out by a native speaker translating from his mother tongue into a second language.”

Como se pode observar, é possível apontar vantagens e desvantagens a ambas as normas de tradução, quer seja de L1 para L2 ou L2 para L1. No caso do projeto descrito neste relatório, a dificuldade mais fortemente sentida foi, sem dúvida, o nível de fluência da L2, uma vez que foi a partir daí que se optou, por exemplo, pela estratégia de segmentar frases demasiado compridas, de forma a manter a integridade gramatical da língua de chegada. Ainda assim, já que o texto de partida diz respeito a uma área com alguma especificidade, vale também a pena mencionar a importância da compreensão total do texto de partida, já que facilitou a pesquisa por termos e a tomada de decisão em relação às estratégias utilizadas.

4.2. Início do estágio

O início do período de estágio foi passado no CV Taylor's, antes da abertura do CV Fonseca. Embora neste período não tenha sido efetuado nenhum trabalho de tradução, foi essencial para a aprendizagem do vocabulário da área, uma vez que permitiu um ritmo de trabalho de tradução mais fluido. Construiu-se então um glossário, de forma a facilitar a pesquisa por equivalentes e, além disso, garantir a consistência e concisão das soluções. A grande maioria dos termos que formaram o glossário foram retirados do guião de visita do CV Taylor's, uma vez que não são termos exclusivos de uma marca específica. Para além disso, teve-se também como base o discurso utilizado na apresentação de vinhos aos visitantes, selecionando-se assim, como ponto de partida, os termos utilizados mais frequentemente ao longo de um dia de trabalho. Abaixo encontra-se uma imagem da fase inicial deste glossário:

Termo Original	Termo EN	Termo DE
Vinho do Porto	Port Wine	der Portwein/der Port, -e
pipa	wood vat	das Weinfass/Fass, -er
balseiro		das große Weinfass/Fass, -er
Vintage	Vintage	Vintage Port
Tawny	Tawny	Tawny Port
Ruby	Ruby	Ruby Port
Late Bottled Vintage	Late Bottled Vintage	Late Bottled Vintage Port
maturação/envelhecimento		die Reifung, -en
garrafa	bottle	die Flasche, -en
cave	cellar	der Weinkeller, -
garrafeira		das Flaschenlager, -er
uva	grape	die (Wein)Traube, -en
vinha	vineyard	der Weinberg, -e/das Weingut, -er
estilo de vinho do Porto	style of Port	der Portweinstil, -e
fortificação	fortification	das Aufspritzen
vindima	harvest	e, Weinlese, -n

Figura 1 - Fase inicial do glossário desenvolvido

É de destacar que os termos incluídos no glossário, pelo menos nesta fase preliminar, diziam respeito ao vinho do Porto na sua generalidade, ou seja, eram termos aplicáveis a qualquer vinho do Porto, independentemente de qual fosse a marca. Quaisquer palavras específicas do estilo e história da Fonseca foram adicionadas mais tarde, da mesma forma que palavras específicas ao estilo e história da Taylor's foram deixadas de parte de propósito, para que não se misturassem termos únicos de cada marca.

Outro aspeto fundamental desta fase inicial foi a compreensão do nível do conhecimento do cliente. Em primeiro lugar, chegou-se à conclusão que, embora a maioria dos visitantes falasse um inglês correto, não era falante nativo. Em vez disso, verificou-se uma grande afluência de nativos dos Países Baixos, Suíça, Alemanha e Itália. Assim, concluiu-se que, dada a especificidade do vocabulário, o texto em inglês poderia não ser compreendido na totalidade pelo visitante, ainda que este conseguisse comunicar em inglês. Um dos maiores exemplos a destacar nesta situação é o verbo “fortificar”: surge em inglês como “fortify” ou na expressão “fortified wine”, mas, como se trata de um processo específico do fabrico de vinho do Porto em que a fermentação do vinho é interrompida ao acrescentar um líquido de alto teor alcoólico (aguardente vínica), grande parte dos visitantes não compreende o seu significado. Este cenário verifica-se também junto do público português, o que comprova a hipótese de que o vocabulário mais técnico pode não ser compreendido pela maioria dos visitantes.

Ao completar o primeiro mês de estágio, o CV Fonseca abriu finalmente ao público, e foi então possível começar efetivamente a tradução dos painéis do museu.

Como já foi mencionado, o primeiro obstáculo a ultrapassar foi o formato do texto original. Provavelmente por causa do início atribulado do CV, período no qual várias equipas diferentes trabalharam no espaço, o texto original em formato Word foi perdido. Assim, foi necessário tirar fotografias manualmente a todos os quadros do museu. Mesmo depois de ter todo o texto original reunido, o formato continuou a revelar-se uma dificuldade bastante grande, uma vez que foi bastante difícil trabalhar a partir de texto fotografado. Algumas dificuldades eram estéticas, como, por exemplo, reflexos das luzes nos painéis expostos. Outras dificuldades eram técnicas, como foi o caso da impossibilidade de copiar o texto original com atalhos do teclado.

Outro aspeto menos positivo foi a probabilidade de o texto original ser a versão em inglês e o texto português ser uma tradução. Como se trata de uma empresa gerida por uma família inglesa e a pessoa responsável pelo desenvolvimento do CV tinha o inglês como principal língua de trabalho, é possível que o texto dos painéis informativos do museu tenha sido originalmente escrito em inglês e que tenha sido essa a base para a versão em português. É possível chegar a esta conclusão ao observar algumas construções fráscas do texto em português e compará-las com o texto paralelo em inglês, como se pode ver no exemplo abaixo:

Texto em Português	Texto em Inglês
Localizada no vale do Pinhão, a norte da Quinta do Cruzeiro, <i>a Quinta de Santo António é uma pequena, mas notável propriedade.</i>	Located in the Pinhão Valley, just north of Quinta do Cruzeiro, <i>Santo António is a small but remarkable estate.</i>

Figura 2 - Excerto do painel "Quinta do Cruzeiro"

Como é possível observar, a frase em inglês segue uma estrutura perfeitamente natural, pois o adjetivo está corretamente posicionado antes do substantivo (“small (...) estate”). Na versão em português, esta sequência foi reproduzida. No entanto, a mesma estrutura na língua portuguesa pode causar estranheza. Os adjetivos qualificativos (como é o caso de ambos “pequena” e “notável”), quando colocados em anteposição, carregam a qualidade subjetiva e não restritiva, ou seja, conferem ao substantivo uma qualidade dependente da opinião do autor. Pelo contrário, quando colocados em posposição ao nome, os adjetivos conferem uma classificação ou característica objetiva ao nome. Na situação acima apresentada, é possível concluir que cada adjetivo encaixa numa categoria diferente. Por um lado, o adjetivo “pequena” pode considerar-se objetivo, uma vez que a dimensão da quinta não é uma informação subjetiva. No entanto, a qualidade da propriedade já depende da perspectiva do autor, que, neste caso, a descreveu como “notável”. Tendo tudo isto em conta, a opção mais correta seria colocar os dois adjetivos em posposição, já que uma qualidade subjetiva depois do nome causa menos estranheza do que uma qualidade objetiva antes do mesmo.

