



FACULDADE DE LETRAS DA
UNIVERSIDADE DO PORTO
CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO

Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos
Especialização em Tradução e Serviços Linguísticos
Português - Inglês

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Joana Manuela Reis dos Santos

Orientadora: Dra. Maria José Ferreira

Supervisora: Professora Doutora Belinda Maia

Setembro de 2010

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Joana Manuela Reis dos Santos

Relatório de estágio profissionalizante no âmbito do
Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos, sob
orientação da Professora Doutora Belinda Maia.

Setembro de 2010

Translation is the paradigm, the exemplar of all writing. It is translation that demonstrates most vividly the yearning for transformation that underlies every act involving speech, that supremely human gift.

Harry Mathews

(American Novelist)



AGRADECIMENTOS

Expresso a minha gratidão a todos os que contribuíram para a concretização deste projecto:

Professora Doutora Belinda Maia pela orientação e paciência.

À Câmara Municipal do Porto pela experiência.

Aos meus pais por todo o apoio.

Ao Hélder e ao Hernâni pela ajuda na resolução de problemas informáticos.

RESUMO

O relatório aqui apresentado consiste na descrição, apreciação e análise dos seis meses de estágio no Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto. O mesmo começa com uma breve introdução ao estudo da tradução ao longo dos séculos e ao papel da língua e da cultura na tradução, assim como ao estatuto do tradutor no século XXI. Segue-se uma reflexão sobre as funcionalidades do *Google* e o quão úteis são na realização de uma tradução. Logo após uma análise comparativa de três *Websites* de Turismo, procede-se a uma comparação entre a realização do estágio curricular e outras experiências de trabalho. O capítulo final do relatório consiste na descrição e apreciação das traduções e revisões realizadas durante o estágio e na análise dos problemas inerentes às mesmas.

Palavras-chave: Língua, Cultura, Tradução, Revisão, Turismo

ABSTRACT

This report consists of a description, appreciation and analysis of the six month internship in the Tourism Department of the Porto City Council. It begins with a brief introduction to the history of translation studies and the role of language and culture in translation, as well as the status of translators in the 21st century. Next, we consider the features of *Google* and how useful they are while translating a text. After a comparative analysis of three different Tourism *Websites*, there's a comparison between the internship and previous working experiences. The final chapter is a description and appreciation of the translations and other linguistic services performed during the internship and an analysis of the problems related to them.

Keywords: Language, Culture, Translation, Revision, Tourism



ÍNDICE

Agradecimentos	iii
Resumo	iv
Índice	v
Índice de Figuras	vi
Introdução	1
1. Tradução: Língua e Cultura	2
2. Motor de Busca – Google	12
3. Descrição e Apreciação do Estágio	19
3.1. Estágio no Departamento de Turismo	19
3.2. Comparação com Empregos Anteriores.....	22
4. Descrição das Traduções e Revisões realizadas durante o Estágio	24
4.1. Traduções	24
4.2. Revisão	27
4.2.1. Comparação com outros <i>Websites</i> de Turismo	33
4.3 Qual o interesse da Câmara para elaborar um <i>Website</i> deste tipo?	45
5. Problemas Específicos das Traduções e Revisões Realizadas.....	48
CONCLUSÃO.....	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57
Anexos.....	60
Anexo I: Traduções	61
Anexo II: Revisão do <i>Website</i>	85
Anexo III: Declaração de Realização e Conclusão de Estágio Curricular	91
Anexo IV: Cronograma de Estágio	93



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama da Cebola (Spencer – Oatey)	6
Figura 2: Pesquisa (“specialty” Site:uk)	13
Figura 3: Pesquisa (“speciality” Site:uk)	13
Figura 4: Rodilha	18
Figura 5: Página Inicial do <i>Website</i> de Turismo do Porto	36
Figura 6: Página Inicial do <i>Website</i> de Turismo de Lisboa	36
Figura 7: Página Inicial do <i>Website</i> de Turismo de Bristol	37

INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio foi realizado no âmbito do Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos leccionado na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Após a aquisição de conhecimentos de cariz mais teórico na área da tradução, uma abordagem unicamente prática com a realização de um estágio curricular revelou ser um óptimo complemento na formação académica já adquirida.

Este relatório visa descrever e analisar o trabalho realizado durante o estágio curricular, assim como, reflectir sobre os problemas inerentes ao trabalho de um tradutor/revisor.

O relatório é constituído por cinco partes distintas. A primeira consiste numa introdução sobre o modo como a tradução foi encarada ao longo da História e sobre o papel da língua e da cultura na Tradução, assim como nas funções do tradutor em pleno século XXI. Após essa introdução, são referidas as funcionalidades do *Google* que permitem facilitar a pesquisa de informação, inevitável na área da Tradução. No ponto três faz-se uma apreciação aos seis meses de estágio comparando certas particularidades do mesmo com experiências de emprego anteriores. Em seguida, procede-se à descrição do tipo de traduções e revisões realizadas no Departamento de Turismo e ainda são comparados três *Websites* distintos para melhor compreensão do trabalho realizado. No último ponto a referir analisam-se alguns problemas e dificuldades inerentes ao trabalho de tradução e revisão e a forma como foram ultrapassados com exemplos concretos.

O presente relatório está disponível em duas versões: uma versão em papel e uma versão electrónica (CD-ROM).

1. Tradução: Língua e Cultura

Antes de qualquer descrição e apreciação do estágio curricular realizado, é importante reflectir sobre o modo como a tradução foi encarada e discutida ao longo dos séculos. Hoje em dia já não podemos considerar a tradução da mesma forma que os primeiros teóricos o faziam. Snell-Hornby, nas primeiras páginas do seu livro *Translation studies: An Integrated Approach* (1995) faz uma breve descrição dos momentos e dos nomes mais marcantes da teoria da tradução. Como o objectivo deste relatório não é a elaboração de uma descrição exaustiva da história da tradução, optamos por reflectir somente nos seguintes conceitos: *palavra vs sentido*, *equivalência* e *Skopostheorie*, pois servem para compreender como o conceito de tradução se foi alterando até chegar aos nossos dias. Segundo Snell-Hornby, a primeira discussão sobre a tradução durou cerca de 2.000 anos e debruçou-se sobre a dicotomia: *Palavra vs Sentido*. No século I A.C, Cícero afirmava que a tradução das grandes obras deveria ser realizada *palavra-a-palavra*. A própria Bíblia era traduzida segundo o princípio da tradução literal, algo com o qual São Jerónimo e Martinho Lutero não concordavam (se bem que com 1.000 anos a separá-los), pois defendiam o princípio que a tradução deveria respeitar os dois procedimentos: *sentido-por-sentido* e *palavra-a-palavra*.

«Many Bible translators have felt that the process of translating should involve both procedures: a faithful reproduction of formal source-text qualities in one situation and an adjustment to the target audience in another.» (Nord, 2001:4)

A autora refere ainda que durante esta discussão polarizada entre *Fidelidade* e *Liberdade* surge Dryden (1680) que categoriza três tipos diferentes de tradução. O primeiro tipo *Metaphrase* consiste na tradução *palavra-a-palavra*, ou seja, no tipo de tradução defendido por Cícero. O segundo tipo, *Imitation*, não é referente nem à tradução *palavra-a-palavra*, nem à tradução *sentido-por-sentido*, mas representa uma aproximação às emoções do autor. Por último, distingue-se a *Paraphrase* que expressa o sentido do original sem se prender às palavras. Dryden considera a *Metaphrase* e a *Imitation* como sendo os dois extremos menos vantajosos e entende a *Paraphrase* como sendo o tipo de tradução mais adequado, pois varia de acordo com as necessidades do trabalho a traduzir. (cf. Snell-Hornby, 1995)

O debate entre *Fidelidade* e *Liberdade* continuou até ao século XIX. No século XX, por volta de 1960, assiste-se à explosão de teorias linguísticas de carácter científico aplicadas à teoria da tradução e é neste contexto que surge o conceito de *Equivalência*.

«What all the linguistically oriented schools of translation theory have in common however, is the central concept of translation equivalence (German Äquivalenz), which shifted the focus of translation theory away from the traditional dichotomy of “faithful” or “free” to a presupposed interlingual tertium comparationis.» (Snell-Hornby, 1995:15)

Este conceito foi também largamente questionado: primeiro surgiu a dúvida sobre o que deveria ser equivalente, se palavras ou unidades mais longas, de onde surge o termo *unidade de tradução*, entendido como um segmento alérgico entre o nível da palavra e o nível da frase. (cf. Snell-Hornby, 1995) Posteriormente, a discussão centrou-se na questão da equivalência entre unidades de tradução, equivalência ao nível do texto inteiro ou equivalência aos dois níveis. Snell-Hornby apresenta uma listagem das diferentes interpretações de *equivalência*:

- Nida (1964): «*Equivalência Formal*» vs «*Equivalência Dinâmica*»
- Catford (1965): «*Correspondência Formal*» vs «*Equivalência Textual*»
- Kade (1962): *Equivalência* ao nível da palavra
- Wilss (1977): *Equivalência* ao nível do texto
- Reiss (1971): *Equivalência* quer ao nível da palavra, quer ao nível do texto
- Ross (1981): O conceito de *Equivalência* deveria ser substituído por *Similaridade*

Segundo a autora, no início dos anos 80, enquanto Reiss e Vermeer (1984) tentavam revitalizar o conceito de *equivalência* através de uma analogia com o fenómeno de equivalência na engenharia eléctrica, estudiosos como Honig, Kussmaul e Holz-Manttari rejeitavam o termo pois consideravam-no inadequado para estudos de tradução.

«The term «Equivalence», apart from being imprecise and ill-defined (after a heated debate of over 20 years) presents an illusion of symmetry between languages which distorts the basic problems of translation.» (Snell-Hornby, 1995:22)

Começou então a ser dada prioridade a abordagens funcionalistas em desfavor da *Equivalência*. Enquanto Reiss entendia a tradução ideal como aquela em que o objecto

da língua de chegada é equivalente no que respeita ao conteúdo conceptual, à forma linguística e à função comunicativa da língua de partida, Vermeer ia ainda mais longe e defendia que a tradução é um tipo de acção humana, a qual é intencional e que tem lugar numa determinada situação que se inscreve numa cultura. (cf. Nord, 2001) Exactamente por ser uma acção humana, a tradução não pode basear-se somente numa teoria linguística, mas antes numa teoria da cultura para explicar a especificidade de situações comunicativas e a relação entre elementos situacionais verbais e não-verbais. Esta teoria ficou conhecida por *Skopostheorie* (*Skopos* significa *finalidade* em grego) e segundo a mesma, um dos factores mais importantes para determinar o objectivo de uma tradução é o destinatário, que é o receptor do texto de chegada com conhecimento cultural, ambições e necessidades comunicativas. (cf. Nord, 2001)

O conceito de *Skopostheorie* ultrapassa o conceito de *Equivalência* uma vez que a perspectiva passa do texto de partida para o texto de chegada e para as suas funções comunicativas, como afirma Brito:

«Já não é o original que dita as regras para as decisões do tradutor, mas sim o receptor previsto para a tradução e a situação em que se vai realizar a comunicação.» (1999: 28)

Todas estas teorias da tradução levam-nos a reflectir sobre como é encarada a tradução em pleno século XXI. Ao pesquisarmos em dicionários o significado da palavra *tradução* rapidamente chegamos à conclusão que a tradução ainda é muitas vezes considerada como algo que acontece apenas entre línguas.

«Tradução, s.f. (Do latim *traductio*, -onis) **1.** Acção de dizer ou escrever numa língua aquilo que foi dito ou escrito noutra; Acto ou efeito de traduzir = VERSÃO. *Fez uma tradução fiel do texto original. Pediu ao amigo que lhe traduzisse a carta que receber, pois não sabia inglês. «As traduções a que tive acesso, em espanhol, francês e italiano, resultaram mais (...) que o original.» (Público, 3.2.1992)* **tradução automática**, a que é escrita, feita por meio de máquinas electrónicas. **tradução consecutiva**, a que é feita imediatamente após cada unidade do discurso original. **2.** Texto traduzido; texto escrito numa língua que não a original. *O não conhecimento de línguas estrangeiras obriga à leitura de traduções.* **tradução interlinear**, a que é escrita nas entrelinhas e que é referente a cada uma das linhas do texto. **tradução justalinear**, aquela em que o texto de cada linha vai traduzido ao lado ou na linha imediata. **3.** O que revela, simboliza ou indicia = EXPLICAÇÃO, SIGNIFICAÇÃO, INTERPRETAÇÃO. **4.** Processo de conversão ou transformação de um conjunto de símbolos noutro conjunto de símbolos equivalentes.» (Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea, Editorial Verbo, 2001:3600)

«Tradução, s.f. (1662 cf. SDom). Acto ou efeito de traduzir 1 versão de uma língua para outra <traduziu um romance do inglês para o português 1.1. LING operação que consiste em fazer passar um enunciado emitido numa determinada (língua-fonte) para o equivalente em outra língua (língua-alvo), ambas conhecidas pelo tradutor; assim, o termo ou discurso original torna-se compreensível para alguém que desconhece a língua de origem 2 obra traduzida <estava a ler uma boa t. de Dante> 3 transposição de uma mensagem de uma forma gráfica para outra <t. em morse, em braille>4 fig. Aquilo que reflecte, que expressa de modo indirecto; repercussão, imagem, reflexo <aquela declaração era a t. dos seus sentimentos> 5 acto de tornar claro o significado de algo; interpretação, compreensão, explicação <as suas ideias eram confusas, de difícil t. > 6 INF processo por meio do qual se converte uma mensagem em outra (...)>» (Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, Círculo de Leitores, 2003:3555)

Nesta perspectiva, o tradutor é então aquele que converte um texto ou discurso numa língua diferente da original. Em nenhuma das definições supracitadas, a tradução é encarada como algo que acontece não só entre línguas, mas também entre culturas. No entanto, o tradutor entende a língua não como um fenómeno isolado, mas como uma parte integrante da Cultura. O termo cultura, por si só, não é de definição unânime. Existem várias definições, mas ainda não há acordo entre os antropologistas no que diz respeito há sua natureza. Segundo Avruch (2003), ao longo do século XIX, o termo «cultura» era entendido de três formas distintas:

- O conjunto de conhecimentos artísticos e intelectuais. Existe portanto uma oposição entre *high culture* e *popular culture*. Neste sentido, só uma pequena porção de um grupo social tem, de facto, cultura. Esta definição está mais relacionada com a estética do que com as ciências sociais.
- Uma qualidade possuída por todas as pessoas em todos os grupos sociais, que lhes permitiu passar de seres selvagens para seres civilizados. Neste sentido, todas as pessoas têm cultura, a qual adquiriram por serem membros de uma sociedade. A cultura é então um conjunto de conhecimentos, hábitos e capacidades partilhados por todos os membros de uma sociedade.
- A cultura representa a singularidade das muitas e variadas culturas de diferentes povos e sociedades. Nesta perspectiva, não se deve diferenciar *high culture* de *low culture*, nem valorizar de maneira diferente as culturas como sendo selvagens ou civilizadas.

De referir também que para Spencer-Oatey (2000) a cultura tem elementos visíveis e invisíveis e, por isso, é muitas vezes comparada com uma cebola devido às suas várias camadas. Tomemos então como exemplo as diferentes camadas da cultura pelo ponto de vista da autora (Fig. 1) numa adaptação dos modelos de Hofsteade (1991) e Trompenaars & Hampden– Turner (1997).

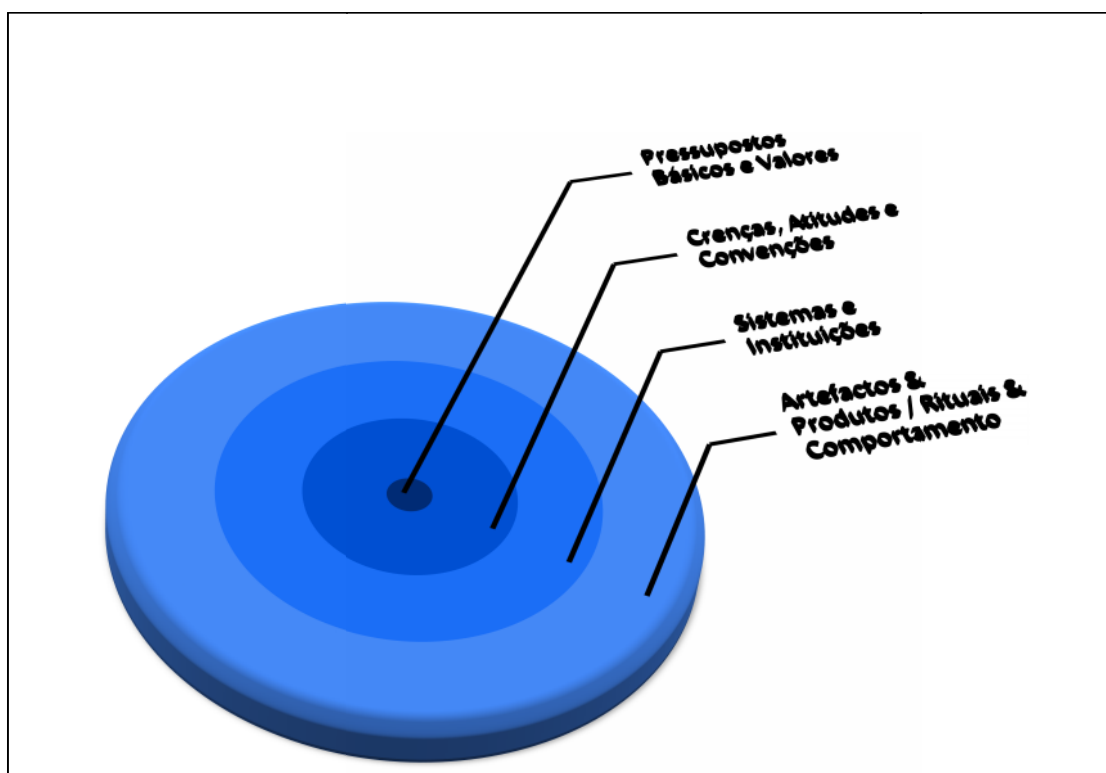


Figura 1 - Diagrama da Cebola (Spencer – Oatey)

Na camada mais superficial, ou seja, na camada mais visível, encontramos *Artefactos e Produtos*, que se refere à comida, roupa, edifícios, obras de arte e à língua como um sistema de código. Encontramos também *Rituais e Comportamento* que inclui gestos, modos de cumprimento e cerimónias. Na segunda camada, menos explícita que a primeira, temos *Sistemas e Instituições* onde encontramos o Governo, a Legislação, a Educação, o Sistema de Saúde e a Vida Familiar. Na terceira camada, já implícita, encontramos *Crenças, Atitudes e Convenções* que se refere às crenças morais e religiosas, às atitudes em relação a outros grupos e a conceitos de comportamentos considerados *educados* ou não. Na camada central, no aspecto mais implícito da cultura, temos *Pressupostos Básicos e Valores* referente à aceitação de diferenças de poder entre membros de um grupo, à importância do respeito pela tradição, à importância da

conformidade às normas e expectativas sociais e ao direito ao prazer e interesses pessoais. Este aspecto mais interno da cultura é, geralmente, o mais inconsciente. (cf. Spencer-Oatey, 2000)

Desta interpretação, podemos concluir que a *Cultura*:

- Possui vários níveis;
- É partilhada por membros de um grupo ou sociedade;
- Está entre a natureza humana e a personalidade individual;
- Não é hereditária nem genética - é aprendida.
- Tem uma função interpretativa para os membros do grupo

Wilhelm Humboldt (1767-1835) fez a ligação vital entre língua e cultura. Para Humboldt a língua era algo dinâmico e não estático, e além disso, era uma expressão quer da cultura, quer da individualidade do falante que distingue o mundo através da língua. (cf. Snell-Hornby: 1995) É então impossível falar de tradução sem referir o seu factor cultural, uma vez que se a tradução está intimamente relacionada com a língua, está automática e intimamente relacionada com a cultura. Podemos inferir que um texto é mais ou menos traduzível dependendo não só de até que ponto está envolvido na sua própria cultura, mas também até que ponto a experiência cultural do texto de partida se distancia do público de chegada em termos de tempo e espaço. Se língua e cultura estão interligadas, o tradutor além de dominar duas línguas, precisa de dominar duas culturas. O tradutor tem de ser bilingue e bicultural.