É bastante plausível concluir que um falante nativo de português europeu conseguiria construir (ou traduzir) a frase na sua forma gramatical correta. Como tal não se verifica, é seguro presumir que o texto original, pelo menos em alguns dos painéis, é, na verdade, o texto em inglês. Para além disso, parece ainda provável que o texto em português tenha sido traduzido por um falante não nativo ou com recurso a tradução automática.

No entanto, dada a falta de possibilidade de confirmar esta hipótese, considerou-se que, para todos os efeitos, o texto em português é o texto original.

Independentemente de qual tenha sido o primeiro texto a ser escrito, foi, sem dúvida, uma enorme vantagem ter os dois textos acessíveis aquando da tradução para alemão.

A nível de ferramentas de trabalho, a principal ferramenta de tradução foi o Microsoft Word. Também foram utilizados os dicionários Leo, para palavras singulares, e Linguee, para expressões complexas. O motor de busca Google Imagens também foi utilizado, principalmente para confirmar de forma visual o equivalente escolhido. Para painéis mais complicados, obteve-se uma tradução gerida automaticamente pelo DeepL, que foi depois sujeita a pós-edição. Estas situações em específico serão analisadas mais à frente.

4.3. Análise do texto de partida e processo de pré-tradução

No que toca à categorização dos textos, o texto de partida encaixa-se nas características do texto informativo, como é possível observar no esquema abaixo:

		informative	expressive	operative
E N C O D I N G L E V E L	content (+ aesthetic organization); persuasive configuration			x
	content; aesthetic organization		x	(x)
	content	x	x	x

Figura 3 - Tipologia de textos segundo Reiss e Vermeer (1984, p. 83)

A tabela organiza os tipos de texto segundo o seu conteúdo e a forma como este está organizado. Caso um texto apresente apenas factos, ou seja, a linguagem for clara e explícita, sem utilização de recursos estilísticos ou linguagem persuasiva, encaixar-se-á na categoria de texto informativo. Caso apresente conteúdo e organização estética, é provável que se trate de um texto expressivo. Finalmente, se for possível distinguir conteúdo, organização estética e configuração persuasiva, será um texto operativo. Ainda

que o texto de partida seja um texto algo estético, uma vez que não deixa de ter a intenção de atrair o visitante, encontrou-se a seguinte definição para o texto informativo:

“if the text has been composed with the intention of passing on news, knowledge, views, etc. (which can be assigned to the representational function of language), we speak of an informative text type.” (Reiss e Vermeer, 1984, p. 82)

Assim, optou-se pela abordagem adequada ao texto informativo, uma vez que se concluiu ser o mais benéfico para o visitante. A abordagem mencionada passa pela tradução em texto simples, ou seja, dá-se preferência a frases curtas e claras, que facilitem a assimilação da nova informação por parte do leitor.

Como já foi mencionado, o texto de partida encaixa-se no texto informativo, que é caracterizado por linguagem clara e explícita. No entanto, a área a que diz respeito é uma área com termos bastante específicos, já que se trata de um contexto bastante especializado. Encontra-se então um paradoxo: como se produz um texto de vocabulário especializado com o intuito de transmitir novas informações ao leitor? Segundo Löning (1981), citada por Alegre e Herget (2012, p.2), é possível distribuir os textos especializados em quatro níveis diferentes, dependendo do nível de compreensão dos intervenientes:

- 1.1. Intervenientes da comunicação: especialista – especialista (cientista – cientista)
- 1.2. Finalidade: transmissão de conhecimento especializado atual
- 1.3. Estilo: TEXTO CIENTÍFICO
- 1.4. Exemplos: publicações, relatórios

- 2.1. Intervenientes da comunicação: especialista – “semi-especialista” (docente – discente)
- 2.2. Finalidade: transferência de conhecimento
- 2.3. Estilo: INSTRUÇÃO
- 2.4. Exemplos: livros de estudo, manuais, monografias

- 3.1. Intervenientes da comunicação: especialista – leigo (médico – paciente)
- 3.2. Finalidade: esclarecimentos e instruções práticas
- 3.3. Estilo: ESCLARECIMENTO
- 3.4. Exemplos: livros e apontamentos sobre o aconselhamento de pacientes

- 4.1. Intervenientes da comunicação: leigo – leigo (jornalista – leitor)
- 4.2. Finalidade: despertar interesse, levantar questões
- 4.3. Estilo: TTEXTO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA
- 4.4. Exemplos: artigos em jornais e revistas, publicações sobre saúde

De destacar o nível 3: comunicação entre especialista e leigo. Como é possível constatar, a finalidade deste tipo de texto é esclarecer e transmitir instruções práticas e o seu estilo característico é esclarecimento. Embora o exemplo acima seja desenvolvido no âmbito da comunicação médica, não se considera haver razão pela qual os mesmos parâmetros não possam ser aplicados ao texto em questão, uma vez que o nível de compreensão de ambos os intervenientes (tanto o especialista como o leigo) é semelhante em ambos os contextos. Foi através destas duas bases (a tipologia de textos segundo Reiss e Vermeer e os níveis de especialização dos textos segundo Löning) que se concluiu ser adequado ter uma abordagem didática na tradução do texto de partida.

Um dos principais componentes no processo de pré-tradução foi a teoria do *skopos* (“*the skopos of an action takes precedence over the mode of action, i.e. the purpose determines whether, how and what is done.*” Reiss e Vermeer, 1984, p. 9), ou seja, a definição do propósito da tradução e a consciência do público-alvo e, a partir daí, tomar as decisões adequadas no que toca a tradução do texto.

Na sua obra “Towards a General Theory of Translational Action – Skopos Theory Explained” (1984, p. 9) Reiss e Vermeer clarificam a teoria do *skopos* da seguinte forma:

“By summarizing all the requirements for an action, we are presupposing that it makes sense for an agent to choose one aim from all the possible culture-specific options in a particular situation.”

Na mesma página, os autores aplicam este exemplo à tradução:

“A theory of action begins with a specific situation which is assessed by a particular person in a particular way. This person then acts in such a way that his action can be justified by his assessment of the situation (we shall not go into the details). A theory of translational action begins with a situation that always includes a preceding action, i.e. the source text; here, the question is not whether and how somebody acts but whether, how and in what respect the previous action is continued (translated/interpreted).”

No fundo, a teoria do *skopos* deixa a solução inteiramente à responsabilidade do tradutor, depositando-lhe a confiança de que as suas decisões serão tomadas tendo em conta a sua avaliação do contexto e público-alvo da tradução. A partir daí, o tradutor é livre de decidir de que forma vai transferir o conteúdo da língua de partida para a língua de chegada, assumindo independência total para alteração de estruturas de frases, classes gramaticais, recursos expressivos e outros.

Tendo como principal base esta teoria, partiu-se para a análise do público-alvo. A grande maioria dos visitantes são pessoas com conhecimento básico ou nulo tanto acerca de vinhos em geral como de vinho do Porto. Foi possível chegar a esta conclusão ao analisar o texto de partida, uma vez que é caracterizado por linguagem bastante específica, em especial no que toca a informação que seria óbvia para conhecedores da área. Atente-se no seguinte exemplo:

*“Os vinhos do Porto podem ser divididos em duas grandes “famílias”:
vinhos do Porto envelhecidos em madeira, que envelhecem num casco ou
em cuba, normalmente feita de carvalho, e os vinhos do Porto
envelhecidos em garrafa que, como o nome indica, passam a maior parte
das suas vidas a amadurecer em garrafa.”*

A categorização do vinho do Porto é provavelmente das informações mais básicas acerca da área, sendo, por isso mesmo, disponibilizada logo no início do percurso do museu. Ainda assim, é perfeitamente aceitável que, ainda que familiarizada com as diferentes categorias de vinho do Porto no que toca aos aromas (ex: vinho *ruby*, vinho *tawny*, etc), a maioria dos visitantes poderá não saber a distinção entre vinhos que envelhecem em madeira e vinhos que envelhecem em garrafa. O exemplo acima mencionado é um exemplo bastante pertinente da análise do texto de partida como método de perfilagem do público-alvo.

Nesta análise entrou também o período de tempo passado do CV Taylor's, antes da abertura do CV Fonseca. Como já foi mencionado, o primeiro mês do período de estágio não envolveu trabalho efetivo de tradução, tendo, em vez disso, consistido no desempenho das funções que o resto dos funcionários da empresa tem. Estas funções passaram em particular pela venda de bilhetes e apresentação de provas de vinhos. Vale a pena destacar este último mencionado, já que foi a partir daí que foi possível compreender o nível de conhecimento dos visitantes. Para além do conhecimento da área

dos vinhos, conseguiu-se ainda analisar o nível de compreensão de inglês por parte dos clientes, já que, ainda que a maioria falasse um inglês quase perfeito, não eram falantes nativos, o que poderia interferir com a escolha do vocabulário utilizado na comunicação. Alguns exemplos de termos não compreendidos por falantes não nativos de inglês são: “Single-Estate”, “Single-Harvest”, “extra dry wine” e “bottle-aged”. Para além destes, algum vocabulário mais específico também causava entraves, em particular “vats”, “casks”, “tanines” e “fortification”. Os primeiros exemplos mencionados eram facilmente substituídos por uma explicação simplificada, adotando-se assim uma estratégia de tradução por paráfrase, descrita por Cabré na secção “Terminology and translation” do livro “Handbook of Translation Studies – Volume 1” (2010, p. 63) da seguinte forma:

“[...] translators may simply write the original term with quotation marks or explain the concept through a paraphrase.”

Assim, quando o vinho era explicado ao cliente, seria dito “wine made using grapes from only one vineyard” em vez de “Single-Estate”, por exemplo.

No caso do segundo grupo de exemplos, trata-se de termos mais difíceis de explicar por paráfrase, uma vez que dizem respeito a elementos específicos do vocabulário relacionado com vinho do Porto. Assim, essas palavras seriam utilizadas na mesma, ainda que se corresse o risco de não serem totalmente compreendidas pelo interlocutor, colocando-se ainda a hipótese de usar as palavras na sua forma original portuguesa.

De notar apenas que estas estratégias eram utilizadas apenas na comunicação oral. Na tradução escrita, a principal solução passou por utilizar os termos na sua forma literal. No entanto, como é possível observar no exemplo descrito no início desta secção, a maior parte do vocabulário específico já estava acompanhado por uma breve definição no texto em português, facilitando assim a decisão por parte do tradutor. Foi na tomada deste tipo de decisões que o acesso constante ao texto em inglês se mostrou uma mais-valia, uma vez que, muitas vezes, era através da consulta do texto em inglês que se decidia como utilizar o termo na tradução para alemão: nos painéis em que o texto em inglês mantinha a palavra em português, o mesmo era feito na tradução para alemão, e vice-versa.

Como também já foi mencionado, foi inicialmente definido que o texto original é um texto informativo, cujo objetivo é transmitir informação e conhecimento ao leitor. Chegou-se então assim ao público-alvo: visitantes do CV com conhecimento reduzido ou

nulo na área. Partindo então do princípio de que a maioria dos visitantes tem muito pouco, ou nenhum, conhecimento acerca de vinho do Porto, concluiu-se que a tradução devia ser, na sua maioria, composta por frases curtas, claras e simples, de forma a facilitar a assimilação de novas informações. Esta decisão veio a revelar-se uma enorme vantagem ao longo do projeto, uma vez que, sendo o alemão a segunda língua de trabalho e, por isso, uma língua de domínio mais complicado, a solução mais óbvia passava quase sempre pela simplificação das frases. Ao mesmo tempo, sendo o português uma língua naturalmente complexa, foi necessário planear de forma cuidada a melhor forma de simplificar a frase, de forma a afetar o conteúdo o mínimo possível. Atente-se no exemplo abaixo:

Texto em Português	Texto em Alemão
Durante a sua visita terá oportunidade de seguir a história da empresa, conhecer as famílias que mudaram o seu destino, descobrir as suas tradições como pioneiros na viticultura sustentável e biológica e explorar as várias propriedades que são a fonte dos seus famosos Vintages.	Im Laufe Ihres Besuchs lernen Sie des Unternehmens und die Familien, die dessen Zukunft bestimmten, kennen. Entdecken Sie auch unsere Traditionen als Wegbereiter des nachhaltigen und biologischen Weinbaus und entdecken Sie die Weingut, in dem der berühmte Vintage Portwein produziert wird.