«(...) when we talk about language and translation, we are talking not just about a random selection of semantic notions tied together with syntactic string, but of an organized way of thinking about and interpreting the world which mirrors our culture and the society we live in.» (Maia, 1996:13)

Esta questão remete-nos para o papel do tradutor e para a forma como esta profissão é encarada em pleno século XXI por pessoas não só sem formação em tradução, mas muitas vezes por aqueles que recorrem a serviços de tradução. Segundo Clint Tustison (s.d.), estas mesmas pessoas têm algumas ideias pré-concebidas sobre o trabalho do tradutor, como por exemplo:

- **O tradutor é apenas alguém que fala duas ou mais línguas.**

Esta é a ideia pré-concebida mais comum e a que provavelmente todos os tradutores já ouviram. A maior parte das pessoas simplesmente não entende que a tradução é muito mais que isso. Caso não fosse, bastaria simplesmente aprendermos uma língua estrangeira e seríamos automaticamente considerados tradutores. Esta ideia coloca o trabalho do tradutor num nível extremamente básico. É exactamente o mesmo que sermos considerados, por exemplo, fisioterapeutas só porque tiramos um curso de massagens. Qualquer fisioterapeuta afirmará que a fisioterapia é muito mais que fazer massagens e sentir-se-á ofendido com a forma simplista com que caracterizam a sua profissão.

- **O tradutor consegue traduzir textos de qualquer área desde que estejam numa língua que o mesmo domina.**

Um bom tradutor deve especializar-se apenas numa ou poucas áreas relacionadas. Obviamente, devido à competitividade do mercado da tradução, deparamo-nos com tradutores que aceitam traduzir tudo o que lhes é pedido. Na maioria dos casos são tradutores inexperientes que como ainda têm pouco trabalho não negam a oferta para não perderem possíveis clientes. Por outro lado, como são inexperientes, talvez ainda não tenham decidido em que área(s) se querem especializar.

- **Traduzir de Inglês para Português é o mesmo que traduzir de Português para Inglês.**

Os clientes, na maioria das vezes, têm a percepção errada que traduzir para a língua estrangeira é exactamente o mesmo que traduzir para a língua nativa. Apesar de haver tradutores que fazem um bom trabalho nas duas direcções, o seu número não é elevado. Cada tradutor tem uma língua dominante e é do melhor interesse quer do tradutor quer do cliente que o tradutor traduza apenas para a sua língua dominante. Infelizmente, não é o que acontece na realidade.

- **O tradutor pode realizar qualquer tradução num curto espaço de tempo.**

Esta é outra ideia errada em relação à tradução. Uma vez que a tradução é encarada de forma simplista pela maioria dos clientes, esta é tomada pelos mesmos como uma tarefa rápida. Para alguns clientes traduzir uma notícia de jornal tem a mesma dificuldade que traduzir um manual de instruções. Cabe aos tradutores educar os clientes e fazê-los entender que uma tradução de qualidade exige tempo.

- **Um falante nativo é sempre melhor tradutor que um não nativo.**

Esta ideia está relacionada com outra referida anteriormente de os tradutores serem apenas pessoas que falam duas ou mais línguas. O facto de alguém ser um falante nativo não garante que essa pessoa seja um bom tradutor. A tradução requer disciplina, estudo e prática contínua. Não é inerente a um falante nativo que possua estas características. No entanto, certos clientes não compreendem este facto, uma vez que para eles basta dominar determinada língua para se ser tradutor.

- **Os tradutores aceitam qualquer pagamento por uma tradução.**

Os tradutores devem ter preços fixos e não se devem desviar dos mesmos. Como é óbvio, os clientes vão tentar baixar os preços e um bom tradutor deve negar-se a realizar a tradução caso o preço não compense o trabalho que vai ter na realização da mesma. Geralmente, os tradutores menos experientes têm os preços mais baixos. Neste caso uma tradução mais barata poderá ser sinónimo de uma tradução de menor qualidade. Podemos então afirmar que o cliente recebe uma tradução de acordo com o que pagou.

- **Os tradutores gostam de traduzir de graça.**

Certamente, a maioria dos tradutores já passou por situações em que um amigo/conhecido lhe pede para traduzir um determinado texto de graça. O discurso é quase sempre o mesmo: «Tenho aqui um texto pequenino para traduzir...não é nada complicado...traduzes isto num instante...». Este tipo de situações advém do facto de as

peessoas sem a menor noção do que é na realidade traduzir terem as ideias pré-concebidas sobre a tradução já referidas. Uma forma de os tradutores escaparem a este tipo de situações é simplesmente fazerem um rápido orçamento para a *pequena e rápida tradução*. Os tradutores têm de dar a entender que a tradução não é apenas um *hobby*, mas sim uma profissão e como tal os tradutores devem ser pagos pelo trabalho realizado.

- **Os programas de tradução automática fazem o mesmo trabalho que um tradutor humano.**

Apesar de haver muitas ferramentas que nos ajudam a tornar o processo de tradução mais rápido, este ainda não foi computadorizado num nível significativo. Quando utilizamos, a título de exemplo, o *Google Tradutor*, verificamos que as traduções obtidas não transmitem a mensagem do texto original. As traduções são realizadas *palavra-a-palavra*, e na maioria das vezes obtemos uma tradução descontextualizada que definitivamente, não consegue transmitir as emoções e a complexidade do pensamento humano.

«Translation is, and will probably remain for a long time to come, a purely cognitive skill that is performed inside the translator's brain and that no amount of software can replace.» (Leenstra, (s.d.))

Após esta breve reflexão sobre algumas ideias pré-concebidas que abrangem o trabalho do tradutor, vejamos então em que consiste, de facto, traduzir. Como já foi referido, o tradutor não é apenas alguém que sabe duas ou mais línguas e a tradução não é um processo simples e rápido. Roswitha Wagner (s.d.) defende que para além do estudo sistemático quer da língua nativa, quer da língua ou línguas estrangeiras, qualquer bom tradutor tem de ter uma boa cultura geral, pois trabalha em diferentes áreas. Num único texto podemos encontrar economia, direito e política inter-relacionados e só uma pessoa com um gosto pessoal em se manter constantemente informada pode de facto traduzir um texto com essa complexidade. O tradutor tem de gostar de fazer pesquisa e não se importar de passar horas a fio sozinho com o seu computador, assim como saber utilizar a Internet efectivamente de modo a obter qualquer informação que necessite no menor espaço de tempo possível. Tem de ser

persistente, capaz de passar horas à procura de um termo, mesmo que esse esforço valha apenas uns centimos. Neste caso, o melhor é ter software como por exemplo o TRADOS, que lhe permitirá guardar as traduções já realizadas e neste caso, o tradutor já não vai ter de passar por horas de procura, pois o termo que demorou horas a ser traduzido, numa tradução em que o mesmo apareça de novo, será automaticamente traduzido. Este tipo de programas é perfeito para a optimização do tempo. O tradutor tem também de ser uma pessoa desconfiada; quando se encontra a pesquisar não pode confiar em todo o material que encontra, tem de saber em que material deve confiar e qual deve ignorar. Uma forma de ultrapassar este problema é obter as versões digitais de materiais de referência que considere serem de confiança como por exemplo: dicionários e enciclopédias. O tradutor não pode parar de pesquisar mal encontre a primeira hipótese de tradução de uma palavra/termo, pois uma pesquisa demasiado rápida pode induzir em erro. Além de todas estas características, o tradutor tem de ser um bom ouvinte e um bom escritor; tem de ser capaz de ouvir os pensamentos do autor do texto a traduzir e tem de saber escrevê-los de forma eloquente, servindo desta forma o cliente da melhor maneira possível.

2. Motor de Busca – Google

Qualquer tradutor do século XXI pode afirmar que a Internet é uma mais-valia no processo de tradução e/ou revisão, pois temos acesso a todo o tipo de informação sem precisarmos de ficar horas a fio numa biblioteca para chegarmos a alguma conclusão. O aparecimento de motores de busca trouxe novas formas para resolver problemas, mas também trouxe problemas novos. Durante o estágio curricular o único motor de busca utilizado foi o *Google* e é nas suas funcionalidades aplicadas à tradução que nos vamos debruçar. Mossop, no oitavo capítulo do seu livro *Revising and Editing for Translators* (2007), apresenta uma listagem das funcionalidades do *Google* na tradução e/ou revisão. Segue-se uma descrição dessas mesmas funcionalidades com exemplos de como foram utilizadas durante o estágio curricular:

- **Verificação de Idiomatismo**

Com o *Google* é muito fácil verificar se uma expressão é idiomática ou não, o que é fundamental principalmente no caso das retroversões. Basta colocar a expressão no motor de busca, clicar em *Enter* e o *Google* fornece em segundos um grande número de casos em que essa expressão aparece. O problema é que nem todos os textos que aparecem são escritos por falantes nativos, ou pode até acontecer que o próprio texto seja já uma tradução. No entanto, essa mesma expressão, mesmo sendo idiomática, pode não ser adequada para a tradução em questão, pois os textos que aparecem podem ser de um género diferente do da tradução, os textos podem ter marcas de oralidade enquanto a tradução é de estilo formal, ou então a tradução pode ter por exemplo, um público-alvo inglês e não existirem entradas no *Google* com essa expressão em *Websites* do Reino Unido. O *Google* tem uma forma bastante eficaz de resolver este último problema, uma vez que é possível restringir o campo de pesquisa. Por exemplo, se quisermos encontrar apenas exemplos em inglês do Reino Unido acrescentamos no fim da expressão a pesquisar «*site: uk*». Para dar um exemplo real desta funcionalidade, no estágio curricular ao traduzir um documento com informações sobre as *especialidades* de um determinado restaurante, chegamos à conclusão que em inglês existem duas maneiras de traduzir esse termo: *specialties* (Fig. 2) e *specialities* (Fig. 3). Como no Departamento de Turismo era regra geral traduzir sempre para inglês do

Reino Unido, ao utilizar a funcionalidade de restrição do campo de pesquisa do *Google* foi fácil perceber qual dos dois termos seria o mais apropriado. Analisemos então os resultados da pesquisa:

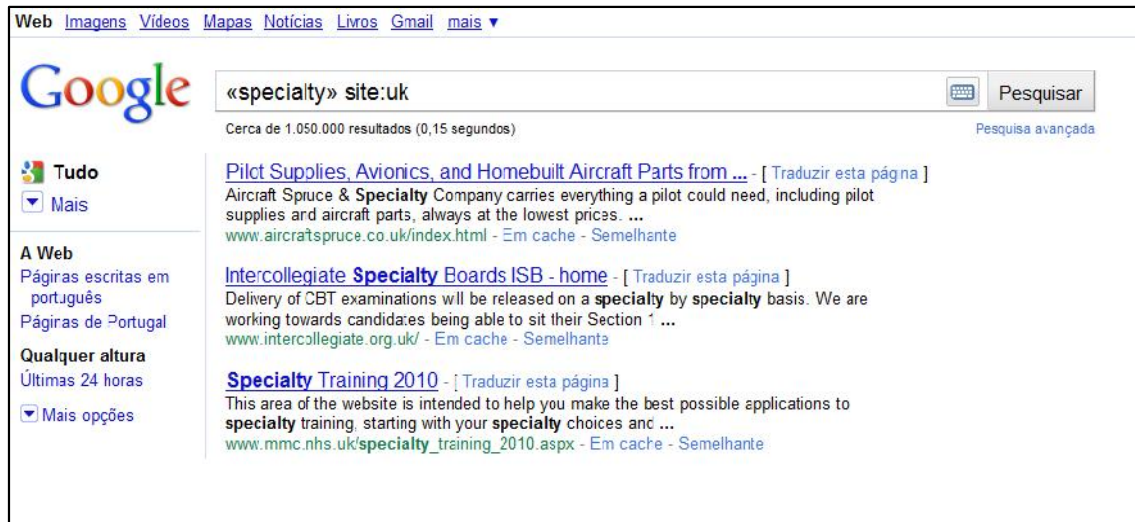


Figura 2 – Pesquisa (“specialty” Site:uk)

Na realidade, a palavra «specialty» é encontrada em páginas escritas em inglês do Reino Unido. Poderíamos pensar que este termo seria o mais adequado para utilizar na tradução, pois o número de entradas é bastante significativo (1.050.000). No entanto, prestando maior atenção aos resultados, apercebemo-nos que o sentido em que a palavra é utilizada é diferente do que pretendemos. «Specialty» aparece realmente no sentido de «especialidade», mas não de especialidade gastronómica que é o sentido pretendido. Pesquisemos então «Speciality»:

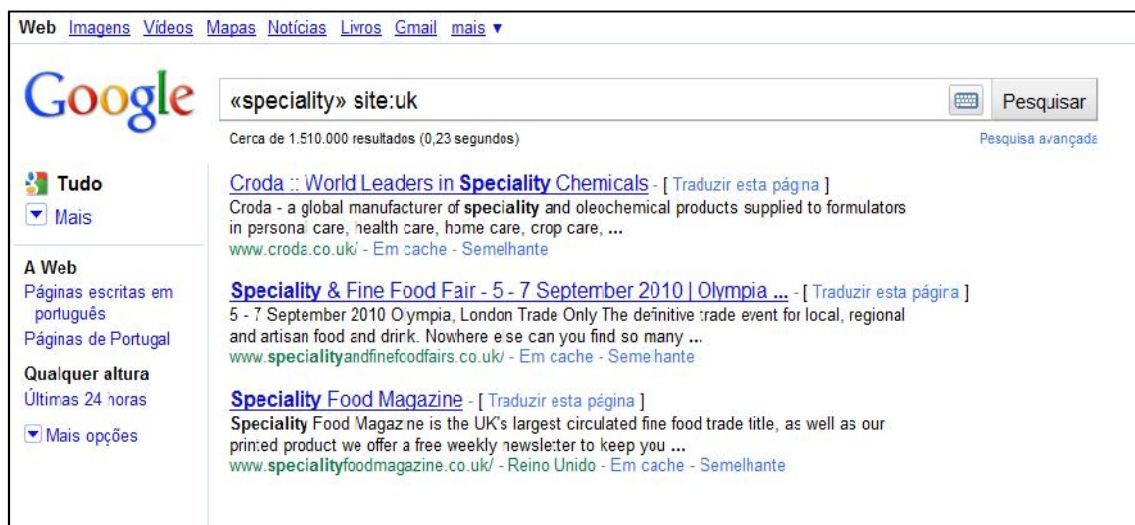


Figura 3 – Pesquisa (“speciality” Site:uk)

Além de o número de entradas ser superior (1.510.000), encontramos exemplos de «Speciality» no sentido de especialidade gastronómica, que é exactamente o que pretendemos. Graças à funcionalidade de restrição dos campos de pesquisa do *Google* foi mais fácil chegar a esta conclusão. Apesar de termos de ter certos cuidados ao pesquisar utilizando o *Google*, a capacidade do mesmo em verificar a autenticidade da linguagem é muito benéfica para quem revê o seu ou o trabalho de outras pessoas numa segunda língua.

- ***False friends***

Por vezes, quando trabalhamos com um par linguístico que tenha *false friends*, como é o caso de Português – Inglês, deparamo-nos com situações em que duvidamos do idiomatismo de uma palavra. Uma vez que a intuição não é suficiente para chegarmos a alguma conclusão, o *Google* pode ser uma boa ajuda. Tomemos como exemplo, um excerto retirado do *Website* de Turismo do Porto: «*Passou depois para a propriedade de um ramo dos Brandões, que a venderam, mais tarde, à Mitra¹ do Porto.*» Na versão do mesmo excerto em inglês, o tradutor utilizou *Porto's Mitre* para traduzir *Mitra do Porto*. Ao pesquisar no *Google diocese of Porto* encontramos 50 entradas, mas no caso de *Mitre of Porto*, ou *Porto's Mitre* não encontramos qualquer resultado. Na realidade, *Mitre* significa *Mitra*, não no sentido de diocese, como era no texto de partida, mas no sentido de «*insígnia eclesiástica com a qual os bispos e outros prelados cobrem a cabeça em certas cerimónias*». (<http://www.infopedia.pt>) O tradutor cometeu um erro ao utilizar um *false friend*, mas com a ajuda do *Google* a dúvida foi facilmente dissipada. Contudo, neste tipo de situações temos de ter em atenção se o número de entradas de uma determinada expressão é muito baixo e se algumas entradas no início da lista são de países cuja língua nativa não é o inglês, pois isso pode induzir em erro.

«*Bear in mind that asking for "pages in English" does not limit the search to any particular countries, and of course it cannot distinguish native from non-native writers.*» (Mossop: 2007: 94)

¹ Sublinhado nosso

- **Verificação de Estruturas Sintáticas**

Um pouco mais complicado que verificar as expressões idiomáticas é verificar as estruturas sintáticas. É complicado verificar a ocorrência de certas estruturas, pois temos de seleccionar palavras específicas. Tomemos por exemplo a expressão «*it's because you are in that country that...*». Ao pesquisar a expressão «*it's because*» encontramos exactamente 194.000 entradas. No entanto, se pesquisarmos «*it's because you are in in that country that*» não encontramos qualquer resultado. A dúvida neste caso é se este tipo de estrutura sintáctica não existe de todo em inglês, ou se não existe apenas com esta combinação de palavras específica. Podemos prolongar a pesquisa com, por exemplo, o *International Corpus of English* que além de outras funcionalidades permite-nos pesquisar frases que tenham determinada estrutura gramatical. Contudo, aprender a pesquisar no corpus é um processo demorado e, mesmo assim, se a dúvida persistir, o melhor é mesmo mudar a estrutura da frase para uma que tenhamos a certeza que existe.

- **Verificação de Terminologia**

Verificar a terminologia é também mais complicado que verificar o idiomatismo. Se determinado termo não for encontrado na *Internet*, isso não significa que esteja errado, pois pode ser um termo específico de um cliente. Não nos podemos esquecer também que os motores de busca não pesquisam directamente a *Web*, mas sim uma base de dados de páginas seleccionadas.

«It has been estimated that the Google database contains only about half the searchable Web.» (Mossop: 2007: 95).

Se, no entanto, verificarmos que encontramos determinado termo unicamente em sites de países cuja língua de chegada não é a língua nativa, algo pode estar errado.

Por vezes, duvidamos que determinado termo, em comparação com outro, seja o mais frequentemente usado pelos falantes nativos. Ao pesquisar no *Google* temos de ter algum cuidado na interpretação dos resultados. Consideremos as seguintes hipóteses:

1. O número de entradas é semelhante para dois termos e neste caso, podemos escolher qualquer um dos termos para ser utilizado na nossa tradução. No entanto, se for uma tradução de linguagem técnica, até que ponto podemos ter a certeza que são realmente sinónimos uma vez que não somos especialistas? Pode acontecer que apenas um dos termos transmita o significado correcto.
2. Encontramos uma diferença significativa no número de entradas encontradas. Certamente o termo com o maior número de entradas será o termo utilizado na tradução. Contudo, ao restringir a procura, chegamos à conclusão que o termo com menor número de entradas é encontrado em *Websites* escritos em inglês do Reino Unido, enquanto o termo que primeiramente tinha um maior número de entradas é maioritariamente encontrado em *Websites* escritos em inglês dos Estados Unidos da América. Ao utilizar a restrição do tipo «site:xx» os resultados relacionados com a frequência de utilização são bastante diferentes e podem fornecer-nos a resposta correcta.
3. Determinado termo aparece em 10.000 entradas e um segundo termo que poderá também ser considerado correcto aparece em 20.000 entradas. O tradutor escolherá provavelmente o termo mais geral, mas se estivermos a rever a tradução de outra pessoa, o caso muda de figura, pois um bom revisor não ignora simplesmente a escolha de um tradutor baseando-se única e exclusivamente na frequência de utilização. O revisor deve mudar apenas o necessário. Se a escolha do tradutor pode também ser considerada correcta, não há motivo para mudar a tradução por gosto pessoal, até porque os tradutores podem não ficar agradados com essa situação, o que pode gerar um ambiente de trabalho tenso. Rever o trabalho de outras pessoas é diferente de rever o nosso próprio trabalho:

*«It's someone else's work, and you must respect their approach unless the more general term they have used could seriously mislead the reader about the intention of the source text.»
(Mossop:2007:175)*

Temos também de ter em conta que muitas entradas são duplicados. No fim de uma lista de 100 itens podemos encontrar um aviso «Para mostrar os resultados mais relevantes, omitimos

algumas entradas bastante semelhantes às 9 já exibidas», ou seja, na realidade existem apenas 9 entradas diferentes e é esse número que devemos ter em conta.

- **Pesquisa de Glossários**

O *Google* é muito útil na pesquisa de glossários bilingues e multilingues. Se quisermos encontrar um glossário com termos médicos basta colocarmos, por exemplo, «*medicina*» e «*glossário*». Se ainda quisermos ser mais específicos e pretendermos descobrir um termo médico particular, pesquisamos «*termo x*» e «*glossário*» ou «*definição*» para encontrarmos glossários com esse termo. Além disso, podemos ainda procurar esse mesmo termo em glossários bilingues, pois o *Google* tem uma funcionalidade de *Pesquisa Avançada*. Neste campo, introduzimos o «*termo x*» na língua de partida e «*glossário*» seleccionando de seguida a língua de chegada. Como resultado encontramos as páginas na língua de chegada que contém o termo da língua de partida. Nessa mesma lista de entradas podemos muitas vezes encontrar também glossários bilingues desse campo. Na revisão do *Website* de Turismo do Porto, ao termos de verificar se a tradução de uma lista de plantas existentes na cidade estava correcta, esta funcionalidade foi uma mais-valia. Descobrimos, por exemplo, que o equivalente em inglês de *salgueiros* é *willow*.

- **Opção *Imagens***

Outra das várias funcionalidades do *Google* que pode ser bastante útil para um tradutor e/ou revisor é a opção *Imagens*. Ao pesquisarmos algo nesta opção temos acesso a fotografias e, por vezes até, diagramas que nos ajudam a entender melhor o termo em questão em caso de dúvida. Um exemplo prático desta situação no estágio curricular apareceu no texto *Visita Virtual: Paços do Concelho* com a descrição dos bustos lá existentes. Os bustos em questão representam a Ceifeira (foice), o Marítimo (remo) e a Peixeira (rodilha). Desconhecendo o termo *rodilha* (Fig. 4), utilizamos o *Google* na opção *Imagens* e obtivemos automaticamente a resposta, podendo passar à fase em que tentamos encontrar um equivalente em inglês.



Figura 4 - Rodilha

Um dos cuidados a ter na procura de textos é que a maior parte do material que se encontra na Internet não é editado e qualquer pessoa pode publicar trabalhos sobre os mais diversos temas.

«So it is important to determine that you are reading material written by someone who knows what they are talking about.» (Mossop: 2007: 97)

O melhor será então procurar por *Websites* cujo endereço contenha o nome de uma universidade ou termine em *edu*.

3. Descrição e Apreciação do Estágio

3.1. Estágio no Departamento de Turismo

O estágio curricular teve lugar no Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto, de 27 de Outubro de 2009 a 30 de Abril de 2010. Antes de iniciar o estágio, professores da Faculdade de Letras da Universidade do Porto haviam descrito experiências de estágio de antigos alunos, logo não foi uma surpresa quando este estágio revelou ser diferente dos estágios realizados por colegas de curso em Empresas de Tradução. Contudo, o estágio foi iniciado com um espírito optimista, pois além de ser uma oportunidade de aprofundar os conhecimentos adquiridos ao longo de três semestres na Faculdade, era também uma forma de estar em contacto com uma área fascinante – Turismo. Seria de presumir que, ao estagiar na Câmara Municipal da segunda maior cidade do país, as condições fossem as melhores, no entanto esse facto não se verificou. O primeiro dia foi passado com a leitura de alguns panfletos de distribuição pública quer em português, quer na sua tradução em inglês para haver contacto com o tipo de textos que iriam ser traduzidos e revistos durante seis meses. Nesse mesmo dia foi descrito o plano de estágio que se resumia à tradução de textos e à revisão do *Website* de Turismo do Porto. Aquando da entrevista no Departamento de Turismo para o respectivo estágio, foi dada a informação que quando não houvesse textos para traduzir, seria realizada a revisão do *Website*. Este facto indicou que o período de estágio iria ser bastante agradável, pois é menos cansativo alternar entre traduzir e rever do que traduzir constantemente. No entanto, ao contrário das expectativas, durante semanas o estágio foi limitado apenas à revisão do *Website*, sem realização de qualquer tradução. Daí conclui-se que a prioridade do Departamento de Turismo em relação ao estágio era a revisão do *Website* e não a tradução, pois a pessoa responsável pelas traduções conseguia traduzir o que era necessário sem precisar de uma segunda tradutora. Tendo em conta em que consiste a revisão de um texto, conforme os critérios ensinados durante o Mestrado, esta situação tornou-se constrangedora, pois o que o Departamento de Turismo entendia como revisão era apenas a verificação de erros ortográficos, erros tipográficos e chamadas de atenção para algum excerto que não tivesse sido traduzido por lapso. Portanto, este estágio não

possibilitou o aprofundamento dos conhecimentos não só na área da tradução, como também na área da revisão.

Em pleno século XXI os tradutores precisam de algo mais que papel, caneta e dicionários para realizarem uma boa tradução. Partindo do princípio que já se encontram à disposição do tradutor ferramentas que facilitam e otimizam o seu trabalho, os tradutores devem ter um computador que consiga suportar o mínimo deste tipo de funções. É exactamente neste ponto que residiu o grande problema do estágio curricular em questão, pois logo no segundo dia de estágio tornou-se claro que não existiam as condições ideais para exercer qualquer função quer de tradução, quer de revisão. O computador cedido havia sido adquirido pelo Departamento de Turismo na década de 90 e ainda tinha o *Microsoft Windows 95* como sistema operativo, tornando-o obsoleto. O computador apresentava vários problemas a nível de performance, ao ponto de uma situação aparentemente simples como a de passar de um *Website* para outro se tornar muito demorada, prejudicando a realização das funções do tradutor/revisor. Além disso, ao trabalhar no *Microsoft Office Word*, surgia uma janela *pop-up* a cada seis palavras a pedir a instalação de um corrector ortográfico. A mesma janela nunca chegou a desaparecer mesmo após a intervenção da Técnica de Informática. Esta situação durou cerca de um mês e meio até que esse computador foi transferido para outro Posto de Turismo sem qualquer aviso. Infelizmente, todo o trabalho realizado até ao momento relacionado com a revisão do *Website* de Turismo encontrava-se no *Ambiente de Trabalho* e não foi feito um *back-up* do mesmo antes do computador ser retirado da secretária. Já havia sido efectuada uma tentativa para copiar o trabalho para um disco externo anteriormente, ou enviar para um e-mail pessoal, mas o computador (por motivos desconhecidos) aceitava apenas disquetes e o acesso a qualquer conta de e-mail pessoal estava bloqueado. A situação ficou resolvida um dia depois, quando alguém se dirigiu ao Posto de Turismo da Ribeira, onde se encontrava o computador, e copiou o documento. Esta situação criou outro problema, que foi onde passariam a ser realizadas as traduções e a revisão do *Website*, pois todos os outros computadores estavam ocupados.

As três semanas posteriores à transferência do computador, a qual não foi de algum modo justificada, revelaram-se um pouco frustrantes devido à indisponibilidade de um computador próprio para trabalhar. Os dias que se seguiram foram de incerteza em relação à realização das funções de tradutor/revisor. Houve dias até em que a

deslocação até ao Departamento de Turismo revelou ter sido em vão, pois não houve acesso a um único computador, ou seja, houve um impedimento de realizar qualquer função. O acesso a um computador estava condicionado à ausência de uma das funcionárias ou ao curto espaço de tempo enquanto alguém se encontrava em reunião. De todo o período de estágio, esta foi a fase mais desmotivante.

Passadas três semanas, esta situação foi resolvida e o acesso diário a um computador com bom funcionamento passou a ser possível noutro piso do Departamento. O trabalho iniciado anteriormente continuou a ser desenvolvido durante cerca de um mês, até que a palavra-chave de acesso ao computador foi alterada, impossibilitando a sua utilização até ao final do estágio. Felizmente, uma das funcionárias do Departamento iniciou a elaboração de um trabalho bastante extenso num computador portátil e o estágio curricular teve seguimento sem mais interrupções no que diz respeito ao acesso diário a um computador até ao seu termo.

Não foi possível colocar em prática a matéria leccionada ao longo do Mestrado sobre programas e memórias de tradução, pois as traduções do Departamento de Turismo eram realizadas utilizando apenas o *Microsoft Office Word*. Contudo, a tradutora oficial do Departamento já tinha tentado por várias vezes pedir a instalação de um programa de tradução, mas os seus pedidos não foram atendidos.

Em relação à integração e ao contacto pessoal, o estágio curricular foi uma ótima experiência. Além do acolhimento de toda a equipa e do bom ambiente de trabalho, as funções realizadas tornavam-se mais fáceis devido à simpatia e boa formação quer académica quer pessoal de todas as funcionárias.

Após esta experiência de estágio, e para concluir a apreciação do estágio curricular, segue-se uma breve reflexão sobre o que deveria ser melhorado nos estágios curriculares:

- As Empresas ou Entidades que aceitam estagiários deveriam ser obrigadas por lei a pagar, no mínimo, ajudas de custo, pois por muito que os estagiários estejam a aprender estão também a trabalhar para alguém que, caso contrário, apenas lucra com os estágios curriculares, pois não existe nenhum custo financeiro para com o estagiário. No caso específico do estágio curricular no Departamento de Turismo da

Câmara Municipal do Porto, verificou-se que não houve qualquer tipo de ajuda financeira, o mesmo não se verificando noutros locais de estágio.

- As Empresas ou Entidades que aceitam estagiários deveriam ter o cuidado de garantir as condições necessárias para que o mesmo exerça as suas funções. Caso não existam essas mesmas condições não deverão aceitar estagiários, pois de outra forma estarão a prejudicar o futuro profissional de alguém que só pretende completar a sua formação.
- As funções exercidas pelo estagiário devem ser benéficas quer para o próprio estagiário, quer para a Empresa ou Entidade que o recebe. Por exemplo, no caso do estágio a ser apreciado, a maior parte do tempo foi passada à procura de erros ortográficos e tipográficos no *Website* de Turismo do Porto e muito pouco tempo a traduzir. O motivo foi que o trabalho de revisão do *Website* era considerado muito importante para o Departamento de Turismo, no entanto, não foi tido em consideração que o trabalho de tradução era muito importante para a formação do estagiário.

3.2. Comparação com empregos anteriores

A realização do estágio curricular na Câmara Municipal do Porto não foi a primeira experiência no Mundo do trabalho. Empregos em *part-time* em hipermercados como *Modelo* e *Pingo Doce* foram experiências reais, ao longo da vida académica, podendo afirmar que foram experiências bastante distintas por diferentes motivos.

Ao nível mais básico é muito diferente trabalhar com remuneração do que sem remuneração. Por muito que a remuneração não seja do nosso agrado, temos sempre uma motivação extra para exercer as nossas funções. Os estágios curriculares não são remunerados e muitos, como no caso do estágio em questão, não pagam sequer ajudas de custo para transporte ou alimentação.

Além da parte financeira, é possível referir também a questão dos horários de entrada e saída dos funcionários. Num hipermercado, se o horário de entrada é às 9:00 e o de saída às 17:30, esse horário é cumprido sem exceções. Se, independentemente do motivo, um funcionário se atrasar, por exemplo, 10 minutos, o mesmo terá de sair 10

minutos mais tarde. No Departamento de Turismo os horários não são tão rígidos. Muitas vezes, os estagiários eram os primeiros a chegar ao Departamento às 9:00 e durante a tarde não havia obrigatoriedade de todas as funcionárias saírem às 17:30. Existe, portanto, uma maior flexibilidade de horário no Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto do que num hipermercado, pois o horário está de acordo com as horas de maior fluxo de clientes e com a chegada de camiões para descarga de mercadorias. Se os funcionários saírem mais cedo, colocam em causa o bom funcionamento do hipermercado. O próprio horário de funcionamento do Departamento de Turismo e de um hipermercado é diferente. O Departamento abre às 9:00 e fecha às 17:30 enquanto um hipermercado (por como exemplo o *Modelo e Continente Hipermercados, SA*) abre às 8:30 e fecha às 22:00. O Departamento de Turismo não abre aos fins-de-semana e feriados, enquanto um hipermercado está em funcionamento 362 dias por ano (à excepção dos dias 1 de Maio, 25 de Dezembro e 1 de Janeiro).

Um aspecto muito apelativo em relação ao estágio curricular no Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto é o facto de termos a oportunidade de visitar locais muito interessantes sem qualquer custo, pois é necessário conhecer bem os pormenores de um local ou de um itinerário de modo a transmitir informações exactas aos turistas. Uma visita ao Instituto do Vinho do Porto e um passeio de eléctrico pelo Centro Histórico do Porto são exemplos reais de oportunidades que tiveram lugar durante o estágio curricular, mas que dificilmente teriam acontecido noutros locais de trabalho.

4. Descrição das traduções e revisões realizadas durante o estágio

4.1. Traduções

Durante o estágio foram traduzidos pouco mais que trinta textos e, como é óbvio, uns eram de tradução mais complicada que outros. Apesar de, no geral, todos os textos poderem ser definidos como pertencentes à classe mais lata dos *textos turísticos*, foram traduzidos tipos de texto bastante variados, como por exemplo:

- Notícias e eventos;
- Programas culturais;
- Textos informativos para incluir no *Website* (sobre Restaurantes, Bares, Discotecas, Lojas, Feiras e Fundações)
- Cartas públicas
- Itinerários
- Programas Festivos (Natal e Páscoa)
- Procedimentos para obter determinadas licenças ou cartões
- Relatórios
- Visitas Virtuais

Os textos turísticos têm como objectivo máximo promover um determinado destino. Como é de conhecimento geral, o acesso a esses textos existe sob a forma de anúncios publicitários, desdobráveis, guias turísticos, revistas e também *Websites*. Podemos então afirmar:

«A principal intenção comunicativa dos textos turísticos será pois informar, dar a conhecer às pessoas os destinos, as atracções turísticas, os hotéis, etc.» (Brito: 1999:51)

Logo no início do estágio no Departamento de Turismo chegou-se facilmente à conclusão que existem cuidados específicos ao traduzir os dados mais importantes de textos turísticos. Por vezes, o problema reside no significado da tradução para leitores

de outra cultura devido à falta de equivalente na cultura de chegada. (cf. Brito, 1999)
Todos os exemplos a seguir referidos podem ser encontrados no *Website* de Turismo da Câmara Municipal do Porto.

1. *Perto da Casa da Música / near “Casa da Música”*
2. *Ao lado da Torre dos Clérigos / next to “Clérigos Tower”*
3. *Fábrica de Chumbo de Caça / “Fábrica de Chumbo de Caça” (Lead Shot Factory)*
4. *« Infante D. Henrique » / « Prince Henry the Navigator »*

Os exemplos 1, 2 e 3 acima citados são indicações para que o turista chegue a determinado local, alguns são apenas pontos de referência, outros são o próprio local a ser visitado. No exemplo nº 1, recorre-se a um empréstimo do original, por um lado, porque a própria Administração da *Casa da Música* quer que o nome fique conhecido internacionalmente como é em português e por outro lado, porque ao traduzir tem de se ter em conta o leitor, neste caso, o tradutor tem de se colocar na pele de um turista em Portugal que pergunta a alguém como chegar à *Casa da Música*. Isto acontece com todos os nomes cuja relevância não ultrapasse o âmbito da cultura de partida, como por exemplo: nomes de pessoas, lugares, coisas e até nomes de ruas. Ao dizer o local em Português é certo que o turista vai ser entendido, mesmo com as possíveis condicionantes do sotaque; contudo, ao dizê-lo na sua língua nativa, se tiver acesso a uma tradução literal, pode vir a ter maior dificuldade em obter a informação que deseja. No 2º exemplo, opta-se por uma tradução parcial, pois o mais importante desta informação é referir que se trata de uma torre e, por isso, somente a palavra *Torre* é traduzida.

*« Mantém-se na língua de partida a parte culturalmente específica que apenas interessa no âmbito dessa cultura e transporta-se a parte mais genérica para a língua de chegada. »
(Brito, 1999:86)*

Um turista em pleno Porto, ao tentar chegar à Torre dos Clérigos, se apenas pronunciar a palavra *Clérigos*, chegará facilmente ao local pretendido, onde saberá de antemão, e graças à tradução parcial, que se trata de uma torre. No exemplo nº 3, opta-se por um empréstimo do original com o complemento de uma tradução directa, tipo de tradução muito utilizada na área da Gastronomia. Neste caso, o turista pode perguntar onde fica a *Fábrica de Chumbo de Caça* e, deste modo, um morador local poderá ajudá-lo, mas

também tem a informação do que vai encontrar quando chegar ao local. Caso tivesse sido apenas utilizado um empréstimo do original, a função informativa do texto turístico estaria a falhar. O 4º exemplo demonstra uma quebra da norma geralmente aplicada à tradução de nomes próprios acima referida, pois certos nomes já existem na cultura de chegada e, por isso, têm uma tradução reconhecida.