Figura 4 - Excerto do painel "Fundação da Fonseca"

O excerto em português é uma enumeração de tudo aquilo que o visitante terá oportunidade de fazer durante o seu percurso no CV Fonseca. No entanto, é uma enumeração complexa, uma vez que cada “possibilidade” apresentada ao cliente é expressa em construções com sujeitos diferentes, verbos diferentes e pronomes possessivos. De forma a evitar possíveis agramaticalidades em alemão, que certamente resultariam da tentativa de copiar a estrutura da frase original, optou-se, em vez disso, por separar o parágrafo e começar uma nova frase a cada ocorrência de um novo verbo, permitindo assim a construção gramatical tradicional da língua, sem necessidade de inversões. Também se simplificou o conteúdo das frases, em especial o exemplo abaixo:

Texto em Português	Texto em Alemão
[...] explorar as várias propriedades que são a fonte dos seus famosos Vintages.	[...] entdecken Sie unsere Weingut und ihres berühmten Vintage-Weins.

Figura 5 - Excerto do painel "Fundação da Fonseca"

A frase original refere-se às propriedades da marca como “fonte dos seus famosos Vintages”, subordinando assim os vinhos Vintage às propriedades de onde originam. De forma a evitar essa construção complexa em alemão, optou-se por colocar os dois elementos em igualdade, resultando na frase seguinte, traduzida para português: “explore as diferentes propriedades e os seus famosos vinhos Vintage”. A decisão de segmentar e simplificar não só a forma como o conteúdo da frase foi uma estratégia utilizada regularmente em várias ocasiões, sempre que a frase em português apresentava estruturas difíceis de reproduzir.

4.4.Dificuldades e soluções no projeto

Para analisar as soluções de tradução alcançadas ao longo do projeto, teve-se como principal base a teoria desenvolvida por Vinay e Darbelnet (1958), em particular as sete estratégias de tradução.

Uma das estratégias mais utilizadas foi o empréstimo, descrito por Vinay e Darbelnet da seguinte forma:

“[...] in order to introduce the flavour of the SL culture into a translation, foreign terms may be used [...]” (Vinay e Darbelnet, 1958, p. 2)

Por norma, dá-se preferência a esta estratégia quando a cultura de chegada não tem no seu vocabulário nenhum equivalente próximo o suficiente para garantir a integridade do conteúdo do texto de partida. No caso do texto em análise, como descrevia um processo tão tradicionalmente português como o de fabrico de vinho do Porto, algumas palavras do vocabulário específico simplesmente não tinham equivalente noutras línguas. Foi este o cenário que se verificou com os termos “marcos pombalinos”, “vinho de feitoria” e “vinho de ramo”. Nestas situações, optou-se por manter os termos em

português no texto, acrescentando-lhes apenas uma breve explicação ou contextualização em alemão:

Texto em Português	Texto em Alemão
Este [Marquês de Pombal] definiu os limites da área de vinha do vinho do Porto, marcando-os com mais de 300 postes de pedra conhecidos como os “marcos pombalinos”.	Er hat die Grenzen der Portsweinberge mit 300 Grenzsteine, den „marcos pombalinos“, auch abgegrenzt.
Os melhores vinhos foram designados como “vinhos de feitoria” e estes podiam ser enviados para o exigente mercado inglês, enquanto os de menor qualidade, apelidados de “vinhos de ramo”, só poderiam ser vendidos em Portugal.	Die besten Portweine sind als „vinhos de feitoria“ benannt worden. Diese Portweine wurden nach Großbritannien, dessen Markt hohe Qualitätsansprüche stellte, gesandt. Weine minderer Qualität („vinhos de ramo“) konnten nur in Portugal verkauft werden.

Figura 6 - Excerto do painel "Marquês de Pombal"

Outra estratégia fundamental foi a transposição, especialmente tendo em conta as diferenças entre as duas línguas de trabalho e o nível de complexidade das mesmas. Segundo Vinay e Darbelnet (1958, p. 6), a transposição consiste na substituição de uma classe gramatical por outra. Normalmente, esta estratégia é estilística, embora neste contexto tenha sido um método de simplificação da frase. Como se pode observar no seguinte excerto do texto original, a palavra destacada é a forma conjugada do verbo “trabalhar”: “Pelo menos doze estilos distintos de barcos de rio trabalhavam no Douro entre 1955 e 1960.”

Ao traduzir este excerto para alemão, encontraram-se algumas dificuldades em selecionar um equivalente verbal correto, por receio de que “arbeiten” não fosse adequado para o contexto em questão. A solução passou então por formular uma versão mais simples da frase, e depois procurar equivalentes em alemão para a nova formulação. Chegou-se em português à seguinte alternativa: “Pelo menos doze estilos distintos de barcos de rio estavam ativos no Douro entre 1955 e 1960.” De notar que esta reformulação se efetuou apenas nos documentos de trabalho particulares do estagiário, ou seja, o painel informativo em questão no museu não foi alterado.

A substituição do verbo por um adjetivo constituiu uma solução perfeitamente aceitável, uma vez que, para além de ser mais fácil formular em alemão, carrega a mesma mensagem da frase original sem se comprometer com um equivalente direto de “trabalhar”. Assim, a frase traduzida foi a seguinte:

“Mindestens zwölf verschiedene Arten von Flussschiffen waren zwischen 1955 und 1960 auf dem Douro im Einsatz.“

Mesmo tendo em consideração todo o vocabulário técnico da área do vinho do Porto, outra das estratégias em destaque foi a tradução literal (Vinay e Darbelnet, 1958), uma vez que, após pesquisas aprofundadas, foi possível encontrar equivalentes bastante próximos noutras línguas. Nesses casos, o contexto em que surgiam era no fabrico de vinho de mesa. Embora não seja tão específico como vinho do Porto, concluiu-se que alguns termos, como, por exemplo, os que dizem respeito ao cultivo e organização das vinhas, eram bastante semelhantes.