De referir ainda, que toda a informação fornecida deve ser verdadeira pois não se deve cair no erro de criar falsas expectativas nos turistas. Isto acontece porque:

«Uma vez no local ou em contacto com o produto, o leitor terá a oportunidade de medir a sua experiência em relação às expectativas criadas com a leitura do texto. Quanto maior for a diferença entre essa imagem e a realidade, maior a probabilidade de o turista ficar insatisfeito com o produto e com a fonte do texto.» (Brito: 1999: 54)

Durante o estágio foram realizadas apenas retroversões, nas quais houve o cuidado de utilizar um Inglês *acessível*, com uma mensagem clara e sem ambiguidades, pois muitos dos leitores das retroversões poderiam não ter o inglês como língua nativa. Apesar de não haver qualquer oposição em traduzir para Inglês, a verdade é que concordamos com o princípio que só se deve traduzir para a língua materna, neste caso, português. Por motivos óbvios derivaram algumas dificuldades do facto de traduzir para inglês, principalmente devido ao idiomatismo, pois certas expressões traduzidas numa primeira fase acabaram por se revelar como sendo não idiomáticas após a revisão do próprio texto. Assim sendo, a pesquisa no que diz respeito ao idiomatismo ocupava grande parte do tempo de tradução, uma vez que um bom tradutor pretende evitar que o leitor perceba que o texto traduzido é de facto, uma tradução. Um dos aspectos mais positivos do estágio foi o facto de a tradutora efectiva não se assumir como uma autoridade aquando da revisão das traduções. As revisões dos textos traduzidos eram realizadas pela tradutora efectiva e pelo estagiário ao mesmo tempo. Quando alguma dúvida surgia em relação à tradução, a decisão era tomada por ambos após uma breve discussão das opiniões individuais. Um aspecto muito importante e gratificante de traduzir para um Departamento de Turismo é que essas traduções, quer estejam em folhetos, guias turísticos ou *Websites*, vão ser lidas por muitas pessoas de vários países, podendo ter um impacto global.

4.2. Revisão

O objectivo do Departamento de Turismo ao pretender uma revisão do *Website* era realizar uma remodelação do mesmo em 2011. O *Website*, além da versão original em português, está traduzido para castelhano e inglês e a revisão foi apenas realizada no par linguístico da variante estudada durante o Mestrado: Português-Inglês. Houve uma certa relutância em relação à revisão do *Website* em inglês, devido ao facto do estagiário não ter experiência profissional suficiente para o fazer. Se ainda estava numa fase de aprendizagem no que diz respeito à tradução, que autoridade teria para afirmar que alguém traduziu mal ou bem determinado texto. A função a realizar era comparada à de *Proofreader*, mais que à de Revisor. A mínima alteração sugerida era de imediato declinada sempre com a justificação do respeito pelos direitos de autor. No entanto, à excepção de alguns textos indicados como sendo da autoria de professores de História da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, na maioria dos casos, o autor é desconhecido, além de terem sido vários ao longo dos anos. Segundo Mossop (2007) a função do revisor é mais complexa que identificar e corrigir erros ortográficos, gramaticais, de pontuação, tipográficos (chamar atenção para situações em que duas palavras estavam juntas sem espaço entre elas ou quando havia mais que dois espaços entre duas palavras) e ter em atenção texto não traduzido por lapso.

«Revising is that function of professional translators in which they identify features of the draft translation that fall short of what is acceptable and make appropriate corrections and improvements.» (Mossop: 2007: 109)

Para Mossop, revisão, controlo de qualidade, verificação e releitura são sinónimos e existem certos tipos de problemas que devem ser identificados e resolvidos durante o processo de revisão como os que se seguem:

1. Problemas de Transferência:

1.1. Verificar se a tradução reflecte o texto de partida

Enquanto a tarefa de um tradutor é garantir que a tradução transmite o mesmo que o texto de partida, a tarefa do revisor é assegurar que não existem passagens obscuras que possam conduzir o leitor a uma má interpretação de um facto importante.

Este tipo de problemas a serem resolvidos numa revisão está relacionado com a *fidelidade* ao texto de partida, não só ao nível das palavras, orações e frases, mas também ao nível da estrutura geral da mensagem, ou seja, a sequência de argumentos e eventos tem de ser igual à do texto de partida. Palavras como *Contudo* e *Posteriormente* merecem especial atenção. Esta *fidelidade* está intimamente relacionada com a *mensagem*. No entanto, ao rever o texto mais que uma vez, acabam por ser encontrados detalhes mínimos que podem ser sempre melhorados de todas as vezes que o texto é lido e isso pode significar uma perda de tempo.

1.2. Verificar se alguns elementos importantes da mensagem ficaram fora da tradução

Verificar se um texto está completo deve ser implícito a toda a questão da *fidelidade* à mensagem.

«Unless specifically asked to write a summary or gist, translators are usually expected to render the whole of the message in the source text – No Additions, No Subtractions (NANS).» (Mossop: 2007: 128)

Este princípio não deve ser entendido como uma regra, primeiro porque adições e subtracções são inevitáveis nas traduções e segundo, porque este princípio aplica-se apenas ao que tem significado relevante. Toda esta questão das adições e subtracções nas traduções vale a pena ser referida devido à facilidade com que isso acontece acidentalmente. Este tipo de erros acidentais pode acontecer quando, por exemplo, um determinado texto tem uma oração repetida em frases sucessivas. É perfeitamente natural que o olho do tradutor ao voltar da tradução para o texto de partida vá directamente para a segunda ocorrência, ficando a primeira por traduzir. Uma das principais funções do revisor é assegurar que não existem omissões deste tipo.

2. Problemas de Conteúdo:

2.1. Verificar se existe alguma contradição e se as ideias fazem sentido

Toda a tradução tem de fazer sentido para o leitor e para isso não podem existir contradições entre as frases. Pode acontecer que o próprio texto de partida seja ilógico e o tradutor não tenha feito nada para alterar esse facto. A intenção do autor pode ser outra, mas devido a uma pobre capacidade de expressão o texto tornou-se contraditório para o leitor. Ou então, existe a possibilidade de o autor se ter contradito acidentalmente, como no exemplo: «a taxa de desemprego subiu de 11% para 10%». Existem duas hipóteses de erro: ou o autor utilizou o verbo errado e queria dizer «*desceu*», ou as percentagens foram invertidas. Neste caso, as dúvidas têm de ser tiradas através da pesquisa (o próprio documento pode ter um gráfico por exemplo) para realizar a alteração adequada. Pode também acontecer que o texto faça sentido, mas tenha sido o tradutor a introduzir a contradição. Esta situação pode acontecer quer devido à falta de conhecimento sobre a língua de partida, quer devido à pressa ou cansaço.

2.2. Verificar se existem erros factuais

Os erros factuais são de grande importância comunicativa e, por isso, não podem ser ignorados. Podem encontrar-se no texto original, mas também podem ser introduzidos acidentalmente pelo tradutor. Caso se encontrem no texto original, o mais correcto a fazer é, se possível, entrar em contacto com o autor do texto e acordar possíveis mudanças. Erros factuais podem incluir: nomes de ruas incorrectos, nomes de organizações numa ordem errada (por exemplo, «*Museu para a Associação dos Transportes e Comunicações*» em vez de «*Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações*», e referências incorrectas (por exemplo, a citação era da página 300 e não 200 do livro *x*).

3. Problemas de Língua e Estilo:

3.1. Verificar se existe alguma frase de difícil leitura

O leitor deve compreender o significado de um texto na primeira leitura. Se isso não acontece, pode dever-se à existência de fraca organização da estrutura das frases ou até a uma fraca tradução dos conectores do texto de partida. Um exemplo de algo que pode interferir com uma fácil leitura de uma tradução é a existência de segmentos da frase na língua de partida, como é o caso de nomes de instituições. No caso de documentos legais, certas expressões têm de permanecer na língua de partida, mas noutro tipo de situações deve fazer-se um esforço para eliminá-las.

3.2. Verificar se a linguagem utilizada é apropriada para os leitores da tradução

A tradução tem também de ser adaptada aos leitores e ao uso que vão fazer da mesma. Tem de ter por isso, o nível adequado de formalidade, tecnicidade e o tom emotivo apropriado, assim como ter um vocabulário adequado ao nível da formação dos leitores e ter em conta o seu nível de conhecimento em relação ao assunto em questão.

3.3. Verificar se o estilo é adequado ao género de texto

Outro aspecto a considerar é o facto de cada género e cada campo de escrita seleccionarem diferentes recursos lexicais, sintácticos e retóricos da linguagem. Considera-se, portanto, que certos tipos de texto têm uma *sublíngua*, sendo os textos de terminologia específica aqueles que provavelmente mais necessitam de verificação, uma vez que, na maior parte das vezes, essa terminologia tem de ser utilizada por especialistas que sejam falantes nativos da língua de chegada.

3.4. Verificar se todas as combinações de palavras são idiomáticas

No que diz respeito ao idiomatismo, podemos classificar as combinações não idiomáticas como «*aquilo que os falantes não dizem assim.*» Neste caso, o revisor deveria ser

sempre falante nativo da língua de chegada, uma vez que não existe uma razão válida para o idiomatismo; simplesmente tem de se saber quais são e quais não são combinações idiomáticas. No caso de o revisor não ser um falante nativo da língua de chegada, o melhor será ter como aliados um bom dicionário ou então utilizar o *Google* na pesquisa.

3.5. Verificar se as regras de gramática, ortografia e pontuação são respeitadas

Por último, ao contrário de textos originais, muitas vezes encontram-se erros sintáticos e gramaticais nas traduções, o que acontece devido à influência do texto de partida. Determinados pormenores como as diferentes convenções de pontuação e de escrita de números devem ter especial atenção. Em português, por exemplo, o tipo de aspas utilizado é «...» enquanto em inglês é “...”.

4. Problemas de Apresentação:

4.1. Verificar se há algum problema com o modo como o texto é apresentado e com a formatação do mesmo

Na apresentação de um documento devemos ter cuidado com certos pormenores como: os espaços entre colunas, tabelas, secções (um texto muito compacto torna-se de difícil leitura), devemos verificar se os avanços dos parágrafos são iguais e se os títulos dos capítulos estão todos na mesma posição. Utilizar em excesso o itálico, negrito ou o sublinhado podem também dificultar a leitura do texto. Além disso, devemos ter sempre em atenção que a utilização destes diferentes tipos de letra devem ser utilizados sempre com a mesma função, por exemplo, utilizar o itálico em palavras/expressões na língua de partida.

4.2. Verificar a organização do documento como um todo

No que diz respeito à organização do documento como um todo devemos ter em atenção pormenores como o número de determinado capítulo corresponder com o que

está indicado no índice e verificar textos muitas vezes esquecidos como cabeçalhos e notas de rodapé. Não nos podemos esquecer que uma má apresentação causa má impressão.

Como o *Website* de Turismo do Porto era muito extenso e o que era suposto fazer nunca foi bem definido, era fácil deixar escapar um determinado erro, pensando noutro tipo de erros. É complicado prestar atenção a erros que afectam unidades ao nível da palavra e ao mesmo tempo prestar atenção a erros que afectam unidades maiores. Por exemplo, ao prestar atenção aos erros ortográficos podemos não reparar que uma expressão entre parêntesis não tem o segundo parêntesis ou se todos os parágrafos estão alinhados. Numa segunda revisão eram encontrados quase sempre outros erros que haviam escapado numa primeira leitura. Além disso, a revisão do *Website* de Turismo do Porto também se tornou um processo complicado, pois o mesmo é bastante extenso e tinha de ser revisto no ecrã e não em papel. Uma vez que o trabalho de revisão ultrapassou as 1500 páginas, o *Website* não foi impresso por questões ambientais.

«It is much easier for the eye to miss problems if you work on screen.» (Mossop: 2007: 56)

Alguns dos textos são escritos em linguagem pouco contemporânea, talvez por terem sido escritos há bastante tempo. Apesar de não termos a informação de quem escreveu a maioria dos textos nem quando os textos foram escritos, concluímos facilmente que certos textos têm pelo menos duas décadas. Para suportar esta conclusão basta analisar o texto referente a Manuel de Oliveira, no separador *Escritores*. Neste texto é afirmado que Manuel de Oliveira tem 80 anos e é de conhecimento geral que o mesmo já ultrapassou a fasquia dos 100 anos de idade. Para além destes factores, o *Website* acaba também por se tornar um pouco enfadonho (para revisão), pois muitos dos textos são repetidos de fio a pavio noutros separadores. A título de exemplo, nos separadores *Cidade do Porto - Cidade das Pontes*, encontramos um texto a descrever as várias pontes existentes no Porto. Esse mesmo texto encontra-se nos separadores *Visitar o Porto - Que visitar - Pontes*, sem qualquer alteração. Sempre que um determinado texto se encaixava numa determinada categoria, era sempre repetido.

Ao contrário do que acontecia com as traduções, o trabalho de revisão não foi acompanhado por nenhum superior hierárquico no Departamento, o que se traduziu na

passagem de dias a fio a rever sem qualquer tipo de orientação. Este facto ajudou a que o trabalho de revisão fosse considerado desmotivante.

4.2.1. Comparação com outros *Websites* de Turismo

Durante as aulas de *Técnicas de Sumarização*, cadeira leccionada durante o segundo semestre do Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos, aprendemos bastante sobre *Comunicação Técnica*.

«Technical Communication is meant to fulfill a mission: to convey information to a particular audience so that they understand something or carry out a task.» (Markel, 2003:12)

Segundo Markel (2003), todas as organizações comunicam quer com outras organizações, quer com o público e, para isso, utilizam como meios de comunicação como cartas, relatórios, artigos para jornais e também *Websites* para descrever produtos e serviços, entre outras coisas. Grande parte do que lemos diariamente é o resultado de Comunicação Técnica. Markel, no primeiro capítulo de *Technical Communication*, aponta ainda seis características da Comunicação Técnica:

1. Dirige-se a leitores particulares

Na Comunicação Técnica temos de ter sempre em conta o perfil da pessoa que vai ler os textos que escrevemos. No caso do *Website* de Turismo do Porto, este foi elaborado a pensar nos visitantes nacionais e estrangeiros que pretendem obter informações sobre a cidade do Porto.

2. Ajuda os leitores a resolverem problemas

Este tipo de comunicação ajuda os leitores a aprenderem algo ou a realizarem uma tarefa. Tomemos como exemplo alguém que lê a informação do separador *Museus* do *Website* de Turismo do Porto. Este possível visitante quer informação sobre os museus existentes no Porto para poder fazer uma escolha e assim resolver um problema.

3. Reflecte os objectivos e cultura de uma organização

Ao colocar informações sobre a cidade do Porto, o *Website* evidencia que o objectivo do Departamento de Turismo é o apelo à visita. Podemos também afirmar que além de reflectir o objectivo, reflecte também a cultura não só do Departamento de Turismo como também da cidade do Porto.

4. É produzida graças à colaboração entre várias pessoas

No Departamento de Turismo, enquanto o tradutor realiza a tradução de uma notícia sobre um evento por exemplo, encontramos ao mesmo tempo o técnico de informática a inserir o programa do mesmo evento no *Website*. Numa organização trabalha-se em equipa.

«Writers, editors, designers and production specialists work with subject-matter experts – the various technical professionals – to create a better document than any one of them could have made working alone» (Markel, 2003:7)

5. Utiliza o *design* para facilitar a leitura

O Departamento de Turismo preocupa-se com o espaçamento, o tipo de letra, a cor, o aspecto profissional e a facilidade de pesquisa para tornar o *Website* mais atractivo.

6. Consiste em palavras ou gráficos (ou nos dois)

Os gráficos tornam os documentos mais interessantes e apelativos, pois reforçam conceitos difíceis, comunicam instruções e descrições de objectos e processos, assim como grandes quantidades de informação quantificável. Além disso, permitem a comunicação com falantes não nativos.

Após reflectir na Comunicação Técnica e como esta está presente no *Website* de Turismo do Porto, procede-se a uma comparação com outros *Websites* de Turismo. Como termos de comparação foram escolhidos os *Websites* de Turismo de Lisboa e de

Bristol. O *Website* de Turismo de Lisboa foi escolhido, pois para além de ser um *Website* de Turismo português, Lisboa é a maior cidade do país e por isso, o seu *Website* de Turismo pode ser considerado um bom ponto de referência. Em relação a Bristol, esta cidade é geminada com o Porto, o que significa que existem relações e mecanismos protocolares no que diz respeito à cultura e à economia, através dos quais se estabelecem relações recíprocas entre as duas cidades separadas geográfica e politicamente. Por este motivo, o *Website* de Turismo de Bristol pode ser considerado um bom termo de comparação.

Em relação à primeira impressão, ou seja, ao impacto visual quando se acede a um dos *Websites*, pode afirmar-se que o *Website* de Turismo do Porto (Fig. 5) é mais apelativo que os *Websites* de Lisboa (Fig. 6) e Bristol (Fig. 7). Cores como o verde e o amarelo são predominantes, o que transmite vigor, juventude e energia. Já os *Websites* de Turismo de Lisboa e Bristol são mais parecidos entre si. Ambos têm o fundo branco e enquanto o *Website* de Turismo de Lisboa tem alguma variedade de cores no cabeçalho, o de Bristol tem algumas cores nos separadores principais. São, portanto, mais discretos que o *Website* de Turismo do Porto, tornando-os menos apelativos.

Ainda na página inicial, o *Website* de Turismo do Porto é bastante claro para quem pretende pesquisá-lo. As divisões entre as diferentes áreas de pesquisa são bem delimitadas, enquanto nos *Websites* de Turismo de Lisboa e Bristol, a página inicial é mais confusa. O *Website* de Turismo de Lisboa chega a repetir informações na página inicial que se encontram nos separadores principais e o *Website* de Turismo de Bristol peca pelo excesso de informação, pois tenta fazer um resumo de tudo o que podemos encontrar nos mesmos separadores. O *Website* de Turismo do Porto é mais agradável na forma de pesquisar, enquanto os *Websites* de Turismo de Lisboa e Bristol são mais confusos pois têm demasiada informação na página inicial. Desta forma, evidencia-se o facto de o *Website* de Turismo do Porto estar de acordo com a quinta característica da Comunicação Técnica já referida, pois faz uso do *design* para facilitar a leitura.



Figura 5 - Página Inicial do Website de Turismo do Porto

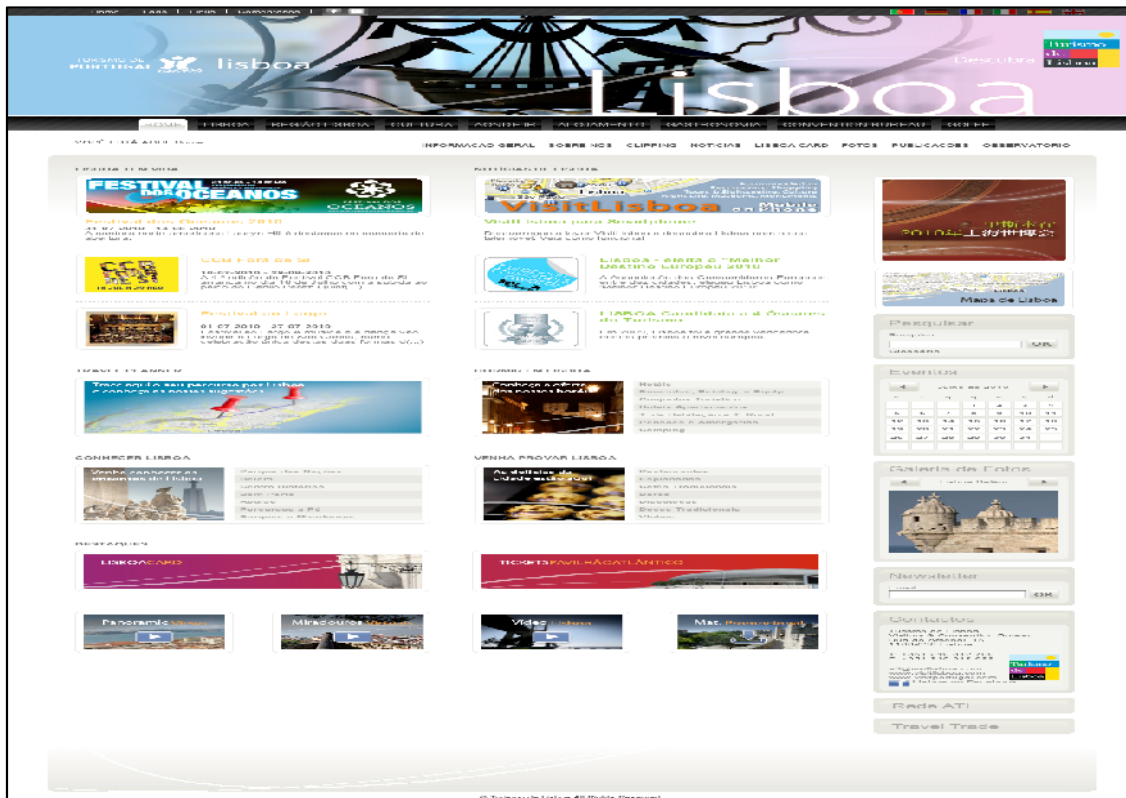


Figura 6 - Página Inicial do Website de Turismo de Lisboa



Figura 7 - Página Inicial do Website de Turismo de Bristol

Em relação à informação que contém e à forma como está organizada, os três Websites são semelhantes em alguns aspectos, mas diferem noutros. As semelhanças dizem respeito ao tipo de informação que se espera encontrar num Website de Turismo. Informações como a História da cidade, Museus, Restaurantes, Alojamento, Mapas e Acessos, Vida Nocturna e Gastronomia são comuns aos três Websites.

«Não importa quão remota, antiga ou complexa seja a cultura do destino, ela é reduzida às suas características mais conhecidas, tais como: artesanato, música, monumentos, gastronomia, tradições e história.» (Brito: 1999: 59)

Difícilmente encontraremos um Website de Turismo que não contenha estas informações. Este facto evidencia que os três Websites estão de acordo com a terceira característica da Comunicação Técnica de Markel, pois ao terem este tipo de informações o objectivo de apelo à visita torna-se bastante claro. Outro ponto em comum é o facto de os Websites acompanharem a informação com imagens. Neste ponto, o Website de Turismo do Porto é menos apelativo, pois aposta mais na informação escrita que na visual. Já os Websites de Turismo de Lisboa e Bristol colocam bastante ênfase no poder da imagem não só com fotografias, mas também com

vídeos. Tomemos como exemplo, o separador referente aos Restaurantes nos três *Websites*. Quer o *Website* de Turismo de Lisboa, quer o de Bristol têm uma fotografia de todos os restaurantes indicados, enquanto o *Website* de Turismo do Porto limita-se a dar algumas informações como a morada, número de telefone e especialidades da casa. Quando estamos a *vender* um produto devemos torná-lo o mais apelativo possível e para isso devemos apostar um pouco mais na imagem. Esta questão da presença de fotografias e vídeos nos *Websites* representa a quarta característica da Comunicação Técnica de Markel, pois o trabalho de equipa está evidenciado.

Em relação às diferenças, começemos pelo tipo de informação proporcionada. Para além dos pontos em comum já referidos, cada *Website* coloca ênfase numa particularidade que diferencia a cidade em questão de todas as outras. Encontramos então, no *Website* de Turismo do Porto um separador inteiramente dedicado ao facto de o Porto ter sido considerado Património Mundial pela UNESCO. Já o *Website* de Turismo de Lisboa tem um separador referente única e exclusivamente ao golfe, pois a região é rica em clubes de golfe. O *Website* de Turismo de Bristol refere em dois separadores diferentes o facto de ser a única cidade europeia nomeada para o *European Green Capital Award 2010/2011*, nunca esquecendo o facto de a cidade ter «450 parques e espaços verdes». Outro aspecto importante é o facto de o *Website* de Turismo do Porto tentar ser o mais completo possível e não deixar de lado qualquer tipo de informação. Neste *Website* temos acesso a informações que podem ser consideradas de difícil acesso mesmo para um português. Além das informações mais básicas como os contactos de hospitais, farmácias e polícia, existem também informações referentes aos sítios onde há acesso gratuito à Internet, lojas de alfarrabistas, lojas de Filatelia e Numismática, todas as Fundações existentes na cidade, lojas de instrumentos musica, etc. Em vez de generalizar, o *Website* de Turismo do Porto vai até ao mais ínfimo pormenor, o que é uma característica de valor positivo. Contudo, enquanto o *Website* de Turismo do Porto concentra-se no pormenor, o *Website* de Turismo de Lisboa dá bastante importância às cidades em redor da capital portuguesa, como por exemplo Sintra, Mafra e Ericeira, focando os seus pontos fortes de modo a apelar à visita. Já o *Website* de Turismo de Bristol, além de dar a informação do que há para conhecer na cidade, fornece dicas específicas, para diferentes grupos de pessoas. Deste modo, existem programas dedicados à família, a grandes grupos de pessoas, locais específicos para qualquer tipo de festa e até locais frequentados por pessoas homossexuais. Com esta forma de

descrever, os três *Websites* respeitam a primeira e segunda característica da Comunicação Técnica de Markel. Ao mesmo tempo que têm em conta o perfil das pessoas que acedem ao *Website*, também os ajudam a decidir o que querem fazer, onde e quando.

A maior diferença, e a mais relacionada com o estágio curricular no Departamento de Turismo tem que ver com o estilo de escrita utilizado no *Website* de Turismo do Porto. Como já foi referido, o *Website* foi escrito por várias pessoas e também traduzido por várias pessoas, ou seja, encontram-se estilos de escrita completamente diferentes. Por um lado há textos de fácil leitura, mais contemporâneos e por outro lado, textos enfadonhos de difícil leitura e com vocabulário desactualizado.

Um *Website* de Turismo referente a qualquer cidade está, acima de tudo, a apelar à visita de turistas. O objectivo de qualquer Departamento de Turismo é *vender* um produto, mesmo que não seja uma entidade com fins lucrativos. Para vender é preciso aliciar o comprador, enfatizando todas as qualidades do produto em questão. No caso de um *Website*, é necessário torná-lo agradável e apelativo sendo a linguagem utilizada de enorme importância. Verifiquemos então, em que diferem os três *Websites* de Turismo em estudo no que diz respeito à transmissão de uma mensagem apelativa.

Ao analisar o separador relacionado com a História de cada cidade, tomemos como exemplo:

Porto:

«SÍNTESE DA HISTÓRIA DO PORTO

A conquista de Portucale em 868 por Vimara Peres, guerreiro de Afonso III, de Leão, é aqui considerada, com razão, acontecimento da mais antiga História do Porto. A povoação de Portucale in Castro novo era desde a segunda metade do séc. VI, desde os tempos dos Suevos, sede da Diocese Portucalense, mas a partir de 868 a sua importância aumenta: torna-se o centro do movimento de reconquista e de aglutinação das terras circundantes, as quais por tal facto em meados do séc. X passam a constituir a província portugalensis, a cujos habitantes logo se dá o nome de portugalenses, e entre os quais começam a surgir as primeiras e vagas manifestações de sentimento nacional. Portucale, foi, por isso, na verdade, quem deu nome e origem à Nação Portuguesa!...»² (www.portoturismo.pt)

² Sublinhado nosso

Lisboa:

«Porém, o grande passo em frente da expansão portuguesa chegou em 1498, quando Vasco da Gama descobriu o Caminho Marítimo para a Índia. Foi esse efectivamente o começo da Época de Ouro da cidade, caracterizada pelo estilo Manuelino na arquitectura, nome que advém do monarca da época, D. Manuel I, e que se caracteriza tipicamente pela utilização de motivos marítimos na sua decoração. Ao longo dos séculos, Lisboa cresceu e foi mudando naturalmente. Mais tarde, quando o centro da cidade foi destruído quase por completo pelo Terramoto de 1755, foi o Marquês de Pombal que se encarregou da sua reconstrução, criando assim a chamada Baixa Pombalina, uma área comercial que ainda hoje mantém a maior parte da sua traça original.

Lisboa é uma capital histórica, um potpourri com um carácter e um encanto fora do comum, onde 800 anos de influências culturais diversificadas se misturam com as mais modernas tendências e estilos de vida, criando contrastes verdadeiramente espectaculares.

Com vários motivos de encantamento, Lisboa Convida!³ (www.visitlisboa.com)

Bristol:

«The rich and eventful history of Bristol⁴ as a port stretches back over many centuries.»

«The original town was listed in the Anglo-Saxon Chronicle of 1051 as a port trading regularly with Ireland.»

«Another of Brunel's famous steamships was the majestic ss Great Britain, the first iron-hulled, propeller-driven ship to cross the Atlantic.» (www.visitbristol.co.uk)

O *Website* de Turismo do Porto tem como único objectivo (pelo menos neste separador) a descrição de factos históricos. O conteúdo do texto está repleto de expressões que remetem para acontecimentos históricos («*A conquista de Portucale em 868*», «*em meados do séc. X*»), assim como nomes de pessoas importantes no desenvolvimento da cidade («*Vimara Peres*», «*Afonso III*»). Este tipo de descrição formal é bastante característica em livros e manuais de História. O *Website* de Turismo do Porto dá, portanto, mais importância à função informativa da linguagem e menos importância à função apelativa. O *Website* de Turismo de Lisboa, utiliza um texto bem menor que o *Website* de Turismo

³ Sublinhado nosso

⁴ Sublinhado nosso

do Porto para fazer referência à História da cidade. Também descreve acontecimentos («descobriu o caminho marítimo para a Índia», «Terramoto de 1755») e pessoas importantes para o desenvolvimento da cidade («D. Manuel I», «Marquês de Pombal»), mas a grande diferença é o convite à visita. Ao contrário do *Website* de Turismo do Porto, o de Lisboa utiliza a função informativa e apelativa da linguagem no mesmo texto. Fornece todas as informações necessárias, mas não ignora o facto de o objectivo do *Website* ser chamar mais turistas à cidade. Segundo Brito (1999), os textos turísticos geram fórmulas de pensamento e de linguagem que podem ser determinadas pelo seu longo uso, logo certas expressões e mesmo certos verbos são frequentemente encontrados neste tipo de textos. O *Website* de Turismo de Lisboa é um bom exemplo deste facto, pois são utilizadas expressões de valor positivo como «*encanto fora do comum*» e «*contrastes verdadeiramente espectaculares*», assim como a utilização de verbos expressivos como «*criar*» e «*convidar*», que tornam o texto apelativo. Já o *Website* de Turismo de Bristol, é mais parecido com o *Website* de Turismo do Porto. No separador *History & Heritage*, encontra-se um texto bastante extenso sobre factos históricos e pessoas importantes para a cidade, tal como no *Website* de Turismo do Porto. Contudo, o *Website* de Turismo de Bristol consegue ser mais apelativo que o do Porto, pois utiliza alguns adjectivos expressivos, como no início do texto «*The rich and eventful history of Bristol*» de modo a tornar o texto mais atraente.

«Parte dessa linguagem descritiva fazem os adjectivos descritivos, que trazem cor a um texto, tornando-o mais apelativo.» (Brito:1999: 64)

Além disso, o *Website* de Turismo de Bristol apresenta a possibilidade de obter mais informações sobre um monumento ou local importantes através das hiperligações, uma característica que representa inovação, factor que torna o *Website* apelativo. De referir também que este *Website* complementa a informação dada com várias imagens, o que de alguma forma disfarça o facto de o texto ser extenso.

A forma como os três *Websites* descrevem certas zonas das respectivas cidades é também diferente:

Porto:

«O Douro é um vale, é um rio. É vinha, é vinho. Sobre a obra do rio, o feito do homem que transformou as montanhas de xisto em terra e muros, num esforço colectivo de muitas culturas, uma epopeia.⁵ Protegida dos ventos húmidos do Atlântico pelas montanhas do Marão e Montemuro, a região produtora, pela primeira vez delimitada e regulamentada em 1757- a primeira regulamentação vitícola do mundo- situa-se no nordeste de Portugal, entre Barqueiros e Mazouco, na fronteira Espanhola. » (www.portoturismo.pt)

Lisboa:

«O Bairro Alto é um dos bairros mais paradigmáticos e atraentes para viver a cidade. Típico e popular, o Bairro Alto possui imensos rasgos de modernidade, com lojas de roupa e de design e bares, muitos bares. O encontro de pessoas, num ambiente eclético e multicultural, é uma das boas razões para passear pelo bairro. (...) Depois do Bairro Alto, desça pelo Chiado, onde encontrará um ambiente ainda mais sofisticado. (...) Acima do Rossio, descubra a Avenida da Liberdade.»⁶ (www.visitlisboa.com)

Bristol:

« Broadmead and Cabot Circus make up Bristol's city centre shopping area, with a massive selection of high street names, department stores, boutique shops and restaurants and cafes to choose from.» (www.visitbristol.co.uk)

No *Website* de Turismo do Porto alguns textos, apesar de escritos em prosa, são verdadeiras epopeias. Este excerto referente à região do Douro consegue descrever a localização da região, as suas condições geográficas e em quantas partes se subdivide de uma forma grandiosa, quase poética. O tipo de linguagem utilizado no *Website* de Turismo de Lisboa é mais contemporâneo e além disso, o autor consegue descrever a zona em questão como se estivéssemos a dar um passeio («*Depois do Bairro Alto, desça pelo Chiado*»). O Imperativo é também usado, tempo verbal frequentemente utilizado nos textos turísticos («*desça*», «*descubra*»).

⁵ Sublinhado nosso

⁶ Sublinhado nosso

«No convite, o emissor faz alusão a uma situação ou a uma realidade, a um estado ao qual o receptor é chamado a participar. E esse convite reveste-se fundamentalmente da forma de Imperativo.» (Brito: 1999: 62)

Além disso, encontram-se exemplos de redundâncias «e bares, muitos bares», outra das características dos textos turísticos. Na maior parte dos textos, uma vez que a redundância é a repetição do mesmo, é norma eliminar o que é considerado desnecessário, devido ao facto de termos como objectivo facilitar a leitura do texto. Contudo, como as leituras de textos turísticos são normalmente rápidas e superficiais, as redundâncias são necessárias para consolidar a mensagem. A complementaridade destas características torna o *Website* de Turismo de Lisboa bastante apelativo. Já o *Website* de Turismo de Bristol, contém textos descritivos de determinada zona da cidade, mas sem entrar em muitos pormenores. Contudo, para obter mais informações, o próprio texto contém, mais uma vez, hiperligações. Com esta forma inovadora de informar, o *Website* de Turismo de Bristol torna a leitura do texto mais fácil e o próprio *Website* mais fluído uma vez que o acesso a toda a informação não acontece de uma só vez.

No *Website* de Turismo do Porto, toda a informação está no mesmo separador e os textos são apenas descritivos. O objectivo é então apenas informar não dando grande ênfase à função apelativa. Tomemos como exemplo o separador dedicado aos Museus, onde aparece uma lista de museus entre os quais a *Casa do Infante – Núcleo Museológico*. O texto é demasiado extenso e contém informações secundárias como o contexto histórico em que a *Casa do Infante* foi construída, as remodelações que sofreu durante o passar dos séculos, pormenores arquitectónicos e só no último dos vários parágrafos é que surge a informação do que há para ver nesse museu em caso de visita. No *Website* de Turismo de Lisboa, no separador *Museus* encontramos apenas cada região de Lisboa com uma frase apelativa, como por exemplo:

«**Mafra / Oeiras / Vila Franca de Xira** - Encontrará, nestas regiões, museus que reflectem a história e tradições de cada uma delas. Não deixe de os visitar!» (www.visitlisboa.com)

No fim do separador existe uma hiperligação - *Pesquisa de Museus* com uma lista de todos os Museus e com a opção de filtrar a pesquisa por localização. Ao contrário do *Website* de Turismo do Porto, deparamo-nos com um texto curto que descreve de uma forma muito simples o que se encontra no Museu, sem entrar em mais detalhes. No *Website* de Turismo de Bristol, o pequeno texto referente aos museus

contém expressões como «*exciting exhibitions*» e «*fantastic museums*», logo seguido de uma lista de museus e cada museu mencionado tem uma pequena frase, mais uma vez apelativa:

« Blaise Castle House Museum - Wonderful estate and folly castle hosting an exciting collection of objects, including a stunning collection of period costumes and Victorian schoolroom.»
(www.visitbristol.co.uk)

Caso pretendamos obter mais informações, é só clicar no nome do Museu para completar a pesquisa.

A título de conclusão, o *Website* de Turismo do Porto é, dos três *Websites*, o mais descritivo. O objectivo máximo é informar e neste aspecto este *Website* é também o que contém uma maior diversidade de informações. Se por um lado, este factor, aliado à boa organização e ao aspecto visual do *Website*, tornam-no apelativo, por outro, a maneira como transmitem a informação tornam-no um pouco enfadonho. Existem dois tipos de textos no *Website* de Turismo do Porto: uns são poéticos, com uma linguagem ultrapassada num estilo demasiado formal e pomposo e, por vezes, de difícil leitura; outros são puramente descritivos, sem qualquer utilização de vocabulário expressivo que torne o texto apelativo. A diferença de estilos de escrita pode estar relacionada com o facto de o *Website* ter vários autores e mesmo diferentes tempos de escrita. Esta situação torna-o pouco coerente e, mais uma vez pouco apelativo, que é o oposto do que seria de se esperar de um *Website* de Turismo. Os *Websites* de Turismo de Lisboa e de Bristol são diferentes do *Website* de Turismo do Porto, mas bastante semelhantes entre si. Ambos são mais coerentes em termos de estilo de linguagem. Temos acesso a textos contemporâneos com linguagem expressiva de valor positivo, sem perder no entanto o carácter informativo. Temos aliás, acesso a toda a informação possível, mas através de hiperligações. Enquanto o *Website* de Turismo do Porto tenta colocar toda a informação numa única página, nem que para isso o texto fique demasiado extenso, os *Websites* de Turismo de Lisboa e Bristol apostam mais na elaboração de textos apelativos e recorrem às hiperligações para informações mais concretas, tornando o *Website* mais fluído e de fácil leitura. Os textos do *Website* de Turismo do Porto deveriam ser reescritos numa linguagem mais contemporânea de modo a corresponder à função apelativa inerente aos textos turísticos.

«Perhaps you need to make language more contemporary so that the readers will understand, or so that they do not have the perhaps unconscious reaction «old language – old ideas – not interesting». (Mossop: 2007: 62)

4.3 Qual o interesse da Câmara para elaborar um *Website* deste tipo?

Ao tentar compreender o motivo da elaboração de um *Website* de Turismo, temos de ter em mente duas questões fundamentais: que tipo de turista pretende atrair e qual o interesse de quem elabora o *Website*.

Mathieson & Wall (1982) diferenciam quatro tipos de turista: Turista em massa organizado, Turista em massa individual, Turista Explorador e Turista Errante. (apud Brito, 1999:37)

1. **Turista em massa organizado:** tudo que esteja relacionado com a sua visita a um determinado país, desde os locais a visitar até aos hotéis onde vão ficar é programado ao pormenor e com antecedência, não pelo próprio turista, mas por uma agência de viagens ou operador turístico.
2. **Turista em massa individual:** Uma parte da sua visita é programada com antecedência por uma agência de viagens ou operador turístico, mas neste caso, o turista também tem algum poder de escolha sobre o que quer fazer e conhecer no país a visitar.
3. **Turista Explorador:** As viagens são totalmente programadas pelo próprio turista que evita entrar em contacto com as atracções turísticas, uma vez que o seu objectivo é entrar em contacto com as pessoas do país anfitrião. No entanto, procura sempre encontrar um pouco do seu país natal nos países que visita, por exemplo: um turista explorador brasileiro em Portugal poderá procurar bares onde se ouça samba, ou até ir jantar a um restaurante de rodízio.