Um dos exemplos mais presentes deste cenário foi o conceito de “terraço”: nome que se dá às superfícies planas que descem em forma de escada nas encostas do Douro (também conhecidos como socalcos). Embora esta imagem seja tradicionalmente associada ao Douro e, por consequência, ao vinho do Porto, uma breve pesquisa concluiu que esta paisagem também existe noutros países, como, por exemplo, Alemanha e Suíça. Esta conclusão revelou-se fundamental, uma vez que são dois países onde se fala alemão e, como tal, provavelmente teriam um equivalente próximo para este conceito. Através de uma pesquisa em dicionários bilingues e confirmação no Google Imagens, decidiu-se que “Terrassen” era a solução mais adequada.

Outros exemplos da mesma estratégia (tradução literal) são:

Texto em Português	Texto em Alemão
A vegetação nos taludes é cortada mecanicamente através de um cortador acoplado a um trator que se move pelo trilho no sopé do talude.	Die Böschungsvegetation wird maschinell mit einem Mähwerk gemäht, das an einem Traktor befestigt ist, der sich auf dem Weg am Fuß der Böschung bewegt.

<p>Enquanto o tempo está frio e húmido e a vinha não tem falta de água, a cobertura de vegetação permanece verde. No verão, esta morrerá naturalmente formando um manto de restolho que estabiliza o talude e cria um refúgio para a vida selvagem.</p>	<p>Während das Wetter kalt und feucht ist, und am Weinberg kein Wassermangel herrscht, bleibt die Vegetation grün. Im Sommer stibt diese Vegetation auf natürliche Weise ab und wird Stoppeln bekommen, die die Böschung befestigt und ein Schlupfloch für die Wildtiere schafft.</p>
<p>A rocha xistosa possui fendas verticais através das quais as videiras empurram as raízes para encontrar água subterrânea que contribuirá para manter o seu equilíbrio durante o verão quente e seco.</p>	<p>Das Schiefergestein weist vertikale Spalten auf, wurzeln der Reben wachsen, um unterirdisches Wasser zu finden. Somit kann der Wein während des heißen und trockenen Sommers sein Gleichgewicht halten.</p>
<p>Neste mapa, encontrará chapas metálicas antigas usadas para marcar os cascos de vinho do Porto com os nomes dos seus destinos. Outras chapas identificam estilos de vinho do Porto. Estão incluídos, ainda, documentos de embarque referentes a exportações para várias partes do mundo, incluindo destinos na Ásia.</p>	<p>Auf dieser Karte kann man alte Metallschilder sehen, mit denen die Portweinfässer mit den Namen ihrer Bestimmungsorte gekennzeichnet wurden. Andere Schilder kennzeichnen die verschiedenen Portweinstile. Ebenfalls enthalten sind Versanddokumente, die sich auf Ausfuhren in verschiedene Teile der Welt, darunter auch Teile Asiens, beziehen.</p>

Figura 7 - Excertos dos painéis "Vegetação", "Muro de Xisto", "Fonseca no Mundo"

Os exemplos acima mencionados descrevem os cenários em que a tradução literal era possível através da existência de um equivalente adequado. No entanto, também se verificou a utilização da tradução literal quando o oposto acontecia, ou seja, quando era

impossível encontrar equivalente em alemão para uma palavra ou expressão utilizada no texto original. Uma das situações mais invulgares em que isto se verificou foi quando esta expressão surgiu no texto original:

“Do Roncão e Panascal vêm os melhores vinhos de Portugal.”

A expressão estava naturalmente acompanhada da seguinte tradução em inglês:

“From Roncão and Panascal come the finest wines of Portugal”.

A característica principal que assinala a expressão em português é a rima entre “Panascal” e “Portugal”. No entanto, a nível fonético, a simetria não funciona em inglês. Na tradução para alemão optou-se por uma abordagem bastante literal, uma vez que não havia qualquer referência em alemão para uma expressão semelhante. Chegou-se então ao seguinte resultado:

“Die beste Portweine in Portugal kommen aus Roncão uns Panascal.”

De notar apenas que se alterou a ordem dos elementos na frase, de forma a chegar à sequência nome + verbo + complementos. Esta decisão foi tomada apenas para garantir a integridade gramatical e estilística do texto de chegada, já que não se garantiu com certeza absoluta que a ordem gramatical do texto de partida seria aceitável em alemão.

Outra estratégia a destacar é a equivalência. Vinay e Darbelnet (1958, p. 8) explicam esta estratégia da seguinte forma:

“The classical example of equivalence is given by the reaction of an amateur who accidentally hits his finger with a hammer: if he were French his cry of pain would be transcribed as, «Aïe!», but if he were English this would be interpreted as, «Ouch!»”

De forma resumida, a equivalência é a utilização de uma expressão da língua de chegada que tem um significado total ou parcialmente semelhante à expressão da língua de partida, ainda que se dê o caso de as duas expressões serem diferentes quando traduzidas de forma literal. Exemplos disto são:

“Il pleut à seaux/des cordes. – It is raining like cats and dogs”

“Like a bull in a china shop. – Comme un chien dans un jeu de quilles.”

Ambos os exemplos foram retirados da obra de Vinay e Darbelnet (1958, p. 8).

No projeto de tradução analisado neste relatório, o exemplo mais pertinente desta estratégia foram as ocorrências da expressão “aguardente vínica”.

Por definição, aguardente é uma bebida alcoólica destilada que resulta de vinhos, licores ou cereais. No entanto, no fabrico de vinho do Porto, utiliza-se especificamente aguardente vínica, ou seja, aguardente fabricada apenas a partir de uvas. Atente-se no quadro abaixo:

Texto em Português	Texto em Inglês	Texto em Alemão
O processo de adição desta aguardente neutra e incolor é conhecido por fortificação.	The addition of the brandy is known as fortification.	Der Zusatz dieses neutralen und farblosen Weinbrands ist als „Aufspriten“ bekannt.

Figura 8 - Excerto do painel "Produção"

Como se pode observar, o termo escolhido para a tradução em inglês foi “brandy” (conhaque). Por definição, o conhaque é uma bebida alcoólica que resulta da destilação de vinho que contém, de forma geral, entre 40 e 60% de álcool. No entanto, não se trata de um equivalente total, uma vez que a aguardente vínica adicionada é vinho fermentado até aos 100%, feito totalmente a partir de uva, com 77% de álcool. Ainda assim, a opção justifica-se pelo facto de não existir uma palavra em inglês que represente o conceito português de aguardente. Deste modo, para o público falante de inglês, é mais fácil compreender a palavra “brandy” do que “aguardente”, uma que vez, ainda que não totalmente equivalentes, ambos se referem a uma bebida de alto teor alcoólico e, no processo de fortificação, a informação mais importante a reter é que o elevando volume de álcool mata as leveduras, interrompendo assim a fermentação.

Na tradução para alemão, verificou-se a mesma dificuldade. No entanto, após uma breve pesquisa, surgiram duas opções: “Branntwein” (aguardente) e “Weinbrand” (conhaque). Ao pesquisar sobre a diferença entre os dois termos, o *website* Cocktailbart.de diz o seguinte:

“Ist Branntwein und Weinbrand dasselbe?”

*Das fängt schon damit an, dass **Weinbrand** und **Branntwein** nicht **dasselbe** sind. Erster ist ein*

Destillat aus Wein oder Traubenmost, Zweiterer beschreibt einfach alle Spirituosen, die durch Brennen hergestellt werden.“

Como diz na definição encontrada, o nome “Weinbrand” diz respeito a uma bebida alcoólica destilada que é feita a partir de vinho ou mosto de uva. Desse modo, optou-se por essa opção, já que faz referência a um produto semelhante a aguardente vínica usada no processo de fortificação.

4.5.O desafio da “fortificação”

Como já se introduziu na secção anterior, o caso mais desafiante no vocabulário técnico de vinho do Porto foi o conceito de “fortificação”. Fortificação é o nome que se dá ao ato de interromper a fermentação do vinho ao acrescentar-lhe um líquido de alto teor alcoólico (aguardente vínica, neste caso). Esta interrupção ocorre mais ou menos a meio da fermentação, ou seja, quando cerca de 50% do açúcar natural da uva já se transformou em álcool. A fortificação é o que diferencia o vinho do Porto dos restantes, uma vez que o vinho de mesa fermenta até quase 100%. Este processo é também a razão pela qual o vinho do Porto é tão doce: cerca de metade do açúcar natural da uva permanece no líquido.

Como se pode ver, este conceito é fundamental e incontornável quando se fala de vinho do Porto. No entanto, numa primeira fase, pareceu quase impossível encontrar um equivalente em alemão para este conceito. O equivalente que surge no texto em inglês é “fortification”, no entanto, a pesquisa por uma tradução de inglês para alemão também se revelou infrutífera.

Numa pesquisa mais alargada, descobriu-se que a página da Wikipedia em alemão dedicada ao vinho do Porto tem uma secção precisamente sobre a fermentação e a fortificação. Ao consultar esse parágrafo, surge o termo “Fortifizierung”, que não apresenta quaisquer resultados quando pesquisado isolado. No entanto, ao reler a secção, encontra-se facilmente uma solução:

“Der eigentliche Vorgang, der Wein zu Portwein macht, ist die „Fortifizierung“, also das Aufspritzen des gärenden Mostes mit hochprozentigem Ethylalkohol.”

Como se pode observar, o próprio *website* cita “Aufspritzen” como alternativa a “Fortifizierung”. Para além disso, a forma como o termo é introduzido (através do

advérbio “also”, que significa “ou seja”) indica que se trata provavelmente de uma opção que é mais facilmente reconhecida pelo leitor. Optou-se então por esta segunda opção, acompanhada por uma breve explicação do conceito:

“Das Aufspritzen hält die Gärung, bevor der gesamte Zucker in Alkohol umgewandelt wird.”

Embora a opção pareça viável e correta, a tradução ainda não tinha sido nem revista nem disponibilizada aos visitantes aquando da escrita deste relatório, pelo que ainda não foi possível confirmar se esta opção é efetivamente adequada ou não.

5. Tradução automática

5.1. O recurso à tradução automática e o papel da pós-edição

Como já foi mencionado, o alemão não é a primeira língua de trabalho, pelo que, por vezes, foi necessário recorrer a outras ferramentas para colmatar as falhas no domínio da língua. De forma a promover a celeridade do projeto e, para além disso, conseguir explorar outra vertente dos serviços linguísticos, recorreu-se bastante à tradução automática, em particular em painéis com informação e frases mais complexas.

Segundo Forcada (2018, p. 15), a definição de tradução automática consiste em:

“Machine translation (MT) is the translation, by means of a computer using suitable software, of a text written in the source language (SL) which produces another text in the target language (TL) [...]”

De notar ainda que a tradução automática é executada exclusivamente pelo computador, sem nenhuma interferência do tradutor. Quaisquer eventuais alterações por parte do utilizador humano constituem a fase de pós-edição, que será abordada mais à frente.

A Tradução é um processo que requer toque humano, uma vez que diz respeito à comunicação entre pessoas, comunicação essa que é construída sobre várias camadas e nuances de cada língua e estilo comunicativo. Assim, é fundamental o papel de um ser humano na mediação do conteúdo, já que uma frase, por mais simples ou complexa que possa ser, pode ter em si diversos significados, dependendo de diversos parâmetros. Como é lógico, uma máquina não consegue reproduzir essa subjetividade de expressão. Prestando atenção ao exemplo abaixo, retirado do capítulo de Mikel L. Forcada na obra “Handbook of Translation Studies” (2018, p. 15), é possível constatar uma situação em que a tradução automática pode revelar-se insuficiente:

“I saw John walk by the bank.”

Como o próprio autor explica, a palavra “bank” pode dizer respeito a dois contextos diferentes: “bank” referente à instituição financeira ou “bank” referente às margens do rio. Pondo a hipótese de a frase descrever o percurso diário de um funcionário de um banco, se a tradução automática produzisse a tradução “Vi o John a andar junto à

margem”, não poderia ser considerada uma opção viável, uma vez que não corresponde ao contexto correto.