- 4. Turista Errante:** Este tipo de turista é semelhante ao Turista Explorador, no entanto, o Turista Errante não tem necessidade de procurar por algo que lhe seja familiar. Ao conviver com os membros do país anfitrião existe uma partilha de cultura, desde os costumes até aos hábitos alimentares.

O tipo de textos a serem utilizados no *Website* de Turismo deve então estar de acordo com as características do turista que se pretende atrair. Os textos utilizados para os turistas em massa (organizados e individuais) devem ser escritos com atenção a determinados pormenores, como fazer referência a todas as atracções turísticas que existem, assim como os horários de visita e preços sempre actualizados, para que a viagem possa ser programada sem falhas. Por sua vez, os textos escritos com o objectivo de atrair o turista explorador e o turista errante devem ter em conta o factor novidade, por exemplo, em vez de indicarem um determinado *shopping* como um bom local para se fazer compras, talvez o melhor será indicar onde encontrar o pequeno comércio local, pois este tipo de turista gosta do contacto com a cultura anfitriã.

De qualquer modo, um *Website* de Turismo como o do Porto não deve preferir atrair um tipo de turista em detrimento de outro, principalmente porque uma cidade como o Porto tem uma oferta variada que pode agradar a *gregos e troianos*. Para aqueles que têm um gosto especial pela história de um país, o Porto tem muitas igrejas, museus e monumentos que preencherão as férias de qualquer pessoa sem deixar espaços em branco. Para aqueles que gostam de desporto e aventura, o *Website* indica todos os locais onde um potencial turista poderá praticar desporto, incluindo os mais radicais. Tem também uma oferta variada de locais de diversão nocturna para aqueles para quem as férias são sinónimo de *noitadas*. Ao pesquisarmos este *Website*, parece difícil concluir que o mesmo pretenda atrair as pessoas mais velhas em detrimento das mais novas, ou as mais *culturais* em detrimento das mais aventureiras. O que é certo é que para atrair qualquer tipo de turista, o *Website* de Turismo do Porto tem de apostar na coesão dos estilos da linguagem utilizada, manter os textos actualizados e torná-los mais apelativos que descritivos.

Um facto importante a apontar em relação ao funcionamento de um Departamento de Turismo é que o mesmo presta um serviço público sem fins lucrativos.

Ao contrário de uma Agência de Viagens cujo objectivo é vender, o Departamento de Turismo não abre falência se não tiver *clientes*. Não podemos ignorar também, como já foi referido, que uma grande parte dos textos foi escrita há muito tempo, ao ponto de não se saber quem são os autores. Outra parte, como por exemplo, as notícias e os eventos, são escritos pelas pessoas que trabalham no Departamento de Turismo. A diferença é significativa, pois enquanto os textos mais antigos têm um estilo de escrita mais formal e pouco contemporâneo, os que são escritos pelas pessoas que trabalham neste momento no Departamento de Turismo são mais apelativos, com uma linguagem contemporânea e de fácil leitura. A diferença está na utilização de adjectivos, verbos e expressões de valor semântico positivo nos textos mais contemporâneos, como por exemplo: *qualidade superior, espaço encantador, oferecer e convidar*. Se queremos que alguém compre um determinado produto temos de apelar às suas necessidades descrevendo as qualidades positivas do mesmo. Provavelmente, os textos demasiado formais e com uma linguagem pouco contemporânea eram considerados apelativos e contemporâneos na época em que foram escritos. De qualquer forma, o Departamento de Turismo tem o dever de os manter actualizados pois, uma linguagem pouco contemporânea pode dificultar a leitura do texto e fazer com que um possível turista se desinteresse pelo *Website* acabando por não visitar a cidade.

5. Problemas Específicos das Traduções e Revisões Realizadas

O objectivo deste capítulo é apresentar alguns dos problemas encontrados nas traduções e nas revisões do Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto com alguns exemplos específicos. Algumas das traduções realizadas, assim como excertos do trabalho de revisão do *Website*, encontram-se em anexo (Anexos I e II). Na versão electrónica do relatório estão compiladas todas as traduções realizadas e todo o trabalho de revisão. É necessário também referir que uma vez que o que foi traduzido e revisto foi para divulgação pública, não foram retiradas quaisquer referências a nomes, números de telefone e moradas por questões de confidencialidade. O objectivo era exactamente o oposto: divulgar essa informação.

Avancemos então com a análise dos problemas encontrados:

- **False friends**

Existem palavras em inglês cuja grafia e fonia nos remete de imediato para outra palavra em português. Por terem semelhanças, encaramo-las como tendo o mesmo significado mas, na realidade, o sentido não é o mesmo. Por exemplo, quando começamos a aprender inglês na escola, é muito comum pensarmos que «library» significa «livraria» e não «biblioteca». Na revisão do *Website* de Turismo do Porto, encontramos erros dessa natureza, como por exemplo:

«Um Tipógrafo com Notoriedade

Está comprovado com o aparecimento em 1540 de uma obra impressa nesta cidade, executada por Vasco Diaz Tanco de Frejenal: Espelho de casados, do doutor João de Barros.» (original)

«A notorious Typographer

In 1540 Vasco Diaz Tanco de Frejenal printed a João de Barros' book in this city, titled "A mirror of marriage.» (tradução) (www.portoturismo.pt)

O tradutor deste excerto não se apercebeu que se tratava de um *False Friend*. Aliás, os dois termos não só não significam o mesmo, como querem dizer exactamente o oposto. Em português, quando dizemos que alguém tem notoriedade, queremos dizer que essa pessoa tem importância social devido a acções ou opiniões consideradas valiosas pela sociedade. Tem portanto, um sentido positivo. Já *notorious* tem sentido negativo:

«Notorious: adj. famous or well-known for something bad» (Dictionary of Contemporary English, 1995: 967)

Enquanto o texto original se refere a um tipógrafo famoso pelo seu bom trabalho, a tradução em inglês está a indicar um tipógrafo famoso por ser mau naquilo que fazia. Esta é uma das dificuldades da tradução uma vez que é difícil não permitir que haja a influência de uma das línguas sobre a outra. Este tipo de erro pode ser encontrado numa *back-translation* ou por alguém que também domine as duas línguas.

- **Conceito inexistente na língua de chegada.**

«Desde sempre que o Âncora D'ouro foi frequentado pelos alunos da Universidade mas não só. Os professores também lá iam, e logicamente a convivência era um tanto ou quanto cerimoniosa. Daí alguém começar a dizer que aquilo era uma “piolhice”!»⁷

« Rodízio, Grelhados de Carne e Peixe, Caipirinha »⁸

O primeiro exemplo, que seria posteriormente colocado no *Website*, servia como um texto introdutório para o «Café Âncora D'ouro» e explicava o motivo do mesmo ser conhecido por «Café Piolho». A palavra «piolho» remete de imediato para o parasita que suga o sangue dos seres humanos e outros mamíferos. No entanto, o motivo pelo qual o café ficou conhecido por esse nome em nada tem que ver com o parasita. Uma tradução literal não seria, portanto, a mais adequada. Tentamos encontrar um equivalente cultural para *piolhice*, mas não encontramos nenhuma palavra em inglês para designar a socialização entre professores e alunos de forma pejorativa. Depois de termos colocado o Departamento de Turismo inteiro a pensar numa solução, resolvemos

⁷ Sublinhado nosso

⁸ Sublinhado nosso

utilizar um equivalente descritivo: «*“piolhice” (a pejorative term to designate the socialization between teachers and students)!*» O segundo exemplo trata das especialidades de um determinado restaurante. Após alguma pesquisa, chegamos à conclusão que este conceito não existe em inglês. Mais uma vez, optamos por usar um equivalente descritivo: «*Rodízio (one pays a fixed price and the waiters bring an offering of food to each customer at several times through the meal, until the customers say they've had enough)*». Em relação ao termo *caipirinha*, após alguma pesquisa chegamos à conclusão que os ingleses já o utilizam. No entanto, como é um estrangeirismo e não se encontra dicionarizado, resolvemos utilizar novamente um equivalente descritivo, pois não podemos assumir que todos os turistas que acedam ao *Website* saibam o que é uma caipirinha.

- **Qualidade do original**

No que diz respeito às traduções, não existem problemas em relação à qualidade linguística dos textos. Existem sim, problemas em relação à formatação dos textos. Chegamos a ter documentos mal formatados, o que torna o texto de difícil leitura e acaba por demonstrar uma certa falta de respeito por quem traduz. Como exemplo, um excerto do documento «Visita Virtual aos Paços do Concelho»:

«3. Não nos podemos retirar sem mencionar a última tapeçaria, “**S. João**”. S. João não é apenas a festa mais emblemática da cidade - bem caracterizada aqui pelas fogueiras, alho **Visita Virtual Paços Concelho Cidade do Porto**
Antiga, mui nobre, sempre leal e invicta cidade do Porto
5
porro e manjericos. Com efeito, a 24 de Junho celebra-se igualmente a morte de João Baptista - que baptizou seu primo Jesus Cristo nas margens do rio Jordão - evento igualmente aqui representado.»

Na realidade, «*Visita Virtual Paços Concelho Cidade do Porto – Antiga, mui nobre, sempre leal e invicta cidade do Porto*» é simplesmente o título do documento. Deveria aparecer uma única vez no início, mas aparece diversas vezes ao longo do texto no meio de certas passagens, o que provoca uma desformatação do documento dificultando a leitura do mesmo, assim como obriga o tradutor a demorar mais tempo a colocar «tudo no seu lugar» enquanto traduz.

- **Algumas distrações iniciais**

Houve situações, principalmente no início do estágio curricular, em que alguns erros óbvios foram cometidos pura e simplesmente por distração. Tomemos por exemplo, o texto *Bar Bonaparte* em que uma das informações dadas é que o próprio bar tem como meio de pagamento o multibanco. A primeira reacção foi traduzir *Multibanco* por *ATM*. Esse texto foi o primeiro a traduzir durante o estágio curricular e o objectivo era fazer um bom trabalho rapidamente. Por outro lado, surgiram algumas dificuldades para traduzir *petiscos* e *pregos*, expressões típicas da língua portuguesa, logo expressões que exigiam maior tempo de pesquisa e concentração. Por esses motivos, o primeiro instinto foi traduzir *Multibanco* por *ATM*. Caso não houvesse distrações com outras expressões nem a preocupação em transmitir a imagem de uma boa tradutora, este erro nunca teria sido cometido. O que teria acontecido seria a chegada à conclusão que *Multibanco* neste contexto não se referia a *Caixas Multibanco*, mas sim a cartões de débito, também denominados *Cartões Multibanco*. Assim sendo, a tradução final foi: «*Payment: Debit cards accepted*»

- **Desconhecimento da área abordada – Tradução de termos técnicos**

A maioria das traduções realizadas no Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto pode ser classificada como traduções de linguagem geral. Como o Público-alvo é mais amplo, a linguagem usada era mais corrente, sem termos muito específicos. Este tipo de linguagem é mais fácil de traduzir pois, para isso, o tradutor não precisa de ter conhecimentos específicos, ou seja, uma especialização. (cf. Oliveira, 2009)

No entanto, durante o estágio curricular também surgiu a oportunidade de traduzir textos de linguagem técnica, como por exemplo, *Cartão Único de Feirante* (área jurídica). Enquanto a linguagem geral faz parte do conhecimento dos falantes de uma determinada língua, podemos afirmar que:

«*In contrast, we speak of special or specialized languages to refer to a set of subcodes (that partially overlap with the subcodes of the general language), each of which can be “specifically” characterized by certain particulars such as subject field, type of interlocutors, situation, speakers’ intentions, the context in which a communicative exchange occurs, the type of exchange, etc*» (Cabré, 1999:59)

Se o tradutor não domina esses *subcódigos*, o trabalho de tradução torna-se bastante complicado, apesar de hoje em dia existirem muitos recursos à nossa disposição. O *TRADOS* por exemplo, com a possibilidade de memorizar traduções já realizadas pode facilitar muito o trabalho de tradução de linguagem técnica. Como durante o estágio curricular não houve acesso a esse tipo de *software* surgiram dois tipos de situações:

- Como o trabalho de tradução não era apoiado em memórias de tradução, numa situação em que um termo surgia e já havia sido traduzido num documento anterior, o mesmo termo tinha de ser procurado nas traduções antigas o que por vezes demorava bastante tempo.
- Noutras situações, em que não dávamos conta que determinado termo já havia sido traduzido noutro documento, procedíamos a toda a pesquisa necessária pela segunda vez.

Pode afirmar-se então que as memórias de tradução podem ajudar muito o tradutor, principalmente na gestão do tempo, uma vez que só precisamos de traduzir termos que aparecem pela primeira vez.

A área jurídica é muito rica em terminologia técnica, por isso exige mais trabalho e concentração na sua tradução. Bases de dados como o IATE ou o Proz são fundamentais para um tradutor técnico. No caso do texto acima referido *Cartão Único de Feirante* certos termos são complicados de traduzir, como por exemplo *Decreto-Lei n.º 42/2008*. Com a ajuda destas bases de dados facilmente encontramos a tradução para a expressão em questão: *Decree-law No 42/2008*.

• Quando utilizar o artigo definido «the»

Muitas foram as vezes em que o artigo definido – *the* era colocado quando não era necessário ou não era colocado quando era obrigatório. A tradutora efectiva do Departamento de Turismo retirava ou colocava o artigo, mas fazia-o por instinto, pois na sua opinião, as regras gramaticais não eram muito claras. Nas gramáticas:

*«We usually use **the** when we talk about things which are unique – there is only one of them (or one set of them): the world, the sky, the atmosphere, the sun, the ground, the climate, the sea, the horizon, the human race, the environment, the travel industry, the arms trade» (Advanced Grammar in Use, 2005: 90)*

Até aqui não há grande dificuldade, no entanto:

«Notice that some nouns like this can be used with zero article (i.e. no article) to refer to a concept in general» (Advanced Grammar in Use, 2005: 90)

O problema reside no facto de em português, quando queremos exprimir a totalidade específica de um género utilizamos o artigo definido (o, a, os, as) junto ao substantivo no singular. (cf. Cunha & Cintra, 2000) Tomemos os seguintes exemplos:

«A Fundação Escultor José Rodrigues é uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos...»

«**The** Sculptor José Rodrigues Foundation is a private, non-profitable institution...»

« (...) tem por fim a promoção da arte...»

« (...) which aims to promote art...» (**zero article**)

Os primeiros dois exemplos indicam o uso do artigo definido (a (PT) – the (EN)) quando nos referimos a algo que é único, como é o caso de uma Fundação. Neste caso, as duas línguas seguem a mesma regra. Nos dois últimos exemplos, as duas línguas diferem entre si. Quando queremos exprimir uma totalidade específica, utilizamos o artigo definido em português, mas não o utilizamos em inglês.

• Tradução vs. Retroversão

Podemos afirmar que a tradução tem duas formas distintas: a retroversão e a tradução (versão). Enquanto na tradução a língua de origem é a língua estrangeira e traduz-se para a língua materna, na retroversão a língua de origem é a língua materna e traduz-se para a língua estrangeira. Tendo em conta a diferença de competências do tradutor, assim como os níveis da competência exigida pela descodificação e codificação podemos afirmar que as traduções (versão) são de realização mais satisfatória que as retroversões. Esperar que uma retroversão realizada por um não nativo não pareça artificial é um processo complicado. É exigida muita pesquisa ao nível do idiomatismo e muita experiência na área da tradução para que isso não

aconteça. Enquanto estudantes de tradução e mesmo nos primeiros anos de carreira enquanto tradutores, a competência na língua estrangeira é demasiadamente insuficiente para que a retroversão não seja considerada artificial em comparação com a dos locutores nativos. Além disso, a retroversão tem um inconveniente geral:

«O falante tende a memorizar as realizações erradas do seu próprio idiolecto, particularmente aberrante no caso de uma língua estrangeira.» (Ladmiral, 1972: 37)

• Respeito pelas Convenções de Pontuação

Um dos problemas encontrados durante a revisão do *Website* de Turismo esteve relacionado com a colocação de vírgulas. Segundo Mossop (2007) existem três princípios sobre os quais as vírgulas têm sido historicamente utilizadas:

- Para indicar onde alguém deve fazer uma pausa ao ler o texto em voz alta;
- Para indicar os limites dos constituintes sintácticos da frase;
- Para indicar as pausas mentais ou ênfase (imaginando o texto a ser lido).

Em português estes princípios para a colocação de vírgulas também se aplicam. (cf., Cunha & Cintra, 2000) No entanto, no *Website* de Turismo do Porto existem excertos com carência de vírgulas e outros com um inegável exagero na colocação das mesmas. Tomemos como exemplos:

Carência de Vírgulas:

«Inclui-se neste período no que à arquitectura civil diz respeito, as seguintes intervenções e edifícios: Praça da Ribeira Feitoria Inglesa Palácio da Bolsa Edifício da Alfândega Edifício da antiga Cadeia da Relação Edifício da antiga Academia Politécnica Hospital de Santo António Palácio dos Carrancas Edifício da Antiga Casa Pia Na arquitectura religiosa saliente-se: Igreja dos Terceiros de S. Francisco Igreja de Nossa Senhora da Vitória Igreja da Trindade Igreja da Lapa» (www.portoturismo.pt)

Excesso de vírgulas:

«As paredes são apoiadas, a meio, por pilastras gémeas, cortadas, em cima, por janelas e, em baixo, preenchidas pelos retábulos: à esquerda, Nossa Senhora de Fátima, no camarim, e, em mísulas, S. Francisco Xavier e Santo António; do mesmo lado, ainda, Nossa Senhora das Dores, do séc. XVIII, no camarim, e, em mísulas, S. João Baptista e S. Brás. À direita, no camarim, As Santas Mães, do séc. XVIII. Na pradela, Santo Ovídio. Em mísulas, S. Francisco Xavier e Beato Nuno; do mesmo lado, Sagrado Coração de Jesus, no camarim, e, em mísulas, Santa Rita de Cássia e Santa Teresinha.» (www.portoturismo.pt)

No primeiro excerto encontramos duas sequências de enunciações (realçadas a amarelo) sem a presença de uma única vírgula, o que afecta a leitura e compreensão do texto. Nem sequer se verifica a presença da conjunção coordenativa *e* entre o penúltimo e o último edifício a ser enumerado. No segundo excerto observamos um excesso óbvio no uso de vírgulas (consideramos as vírgulas realçadas a amarelo como as que estão em excesso). Numa tentativa de leitura do texto em voz alta o mesmo soa confuso e se o objectivo da utilização das vírgulas é facilitar a compreensão do texto, neste caso, o excesso de pausas apenas dificulta.

CONCLUSÃO

A título de conclusão, posso afirmar que a realização de um estágio curricular é fundamental na consolidação dos conhecimentos adquiridos ao longo do Mestrado. O contacto directo com o mundo real de trabalho nesta área possibilita não só a integração no mercado de trabalho, como também, a percepção das dificuldades reais de um tradutor/revisor. Ao longo do relatório, procurei descrever e reflectir a realidade desta profissão, assim como, no modo como os problemas podem ser ultrapassados. Com o estágio curricular, aprofundei os meus conhecimentos de tradução em áreas relacionadas com a informação cultural, área com a qual não estava familiarizada. Posso afirmar que retirei o máximo partido possível desta experiência e espero colher os frutos da mesma numa futura actividade profissional.