Assim, embora a tradução automática seja considerada por muitos como um “atalho” que representa menor esforço e menos capacidades, o nível de atenção e sensibilidade linguística que se segue prova o contrário.

O exemplo mencionado acima representa a ambiguidade lexical que a língua implica, como define Forcada (2018, p. 15) citando Arnold (2003).

A pós-edição, por sua vez, consiste no seguinte:

“[...] professional post-editors (ideally specially trained translators) edit the raw MT output into adequate text.” (Forcada, 2018, p. 17)

A plataforma usada para tradução automática foi o *website* DeepL Translate, que se revelou a menos falível no que toca a estrutura gramatical da língua de chegada. De notar que nenhum dos conteúdos traduzidos ao longo do projeto está sujeito a acordos de confidencialidade, uma vez que tanto a história da empresa como o processo de fabrico de vinho do Porto são de conhecimento público. Não se puseram então obstáculos por parte da Fonseca à utilização de tradução automática. Posto isto, proceder-se-á à análise dos resultados produzidos pela tradução automática e respetiva pós-edição.

Atente-se no exemplo abaixo:

“Até meados do século XIX o barco rabelo era usado para transportar cascos de vinho do Porto novo desde as Quintas, nas margens do rio Douro no interior, até às caves em Vila Nova de Gaia.”

Embora a frase seja relativamente simples a nível de vocabulário, a sua estrutura é bastante complexa, o que levou à utilização de tradução automática. Preste-se agora atenção ao resultado obtido:

„Bis Mitte des 19. Jahrhunderts wurde das Rabelo-Boot benutzt, um Fässer mit Hafen Wein von den an den ladesinneren Ufern des Douro liegenden Quintas zu den Kellern in VNG zu transportieren.“

A tradução gerada automaticamente está gramaticalmente correta, mas salta imediatamente à vista a tradução incorreta de “vinho do Porto”. Em vez de *Port Wine*, o *website* traduziu para *Hafen Wein*, ou seja, “porto” enquanto local costeiro onde os navios

podem ancorar. De notar que este erro não ocorreu em todas as ocasiões em que a expressão “vinho do Porto” foi sujeita a tradução automática. Dessa forma, presume-se que a falha advém do facto de, no excerto apresentado, a expressão surgir acompanhada da explicação do processo de transporte do vinho do Porto de barco. Assim, como a tradução automática funciona através de contextos e estatísticas (Forcada, 2018, pp. 018-220), é provável que a referência tenha surgido desse mesmo contexto.

Outro aspeto em que a pós-edição se revelou bastante útil foi na segmentação de frases complexas. Atente-se no exemplo abaixo:

Texto em Português	Tradução Automática	Pós-Edição
Os vinhos do Porto Vintage Guimaraens partilham as origens, tradição e o estilo frutado complexo dos Vintages clássicos da Fonseca, sendo muito semelhantes pois tal como os clássicos Vintage Fonseca, também os seus lotes são provenientes de vinhos das mesmas três quintas: Panascal, Cruzeiro e Santo António. Porém são mais fáceis de beber, atingem a sua maturidade mais cedo e têm preços mais acessíveis.	Die Guimaraens Vintage Portweine teilen die Herkunft, die Tradition und den komplexen, fruchtigen Stil der klassischen Fonseca Vintages und sind ihnen sehr ähnlich, da sie wie die klassischen Fonseca Vintages aus den Weinen der gleichen drei Quintas stammen: Panascal, Cruzeiro und Santo António. Sie sind jedoch leichter zu trinken, werden früher reif und sind günstiger.	Guimaraens Vintage Portweine teilen die Herkunft, die Tradition und den komplexen, fruchtigen Stil der klassischen Fonseca Vintages und sind ihnen daher sehr ähnlich. Auch ihre Verschnitte werden aus Weinen derselben drei Quintas hergestellt: Panascal, Cruzeiro und Santo António. Sie sind jedoch leichter zu trinken, werden früher reif und sind günstiger.

Figura 9 - Excerto do painel "Guimaraens Vintage"

Como já foi referido, a tradução será disponibilizada ao cliente através de um QR Code que pode ser lido com o telemóvel. Assim, aliou-se a praticidade de segmentar frases complexas à consciência de que o texto será provavelmente lido no ecrã de um telemóvel, ou seja, um espaço limitado. Este é outro motivo pelo qual se optou por separar

frases compridas: num espaço pequeno, é mais fácil e prático ler várias frases pequenas do que uma frase comprida.

De forma geral, considerou-se o trabalho de pós-edição um processo particularmente moroso. Isto porque, embora o *software* produza um texto traduzido quase instantaneamente, a sua incapacidade de reproduzir todas as nuances e subjetividades da língua implica que o tradutor tenha de ter atenção e cuidado extremos quando faz pós-edição. Especialmente no caso prático que decorreu do estágio, uma vez que a língua em questão (alemão) não é a língua de domínio mais forte. Assim, praticamente todos os textos obtidos através de tradução automática foram revistos quase palavra a palavra, de forma a verificar que todos os termos estavam contextualmente corretos.

Considerações finais

Como foi referido no início deste relatório, a realização de um estágio curricular sempre foi o principal objetivo durante todo o ciclo de estudos, uma vez que é uma oportunidade fundamental de não só aliar a teoria à prática através do trabalho efetivo de tradução, como também representa a possibilidade de dar os primeiros passos no mercado de trabalho e ganhar consciência do que o trabalho de um tradutor profissional significa. Embora o estágio não tenha sido desenvolvido numa empresa especializada de tradução, foi na mesma uma excelente oportunidade de sentir o trabalho de tradução profissional na primeira pessoa. Para além disso, como não havia um orientador direto com experiência em tradução, muita da gestão de trabalho recaiu sobre o estagiário, o que permitiu também desenvolver aspetos como o ritmo de trabalho, a organização tanto do texto de partida como do texto de chegada, a pesquisa e organização do glossário e terminologia e as estratégias a aplicar, incluindo a pertinência e adequação do recurso à tradução automática. Este último ponto também se revelou importante, já que deixou ao estagiário autonomia total para explorar outros aspetos dos serviços linguísticos, em particular a pós-edição.