Após dois anos de aquisição de conhecimentos na área em que apostei para o meu futuro, sinto que evolui quer profissional quer pessoalmente. Resta-me esperar continuar a evoluir e ter êxito nesta área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACADEMIA DAS CIÊNCIAS DE LISBOA (2001), *Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea* (p.3600), Lisboa: Editorial Verbo;
- AVRUCH, Kevin (2003). “Culture”. In Sandra Cheldelin, Daniel Druckman & Larissa Fast (Eds.), *Conflict* (pp.140-153). London: Continuum;
- BRITO, M. José (1999). *A Tradução da Linguagem de Informação Turística – Uma abordagem funcional*. Dissertação de Mestrado em Estudos de Tradução. Porto: Faculdade de Letras;
- CABRÉ, M. Teresa (1999). *Terminology – theory, methods and applications* (pp. 56 – 113). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company;
- CUNHA, Celso & Lindley Cintra (2000). *Nova Gramática do Português Contemporâneo* (pp.207, 640-646). Lisboa: Edições João Sá da Costa;
- HEWINGS, Martin (2005). *Advanced Grammar in Use – Second Edition*. (p.90) Cambridge University Press;
- HOUAISS, António & VILLAR, Mauro de Salles (2003) – *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* (p.3555) Lisboa: Instituto Houaiss de Lexicografia;
- LADMIRAL, Jean-René (1972). *A tradução e os seus problemas*. Lisboa: Edições 70;
- LEENSTRA, Fester (s.d). *How To Make Translation Process Less Labour Intensive*. Acedido em: 15 de Julho de 2010. Disponível em: <http://www.translationdirectory.com/articles/article1227.htm>;
- LONGMAN (1995), *Dictionary of Contemporary English* (p.967), England: Longman Dictionaries;

- MAIA, Belinda (1996). “The sentence as a unit of translation”. Comunicação apresentada em *Proceedings of the II Jornadas de Tradução do ISAI*. Porto: ISAI. Acedido em: 19 de Agosto de 2010. Disponível em: <http://web.letras.up.pt/bhsmaia/belinda/publications.htm>;
- MARKEL, Mike (2003). *Technical Communication – 7th Edition* (pp. 1-44). Bedford: St Martins;
- Mitra. (s.d.). In *Infopédia-Enciclopédia e Dicionários Porto Editora online*. Acedido em: 20 de Agosto de 2010. Disponível em: <http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/mitra>;
- MOSSOP, B (2007). *Revising and Editing for Translators – 2nd Edition* (Cap. VIII e X). St Jerome Publishing;
- NORD, Christiane (2001). *Translation as a Purposeful Activity: functionalist approaches explained*. Manchester: St. Jerome Publishing;
- OLIVEIRA, Ivone (2009). *Relatório de Estágio*. Relatório de Estágio de Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos. Porto: Faculdade de Letras;
- SNELL-HORNBY, Mary (1995). *Translation studies: An Integrated Approach*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company;
- SPENCER-OATEY, Helen (2000). “Introduction: Language, Culture and Rapport Management”. In Helen Spencer-Oatey (Ed.), *Culturally Speaking: Managing Rapport Through Talk Across Cultures* (pp.1-8). London: Continuum;
- TUSTISON, Clint (s.d.). *Translation Myths*. Acedido em: 15 de Julho de 2010. Disponível em: <http://www.translationdirectory.com/article780.htm>;



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

- WAGNER, Roswitha (s.d.). *Debunking A Few Myths About Translating And Translators*. Acedido em: 15 de Julho de 2010. Disponível em: <http://www.translationdirectory.com/articles/article1453.php>;
- *Website de Turismo de Bristol*. Acedido em: 12 de Julho de 2010. Disponível em: <http://www.visitbristol.co.uk>
- *Website de Turismo de Lisboa*. Acedido em: 11 de Julho de 2010. Disponível em: <http://www.visitlisboa.com>
- *Website de Turismo do Porto*. Disponível em: <http://www.portoturismo.pt>



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

ANEXOS



ANEXO I

TRADUÇÕES

Traduções Realizadas:

Outubro:

Bar Bonaparte – 29-10-2009

Novembro:

Carta Pública do Comandante da Esquadra de Turismo – 05-11-2009

Alfândega – 150 anos – 10-11-2009

Etapa Porto – 09-11-2009

Serralves – 10 anos – 20-11-2009

Programa de Natal – 24-11-2009 a 27-11-2010

Dezembro:

Cartão Único de Feirante – 18-12-2009 a 22-12-2009

Registo de Alojamento Local – 22-12-2009 e 28-12-2009

Licença para Recintos Itinerantes e Improvisados – 30-12-2010 e 04-01-2010

Janeiro:

Classificação de Empreendimentos Turísticos – 05-01-2010 a 06-01-2010

Fevereiro:

Relatório Anual de Estatísticas – 24-02-2010 a 01-03-2010

Essência do Vinho – 23-02-2010

Programa – Serralves – 23-02-2010

Março:

Programa de Páscoa – 02-03-2010

Ajuda com arte – 10-03-2010

Dia Nacional dos Centros Históricos – 11-03-2010 a 12-03-2010

A Vida Portuguesa – 15-03-2010

Serralves Anual – 18-03-2010

Visita Virtual aos Paços do Concelho – 30-03-2010 a 1-04-2010

Absolut Creative House – 05-03-2010



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Casa de Pasto Adega do Ribatejo – 05-03-2010

Aeroporto do Porto – 01-03-2010

Alteração da Classificação dos Empreendimentos Hoteleiros – 16-03-2010

Notícia – Casa da Música – 18-03-2010

Notícia – Fundação Serralves – 15-03-2010

Abril:

Casa da Música – 5º Aniversário – 06-04-2010

Café Piolho – 09-04-2010

A Religiosa Portuguesa – 19-04-2010

Porto Road Show – 12-04-2010

El Puerto de Santa Maria – 06-04-2010

Feiras Francas – 16-04-2010

Boi na Brasa - 19-04-2010

Há Cinema na Cidade – 13-04-2010

The Guardian – 14-04-2010

Werner Schroeter – 16-04-2010

Ballet School of Porto – 21-04-2010

Fundação José Rodrigues – 22-04-2010

Mercadinho dos Clérigos – 23-04-2010

Tipo de texto: Notícia

Fundação de Serralves – Museu de Arte Contemporânea Uma boa razão para visitar a Cidade do Porto

A Fundação de Serralves é um local de visita incontornável na cidade do Porto e possui agradáveis espaços que convidam à visita, com o seu museu, o parque e auditório, entre outros. O Museu de Serralves tem vindo a constituir uma colecção representativa da arte contemporânea portuguesa e internacional e proporciona aos turistas e visitas uma interessante oferta de exposições temporárias, colectivas e individuais, de referência nacional e internacional.

Por outro lado, no período de Páscoa que se aproxima, os mais pequenos não foram esquecidos e Serralves convida a participar num conjunto de actividades que potenciam aprendizagens, desenvolvem a criatividade, a capacidade de expressão e a experiência de trabalho em grupo, numa férias diferentes e criativas.

Visite o Porto e venha (re)descobrir Serralves sempre em festa !

Serralves Foundation– Contemporary Art Museum A good reason to visit Porto

The Serralves Foundation is a must-see in Porto and it has pleasant spaces that invite us to visit it, with the museum, the park and the auditorium, among others. The Serralves Museum has been building up a representative collection of Portuguese and international contemporary art, and it offers tourists and visitors an interesting range of temporary exhibitions, collective and individual, of national and international reference.

During the coming Easter period, children will not be forgotten and Serralves invites them to participate in a set of activities, which enhance learning, develop their creativity, the ability of expression and the experience of group work, enjoying a different and creative holiday.

Visit Porto and (re)discover the always surprising Serralves!

Tipo de texto: Programa Cultural

27 FEV - 09 MAI 2010

ULISSES CARRIÓN E A SUA LIVRARIA

Exposições

Em Março de 1975, Ulisses Carrión, artista mexicano radicado em Amesterdão (Holanda) funda a célebre livraria Other Books & So , o primeiro espaço dedicado exclusivamente a projectos de artista e cujo objectivo principal é a reunião de todo o tipo de obras, projectos e publicações.

06 MAR - 13 JUL 2010

LOURDES CASTRO E MANUEL ZIMBRO: A LUZ DA SOMBRA

Exposições

Esta exposição reúne antologicamente pela primeira vez os trabalhos de Lourdes Castro e de Manuel Zimbrow, companheiros e colaboradores na vida e no trabalho ao longo de mais de três décadas.

27 MAR - 04 JUL 2010

DARA BIRNBAUM

Exposições

Dara Birnbaum (1946 New York, USA) apresenta uma visão muito crítica e com uma grande carga emocional sobre a sociedade Americana e mais particularmente sobre a forma em que esta é apresentada pela televisão.



27 FEB - 09 MAY 2010

ULISSES CARRIÓN AND HIS BOOKSTORE

Exhibitions

In March 1975, Ulisses Carrión, a Mexican artist rooted in Amsterdam (Netherlands), founded the famous bookstore Other Books & So, the first space exclusively dedicated to artist projects and whose main objective is the gathering of all types of works, projects and publications.

06 MARCH - 13 JULY 2010

LOURDES CASTRO E MANUEL ZIMBRO: A LUZ DA SOMBRA ("THE LIGHT OF SHADOW")

Exhibitions

This exhibition brings together, for the first time, a selection of works by Lourdes Castro and Manuel Zimbrow, partners and collaborators in life and work for more than three decades.

27 MAR - 04 JUL 2010

DARA BIRNBAUM

Exhibitions

Dara Birnbaum (1946 New York, USA) presents a very critical and emotional vision of the American society, particularly on the way it is presented by television.

Tipo de texto: Texto Informativo (Restaurante)

Nome	Boi na Brasa - Grelhados
Tipo de Cozinha	Brasileira
Morada	Rua Manuel Pinto de Azevedo, nº2
Código Postal	4100-320 Porto
Telefone	226 160 926 ou pelo 916 316 324
Fax	
www	www.boinabrasa.com.pt
@	geral@boinabrasa.com.pt
Horário	12h às 15h e das 20h às 24h
Dia de encerramento	Não tem
Preço médio por pessoa	Jantares: 30€ Almoços: 10€
Coordenadas GPS	+41° 10' 14.37" N, -8° 38' 37.89" W - GoogleMaps
Transportes Públicos	A menos de 5m a pé da Estação de Metro de Ramalde
Texto de Apresentação	No Boi na Brasa vivem-se dias de festa, comemora-se a vida. Os aniversários e as despedidas de solteiro são uma constante, embora também se juntem à mesa casais e amigos. São inúmeros os festejos, sempre acompanhados pela música ao vivo e pelos bailarinos do melhor sangue brasileiro. É o que nós chamamos de rodízio de animação! Para os almoços, o restaurante criou um menu adequado às exigências dos seus clientes, apresentando uma resposta actual e competitiva com especialidades diárias a partir de 4,5€. A garrafeira climatizada é um dos cartões de visita da casa, onde podemos encontrar a melhor selecção de vinhos nobres, não só portugueses, mas também do mundo. Renovado em 2007, o espaço apresenta um design moderno, de linhas minimalistas e quentes, onde o conforto e o bom gosto se reflectem no mobiliário, na decoração e na cor. Tudo isto só é possível com o maior empenho e profissionalismo da nossa equipa. Por isso, aqui fica mais um obrigada a todos os que actualmente colaboram connosco. É este serviço de excelência que constitui a melhor equipa para o servir. Facebook: http://www.facebook.com/profile.php?ref=name&id=100000512887439
Categoria	
Capacidade	300 pessoas
Parque Privativo	Estacionamento à porta
Especialidades	Rodízio, Grelhados de Carne e Peixe, Caipirinha



RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Name	Boi na Brasa – Grelhados (Grill)
Type of Cuisine	Brazilian
Address	Rua Manuel Pinto de Azevedo, nº2
Zip Code	4100-320 Porto
Telephone	226 160 926 or 916 316 324
Fax	
www	www.boinabrasa.com.pt
@	geral@boinabrasa.com.pt
Horário	12:00 – 15:00 and 20:00 – 24:00
Dia de encerramento	It's open 7 days per week
Average price per person	Dinner: 30€ Lunch: 10€
GPS Coordinates	+41° 10' 14.37" N, -8° 38' 37.89" W - GoogleMaps
Public Transport	Less than 5 minutes walking from the <i>Ramalde</i> Metro Station
Presentation Text	In <i>Boi na Brasa</i> the festive days are constant, we celebrate life. We have many birthday and bachelor parties, although we also serve couples and friends. There are countless parties, always with live music and the best Brazilian dancers. That's what we call animation <i>rodízio</i>! For lunch, the restaurant created a menu adapted to the demands of its customers, presenting a current and competitive response with daily specialities from 4,5€. The restaurant is famous for its air-conditioned wine cellar, where we can find the best selection of fine wines, not only from Portugal, but from anywhere in the world. Renovated in 2007, the restaurant features a modern design with minimalist and warm lines, where comfort and good taste are reflected in the furniture, decoration and colour. All this is only possible due to a strong commitment and professionalism of our team. So, here's another thank you for those who currently work with us. It's this excellent service that constitutes the best team to serve you. Facebook: http://www.facebook.com/profile.php?ref=name&id=100000512887439
Category	
Capacity	300 people
Park	Parking at the door
Specialities	<i>Rodízio</i> (one pays a fixed price and the waiters bring an offering of food to each customer at several times through the meal, until the customers say they've had enough), Grilled Meat and Fish, <i>Caipirinha</i> (a Brazilian drink made of sugar cane liquor, muddled with brown sugar and fresh limes, served over crushed ice).

Tipo de texto: Carta Pública

COMETPOR - PSP



Esquadra de Turismo da Polícia de Segurança Pública do Porto
Rua do Clube de Fenianos, n.º 11
4000-172 PORTO

Tel: +351 222 081 833 / Fax: +351 223 326 480 / E-mail: prtetur@psp.pt

Ao longo dos tempos, o Ser Humano sempre prestou especial atenção ao tema da sua segurança e dos demais que o rodeavam, bem como deu importância à segurança de todos aqueles que os visitavam com intenções de estabelecer diversas relações (comerciais ou outras), dado que muitas das vezes a subsistência de toda a comunidade dependia do sucesso de tais medidas.

No cenário actual e não só, é comumente entendido que o turismo se trata de um sector fulcral para a economia nacional, pelo que a aposta na criação e consolidação de estruturas públicas fortes, modernas e dinâmicas deve ser prioritária, no sentido de estarmos preparados para responder aos actuais desafios da sociedade global, sendo que para atingir tal desiderato é necessária a existência de uma liderança e uma estratégia fortes que mobilizem todos os responsáveis directos ou indirectos deste sector.

Desde 1998 que o Comando Metropolitano da Polícia de Segurança Pública (PSP) do Porto, através da sua Esquadra de Turismo e em parceria com o Gabinete de Turismo da Câmara Municipal do Porto, têm apostado numa estratégia de policiamento às áreas turísticas da sua área de jurisdição, efectuando inclusive um atendimento personalizado aos turistas estrangeiros.

Por conseguinte e tendo em consideração o crescente aumento de turistas estrangeiros que se tem vindo a verificar na área de jurisdição da PSP, o Comando Metropolitano da PSP do Porto reforçou, em 12 de Outubro de 2009, a Esquadra de Turismo com sete novos elementos policiais, os quais foram devidamente seleccionados e preparados, dominando vários idiomas estrangeiros, dos quais se destacam o inglês, espanhol e o francês. Para além do referido, a subunidade policial em causa recebeu um veículo policial devidamente equipado e com a inscrição “TOURISM PATROL”

O Comando Metropolitano da PSP do Porto pretende desta forma, reforçar a prestação de um serviço de proximidade no intuito da segurança a todos os cidadãos do Porto e todos os que visitam esta cidade em especial os turistas estrangeiros, contribuindo desta forma para a promoção de uma imagem real e positiva da cidade do Porto e de Portugal no Mundo.

Manuel da Encarnação
Cmdt. da Esq^a. de Turismo

COMETPOR - PSP



Esquadra de Turismo da Polícia de Segurança Pública do Porto
Rua do Clube de Fenianos, n.º 11
4000-172 PORTO

Tel: +351 222 081 833 / Fax: +351 223 326 480 / E-mail: prtetur@psp.pt

The Human Beings have always paid special attention to their safety and the safety of others around them. They also cared about the safety of all those who visited them to set up various kinds of relations (not only commercial), since many times the community subsistence depended on the success of such measures.

In the current scenario it is commonly acknowledged that Tourism is a key sector for the national economy. That is why we should commit to the creation and strengthening of solid, modern and dynamic public structures in order to be prepared to face the challenges of the global society. To achieve this goal we need a strong leadership and a strategy, which mobilize all the people directly or indirectly responsible for this sector.

Since 1998, the *Comando Metropolitano da Polícia de Segurança Pública do Porto (PSP)* – Porto Public Security Police Force - thanks to its Tourism Police and in partnership with the Tourism Department of the Porto City Council, has been investing in the policing of the tourism areas of its jurisdiction and a personalized service has been provided to foreign tourists.

Therefore and considering the increasing number of foreign tourists registered within the jurisdiction area of PSP, the Porto Public Security Police Force reinforced, on the 12 October 2009, the Tourism Police Station with 7 new police officers. These were properly selected and prepared, mastering several languages such as English, Spanish and French. In addition, this police subunit was given a properly equipped vehicle bearing the inscription “Tourism Patrol”.

The Porto Public Security Police Force intends to improve its proximity service in order to provide security to all Porto citizens and all visitors, especially foreign tourists, contributing to the promotion of a real and positive image of the city of Porto and of Portugal in the world.

Manuel da Encarnação
Tourism Police Commissioner

Tipo de texto: Itinerário

ETAPA PORTO-VILARINHO (DISTÂNCIAS 26 KMS)

Os Caminhos de Santiago seguiam as vias romanas, que actualmente são estradas nacionais (EN) com bastante movimento e sem passeios, que põe em causa a segurança de Peregrinos.

Assim, sugerimos as seguintes alternativas, nos seguintes locais:

ARAÚJO – VILARINHO (DISTÂNCIA 16 KMS)

Este é um dos trechos mais perigosos porque obriga a travessia da perigosa N13. Assim:

- Caso vá de metro, ao sair do metro, seguir pela esquerda e subir a Av. Rodrigues Vieira. No cimo da rua virar à esquerda e seguir em frente (ignore as setas amarelas), em direcção ao Padrão de Moreira.

Ao chegar, atravessar junto ao Cemitério e à Churrasqueira Tourigalo. Seguir esse caminho até Zona Industrial da Maia e aí começam as setas amarelas.

- Caso vá a pé, passa pela Rua Recarei, Rua de Gondivai, Rua de Araújo e Rua de Custió em direcção ao Padrão de Moreira. Ao chegar, atravessar junto ao Cemitério e à Churrasqueira Tourigalo. Seguir esse caminho até Zona Industrial da Maia e aí começam as setas amarelas.

VILAR DO PINHEIRO – VILARINHO (DISTÂNCIA 10,8 KMS)

Ao sair do metro, virar à direita, junto à Casa do Celeiro pela Rua da Estação. Seguir sempre em frente até chegar a um cruzamento que tem uma bomba de gasolina e a Churrascaria rio de Janeiro (do lado direito), atravessar a estrada (N13) e seguir em frente até chegar a um largo, onde se realiza a Feira de Mosteiró. Continua a seguir em frente (ao lado do Talho Lameira) e aí começam as setas amarelas. Segue-se por Vilar, Carrapata, Rochio, Joudina, sempre pela Estrada N306. Nessa estrada, após Quinta do Alferes, as setas apontam para seguir em frente (continuando por estrada). Aconselhamos a fazerem um desvio nesse cruzamento em direcção a Vairão, seguindo uma paisagem mais rural, que apesar de não ter sempre passeios, é mais segura. Nesse cruzamento vira à direita, passando pelo Museu Agrícola de Entre Douro e Minho, seguindo em frente pela Rua Monte de Vairão (nesta parte encontra um declive acentuado). Chega-se ao centro de Saúde de Vairão e antes do Cemitério do Convento de vairão, seguir por um caminho muito estreito que circunda o cemitério (rodeado por muros). No final, encontra-se uma estrada nacional. Segue-se pela esquerda e vira-se à direita, logo a seguir, num trilho rural que vai pelo meio de campos. No fim dos campos, virar à esquerda essa rua (Rua da Poça) até chegar à Rua D. Ildefonso, na qual verá a Farmácia Rei (onde terá acesso à chave do Albergue de Peregrinos).