Ainda assim, não se pode resumir a experiência do estágio sem mencionar as dificuldades. Se, por um lado, a liberdade de escolha na organização e ritmo de trabalho foi uma vantagem, uma vez que elimina a pressão do cumprimento de prazos apertados, também acabou por revelar as suas desvantagens. O principal cenário que se verificou foi precisamente a dificuldade na gestão de tempo e trabalho, uma vez que a experiência profissional antes do início do estágio era nula. Este aspeto surgiu maioritariamente do facto de o trabalho efetivo de tradução se iniciar apenas após um mês do início do período de estágio, uma vez que o CV Fonseca estava encerrado até essa altura. Embora o primeiro mês de estágio se tenha revelado útil para a aprendizagem de vocabulário específico da área, assim como a perceção do nível de compreensão e conhecimento do cliente, os dois meses restantes acabaram por ser demasiado pouco para a realização da tradução do museu na íntegra, para além do restante trabalho de auxílio aos colegas que foi desempenhado ao mesmo tempo. É seguro então afirmar que uma das principais aprendizagens retiradas do período de estágio foi a importância de uma gestão de trabalho e organização do projeto.

Outro aspeto mencionado na introdução desde relatório foi o papel do estagiário enquanto defensor do trabalho do tradutor profissional. Essa responsabilidade passava principalmente por assegurar a qualidade do trabalho produzido, especialmente em comparação com traduções previamente concluídas (a tradução para espanhol e francês dos mesmos painéis), que foram executadas por colaboradores falantes das línguas, mas sem formação formal de tradução. Foi com algum descontentamento que se verificou que a empresa de acolhimento se mostrou completamente indiferente a este facto. De destacar o procedimento da tradução do material informativo do museu para espanhol: a tradução efetiva dos painéis foi realizada por uma profissional da área do turismo com elevado nível de fluência de espanhol, ainda que este não seja reconhecido formalmente pela empresa, e a revisão foi efetuada por uma colega de nacionalidade colombiana de outro departamento. Nenhuma das funcionárias tem formação ou experiência profissional em tradução. Concluiu-se então que, pelo menos no setor turístico, a produção de textos de qualidade nas línguas de chegada não é uma prioridade para os responsáveis da maioria das empresas.

Tendo em conta os contornos do estágio e as falhas a nível de conteúdo que se verificaram não só nos painéis informativos do CV Fonseca, como também noutros departamentos da The Fladgate Partnership (painéis informativos do CV Taylor's e brochuras informativas do WOW, por exemplo), é seguro afirmar que a empresa beneficiaria de um departamento interno de tradução, para colmatar as falhas existentes e evitar cenários semelhantes no futuro. Infelizmente, esse cuidado com a experiência do cliente nas instalações não parece ser uma preocupação.

De forma geral, o período de estágio curricular acabou por representar mais um “treino” da profissão de tradutor *freelancer* do que propriamente as funções desempenhadas numa empresa de tradução ou, pelo menos, uma empresa com departamento interno de tradução. Embora não tenha sido este o principal objetivo, conseguiu-se retirar pontos positivos na mesma, uma vez que não deixou de haver um projeto de tradução sujeito a prazos, o que, como já foi mencionado, permitiu explorar a questão da organização do trabalho e gestão do tempo.

Ainda assim, quando se fala da relação entre a tradução e o turismo, concluiu-se que os clientes/visitantes retiram uma experiência muito mais positiva quando têm acesso a informação na sua língua nativa. Nas ocasiões em que, por exemplo, foi possível comunicar com visitantes em alemão, estes mostravam-se muito mais recetivos ao que o

espaço tem para oferecer e observou-se que estavam mais dispostos a fazer compras no CV.

Para terminar, é possível concluir que a relação entre a tradução e o turismo ainda está sob desenvolvimento, principalmente porque a área do turismo ainda não valoriza a 100% o trabalho profissional de tradução e a garantia que este assegura. Ainda assim, com base nas experiências na primeira pessoa, os pontos turísticos teriam consideráveis benefícios ao investir nesta área, uma vez que estariam a contribuir para uma melhor experiência de cliente.

Infelizmente, esta mudança de mentalidade não está dependente dos tradutores. Após três meses de estágio, o principal ponto que se retira é que, no final de contas, a única coisa que o tradutor pode fazer nesta situação é assegurar que o seu trabalho tem a melhor qualidade possível. Assim, talvez um dia o seu trabalho seja finalmente olhado como um trabalho especializado que é desempenhado por uma pessoa com formação indicada para tal.

Bibliografia

- Alegre, T., & Herget, K. (2012). Análise de Técnicas de Tradução em Textos da Área da Saúde e Bem-Estar no Par de Línguas Alemão-Português. *Máthesis*, pp. 149-162.
- Baachaoui, M. M. (3 de maio de 2014). Translating into L2- the Unachievable Perfection. *Arab World English Journal*, pp. 147-154.
- Brito, P. Q. (2011). *Estudo de mercado sobre a atractividade das caves do Vinho do Porto*. Obtido de Associação das Empresas de Vinho do Porto: http://www.aevp.pt/new/pt/media/docs/apresentacao_estudo_atractividade_caves_vinho_porto.pdf
- Cabré, M. T. (2010). Terminology and translation. Em *Handbook of Translation Studies – Volume 1* (p. 363). Países Baixos; EUA: John Benjamins Publishing Co.
- Fonseca, A. R. (2018). *O Contributo do Enoturismo para a Internacionalização dos Vinhos Portugueses*. Braga: Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho.
- Forcada, M. L. (2010). Machine translation today. Em *Handbook of Translation Studies – Volume 1* (pp. 215-220). Países Baixos; EUA: John Benjamins Publishing Co.
- Marques, C. (12 de março de 2020). *A ordem dos adjetivos em português*. Obtido de Ciberdúvidas da Língua Portuguesa: <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/a-ordem-dos-adjetivos-em-portugues/35785#>
- Reiß, K., & Vermeer, H. J. (1984). *Towards a General Theory of Translational Action – Skopos Theory Explained*. St. Jerome Publishing.
- Vinay, J.-P., & Darbelnet, J. (1995). *Comparative Stylistics of French and English – A Methodology for Translation*. Amesterdão: John Benjamins Publishing Co.
- Wikipedia. (s.d.). *Portwein (Gärung und Aufspritzen)*. Obtido em abril de 2022, de Wikipedia: <https://de.wikipedia.org/wiki/Portwein>