PORTO-VILARINHO STAGE (DISTANCE: 26 KM)

The route of the *St. James Way* used to take the roman roads, which are nowadays national trunk roads with a large volume of traffic and without sidewalks, which is dangerous to the pilgrims.

So, we suggest the following alternatives, on the following places:

ARAÚJO – VILARINHO (DISTANCE: 16 KMS)

This is one of the most risky paths, because people must cross the dangerous N13 (national trunk road no. 13). So:

- if you go by metro, when you leave it, turn left and go up Av Rodrigues Vieira. At the top of the avenue turn left and walk straight ahead (ignore the yellow arrows), until you see Padrão de Moreira. When you get there cross over next to the cemetery and Churrasqueira Tourigalo. Take this path until you reach Zona Industrial da Maia and then you'll see the yellow arrows again.

- If you go on foot, take Rua Recarei, Rua de Gondivai, Rua de Araújo and Rua de Custió, until you see Padrão de Moreira. When you get there cross over next to the cemetery and Churrasqueira Tourigalo. Take this path until you reach Zona Industrial da Maia and then you'll see the yellow arrows again.

VILAR DO PINHEIRO – VILARINHO (DISTANCE: 10,8 KMS)

After you leave the metro, turn right next to Casa do Celeiro in Rua da Estação. Go straight ahead until you reach an intersection where you'll find a gas pump and Churrasqueira Rio de Janeiro (on your right). Cross over the national trunk road no. 13 (N13) and follow this path until you reach a square, where the Mosteiró fair takes place. Continue to move forward (next to the Talho Lameira – Butcher's) and then you'll see the yellow arrows. Then go through Vilar, Carrapata, Rochio, Jordina by the national trunk road no. 306 (N306). On this road, after Quinta do Alferes, the arrows point to move ahead (continuing on the road). We advise you to make a detour in the direction of Vairão, following a path with a more rural landscape, without sidewalks, but more secure.

At that intersection turn right and you'll see the Museu Agrícola de Entre Douro e Minho. Then take Rua Monte de Vairão (here you'll find a steep slope). You'll reach the Centro de Saúde de Vairão (Medical Centre) and just before you reach the Vairão Convent Cemetery follow a very narrow path that goes around the cemetery (surrounded by walls). At the end, there is a national trunk road. First, take its left side and, immediately after, turn right onto a rural trail, which goes through fields. At the end of those fields, turn left on Rua da Poça until you reach Rua D. Ildefonso, in which you will see the Farmácia Rei (pharmacy), where you have access to the key of the Pilgrim Hostel.

MINDELO-VILARINHO – não segue totalmente o caminho de Santiago (DISTÂNCIA 6,5 KMS)

Ao sair de metro virar à esquerda, e segue-se sempre em frente pela Rua dos Combatentes, até ao cruzamento, atravessar a N13 e seguir em frente pela Rua Bernardino José Alves que pertence à Freguesia de Fajozes, e ao chegar a um cruzamento com a N306, e vê as setas em ambos os sentidos, aqui tem duas alternativas: - segue as setas e vira à esquerda, seguindo por estradas nacionais (perigosas e sem passeios); - ou seguir por um caminho mais rural (sem as setas amarelas). Assim, segue-se em frente, Rua das Pedreiras, passando pelo Museu Agrícola, a Escola de Vairão, Rua do Monte de Vairão. No fim da rua, encontrará o Centro de saúde de Vairão, virar à esquerda por um caminho estreito, entre muros que circunda o cemitério do Convento de Vairão. No fim desse caminho, chega-se a uma estrada N318. Seguir essa estrada pela esquerda, e uns 200m à frente, atravessar a estrada, e seguir um trilho rural que vai pelo meio de campos. No fim desses campos, virar à esquerda (Rua Poça) e subir essa rua pela direita, até chegar a uma estrada, onde encontrará do outro lado a Farmácia Rei

ÁRVORE – VILARINHO (ETAPA 5 KMS) – não segue o caminho de Santiago

Ao sair do metro, seguir pela direita, e virar à esquerda. Seguir essa estrada N104, até Vilarinho (Km 4.7). Ao chegar ao jardim de Vilarinho seguir em frente e 500m, encontrará a Farmácia Rei, onde encontrará a chave do albergue.



**MINDELO-VILARINHO – it doesn't follow the St. James Way completely
(DISTANCE: 6,5 KMS)**

After you leave the metro, turn left and take Rua dos Combatentes. When you reach an intersection, cross over the national trunk road no. 13 (N13) and take Rua Bernardino José Alves, which belongs to the Fajozes parish. When you reach an intersection in the national trunk road no. 306 (N306) and see the arrows in both directions you have two alternatives:

- Follow the arrows and turn left, taking national trunk roads (dangerous and without sidewalks);
- Or take a more rural path (without the yellow arrows). Take Rua das Pedreiras passing by the Museu Agrícola, the Escola de Vairão (School) and Rua do Monte de Vairão. At the end of the street you will find the Centro de Saúde de Vairão (Medical Centre). Here, turn left by a narrow path between the walls surrounding the cemetery of the Vairão Convent. At the end of this path, you will reach the national trunk road no. 318 (N318). Take this road by its left, cross over it about 200 m ahead and follow a trail that goes through the fields. At the end of these fields, turn left in Rua da Poça and go up this street by its right side until you reach a road where you will find Farmácia Rei (pharmacy) on the other side.

ÁRVORE – VILARINHO (DISTANCE: 5 KMS) – it doesn't follow the St. James Way

After you leave the metro, continue on your right side and then turn left. Follow the national trunk road no. 104 (N104) until you reach Vilarinho (Km 4.7). When you see the Vilarinho Garden, walk about 500 m and you'll find Farmácia Rei (pharmacy) where you will have access to the key of the Pilgrim Hostel.

Tipo de Texto: Procedimentos Legais

Cartão único de feirante (pedido ou renovação)

Disponível em:

<https://www.portaldaempresa.pt/CVE/Services/BalcaoLicencas/Licenca.aspx?CodCategoria=4&CodSubCategoria=1&CodActividade=102&CodLicenca=78&CodLingua=PT>

Nota: Seleccionar sempre a localidade Porto

Qual a finalidade?

Permite obter cartão único de feirante/ cartão de sócio/trabalhador ou a sua renovação, que visa facilitar o acesso à actividade de feirante e que vem substituir o actual cartão anual cuja utilização está limitada ao respectivo município onde exerce a actividade. A emissão do cartão único de feirante é da responsabilidade da DGAE.

Entidades Competentes/Contactos

Câmara Municipal da Localidade

Câmara Municipal do Porto
Gabinete do Município
Praça General Humberto Delgado, n.º 266
4000-286 Porto
Tel.: 222090400
Fax: 222097001
E-mail: gabinete.municipio@cm-porto.pt
Site: www.cm-porto.pt

DGAE –Direcção Geral das Actividades Económicas
Av. Visconde de Valmor, 72, 8.º
1069-041 Lisboa
Tel.: 21 791 91 00
Fax: 21 796 51 58
E-mail: dgempresa@dgcc.pt

Imprensa Nacional da Casa da Moeda
Av. António José de Almeida
1000-042 Lisboa
Tel.: 217 810 700

Direcção Regional Economia do Norte
Rua Direita do Viso, n.º 120
4269-002 Porto
E-mail: dre-norte@drn.min-economia.pt

**Cartão único de feirante
Marketer Single Card (Application or Renewal)**

Available at:

<https://www.portaldaempresa.pt/CVE/Services/BalcaoLicencas/Licenca.aspx?CodCategoria=4&CodSubCategoria=1&CodActividade=102&CodLicenca=78&CodLingua=PT>

Note: Always select Porto as the location

What's the purpose?

You can get the Marketer Single Card and the Membership or Worker Card, or its renewal, which facilitates the Access to the marketer activity. It also replaces the current annual card which use is limited to the municipality where you work. DGAE (General Directorate for Economic Activities) is responsible for the emission of the Marketer Single Card.

Competent Authorities/Contacts**Local City Council**

Câmara Municipal do Porto (Porto City Council)
Gabinete do Município (City Council's Office)
266, Praça General Humberto Delgado
4000-286 Porto
Tel.: 222090400
Fax: 222097001
E-mail: gabinete.municipio@cm-porto.pt
Site: www.cm-porto.pt

DGAE –Direcção Geral das Actividades Económicas (General Directorate for Economic Activities)
72, 8th floor Av. Visconde de Valmor
1069-041 Lisboa
Tel.: 21 791 91 00
Fax: 21 796 51 58
E-mail: dgempresa@dgcc.pt

Casa da Moeda (National Press)
Av. António José de Almeida
1000-042 Lisboa
Tel.: 217 810 700

Direcção Regional Economia do Norte
Regional Directorate for Economy (North)
120, Rua Direita do Viso
4269-002 Porto
E-mail: dre-norte@drn.min-economia.pt

Procedimento

Apresentação do requerimento devidamente preenchido e demais elementos instrutórios na Câmara Municipal, na DRE ou na DGAE. O pedido pode ainda ser remetido via carta ou por correio electrónico para a DGAE.

Pagamento das taxas devidas, de acordo com o pedido efectuado.

Envio da remessa do pedido para a DGAE, no caso de ter sido apresentado na Câmara Municipal.

DGAE verifica documentos e solicita emissão do cartão à INCM.

INCM emite cartão e envia-o ao requerente.

Formulário

Aceder ao site da Direcção-Geral das Actividades Económicas (DGAE)
www.dgae.min-economia.pt - Área de Registos Obrigatórios/Formulários

Documentação**Para o requerimento são necessários os seguintes elementos:**

Preenchimento do impresso destinado ao cadastro comercial - modelo DGAE - sem emendas ou rasuras;

Identificação do requerente através da exibição do BI e cartão de contribuinte;

Entrega de cópia da Declaração de Início de Actividade ou de Alteração de Actividade;

Cópia do comprovativo de depósito de 15,00 € na conta da DGAE;

Uma foto tipo passe a cores;

Elementos instrutórios necessários:

Código de acesso à certidão permanente ou cópia da certidão do registo comercial - caso se trate de uma pessoa colectiva e de um pedido de cartão de sócio;

Prova da comunicação à segurança social da admissão do trabalhador - caso se trate de pedido de cartão de trabalhador;

Custo legal estimado

15,00 € - Emissão de cartão

7,50 € - Renovação de cartão

15,00 € - Renovação de cartão + emissão de letreiro de feirante

Procedure

Submission of the completed application and of the other relevant elements at the City Council, DRE or DGAE. The request can be sent by mail or e-mail to DGAE.

Payment of fees according to the request.

The application is sent to the DGAE, if it was submitted at the City Council.

The DGAE examines the documents submitted and requests the issuance of the card to the INCM.

The INCM issues the card and sends it to the applicant.

Printed Form

Access the DGAE – (General Directorate for Economic Activities) site: www.dgae.min-economia.pt – Mandatory records/Forms Area

Documentation**The application requires the following:**

Filling the form for the trading record – DGAE model – without amendments or deletions;

Identification of the applicant through the identity card and tax card;

Copy of the Statement of Activity or the Statement of Change of Activity;

Copy of the 15,00 € deposit receipt in DGAE account;

A passport-size photograph in colour;

Documents required:

Access code to the permanent certificate or copy of the commercial registry certificate – if it's a Legal person, or the requirement of the Membership Card;

Proof of the communication to Social Security of worker admission – if it's a requirement of the Worker Card;

Estimated legal costs

15,00 € - Card issue

7,50 € - Card renewal

15,00 € - Card renewal + issue of the marketer label

Validade

Cartão de feirante válido por 3 anos (renovação requerida até 30 dias antes de caducar, e sempre que altere a actividade ou a natureza jurídica)

Informação Útil

Decreto-Lei n.º 42/2008, de 10 de Março

Direcção-Geral das Actividades Económicas (DGAE): www.dgae.min-economia.pt

CAE

47810 - Comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda, de produtos alimentares, bebidas e tabaco

47820 - Comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda, de têxteis, vestuário, calçado, malas e similares

47890 - Comércio a retalho em bancas, feiras e unidades móveis de venda, de outros produtos

Motivos de recusa

Instrução deficiente;

Ilegalidade, designadamente por incumprimento das regras previstas no campo "Informação Útil";

Pareceres vinculativos necessários desfavoráveis, quando aplicável.

Meios litigiosos

Recurso hierárquico nos termos do Código do Procedimento Administrativo (artigos 166.º e seguintes);

Impugnação judicial nos termos do Código de Processo dos Tribunais Administrativos (artigos 50.º e seguintes).

Observações e outros pressupostos**Designações**

«Feira» o evento autorizado pela respectiva autarquia, que congrega periodicamente no mesmo espaço vários agentes de comércio a retalho que exercem a actividade de feirante;

«Feirante» a pessoa singular ou colectiva, portadora do cartão de feirante, que exerce de forma habitual a actividade de comércio a retalho não sedentária em espaços, datas e frequência determinados pelas respectivas autarquias;

Validity

The Marketer Card is valid for 3 years (renewal required at least 30 days before the expiry and every time the activity or the legal boundaries change)

Useful information

Decreto-Lei (Decree-law) n.º 42/2008, issued on 10 March

DGAE – (General Directorate for Economic Activities): www.dgae.min-economia.pt

Business Activity Code

47820 – Retail in stands, fairs and mobile sale units (textile, clothing, shoes, bags...)

47890 – Retail in stands, fairs and mobile sale units of other products

Grounds for refusal

Inadequate documentation;

Illegality, including infringement of the rules on “Useful Information”;

Unfavourable required binding advice, when applicable.

Litigious Means

Petition under the Administrative Procedure Code (article 166.º and following);

Claim for refund of tax under the Procedure of the Administrative Courts Code (article 50.º and following).

Notes and other Assumptions**Meanings**

«Feira» (“Fair”) the event authorized by the local authority, which brings together periodically in the same space several retail agents who are marketers;

«Feirante» (“Marketer”) the natural or legal person, who carries the marketer card and exercises the non-sedentary retail activity on a regular basis in spaces, dates and frequency determined by the local authorities;

«Recinto» o espaço público ou privado, ao ar livre ou no interior, destinado à realização de feiras.

Nos locais de venda, sejam estes, tabuleiros, bancadas, pavilhões, veículos, reboques ou quaisquer outros meios utilizados na venda dos produtos devem os feirantes afixar, de forma bem visível e facilmente legível pelo público, um letreiro do qual consta o seu nome e o número do cartão de feirante;

Cadastro Comercial dos feirantes:

A DGAE organiza e mantém actualizado o cadastro comercial dos feirantes, disponibilizando no seu sítio na Internet a relação dos cartões emitidos, da qual consta o nome do titular e o número do cartão, sendo os restantes dados pessoais de acesso restrito.

A DGAE é a entidade responsável, nos termos e para os efeitos previstos na Lei n.º 67/98, de 26 de Outubro, pelo tratamento e protecção dos dados pessoais recolhidos.

São objecto de tratamento, para efeitos do cadastro comercial dos feirantes, os dados pessoais constantes do respectivo impresso, os quais podem ser transmitidos às autoridades fiscalizadoras, quando solicitados.

A Câmara Municipal do Porto recebe os pedidos de registo e emissão do cartão único de feirante, renovação do cartão de feirante, emissão do cartão de sócio/trabalhador, exceptuando-se da competência camarária o pedido de “cessação de actividade” que compete exclusivamente à DGAE ou DRE, até 30 dias após essa ocorrência.

Sempre que se verifique a alteração do endereço da sede do feirante, deverá ser comunicado à DGAE, não havendo lugar à emissão de novo cartão.

O cartão de feirante é emitido pela INCM e enviado posteriormente via CTT ao requerente.

Com a primeira emissão do cartão de feirante é também emitido o letreiro identificativo, destinado a ser afixado de forma bem visível e facilmente legível pelo público.

Quando o feirante pretenda emissão de novo letreiro juntamente com o pedido de renovação deve ser requerido no requerimento passando o valor das taxas a ser 15€.

O exercício da actividade de feirante, isto é, comércio a retalho de forma não sedentária só é permitida aos portadores de cartão de feirante actualizado e nos recintos e datas autorizados.

«Circuit» the public or private space outdoors or indoors for the fair.

At the points of sale, be it boards, pavilions, vehicles, trailers or any other means used in the sale of the products, the marketers should post a sign clearly visible and easily readable by the public. Your name and the number of your Marketer Card should be on this sign;

Trading Record of the Marketers:

The DGAE (General Directorate for Economic Activities) organizes and keeps the trading record of the marketers updated by making a list of the cards issued on its website available. We are able to access the holder's name and the number of the card, but the other personal information is confidential.

The DGAE (General Directorate for Economic Activities) is the entity responsible for the treatment and protection of the personal information collected, in accordance with the terms set out in Law n.º 67/98, issued on 26 October.

The personal information on the printouts is processed for the trading record of the marketers. This information can be transmitted to the supervisory authorities when requested.

The Porto City Council records the requests for the issue and renewal of the marketer, membership or worker card, except for the request for "cessation" which is DGAE or DRE's responsibility, 30 days after the occurrence.

Whenever there is a change of the marketer headquarters address, this should be communicated to DGAE and a new card won't be issued.

The marketer card is issued by INCM and sent by mail to the applicant.

With the first issue of the marketer card, an identifying sign is also issued. This sign should be clearly visible and easily readable by the public.

When the marketer intends to have a new sign while renewing the marketer card this should be requested in the application. The marketer will pay 15€ in fees.

The marketer activity (the non-sedentary retail activity) is only allowed to those who have the marketer card updated and in the licensed places and dates.

Tipo de Texto: Programa Festivo

6 Mar – 11 Abril

PÁSCOA NO PORTO 2010

O programa da Páscoa foi elaborado a pensar nos portuenses e nos muitos turistas, especialmente galegos, que nos visitam nesta época. O evento decorrerá um pouco por toda a cidade, e com propostas para todos.

A Páscoa é também um período de férias, e as famílias e os mais pequenos não podem ser esquecidos. A descoberta da quadra pelos mais pequenos será fomentada pelas mais diversas actividades e ateliers em vários espaços municipais, que oferecem, paralelamente, muitas outras sugestões integradas na sua habitual oferta à cidade.

Programa:

- Oficinas de Páscoa e outras actividades nos espaços municipais da cultura, ver programa detalhado em www.portolazer.pt

- Concertos de Páscoa:

- 6 Março: 21:30 - Coro Gregoriano de Lisboa – Igreja Nova do Carvalhido
- 20 Março: 21:20 – Mediae Vox Ensemble – Igreja de S. João da Foz
- 27 Março: Coro Gregoriano de Lisboa – Igreja do Aldoar

Leitura do Sermão da quarta-feira de conzas do Padre António Vieira, por Luís Miguel Cintra

- 12 Março: 21:30 – Igreja de Santa Clara (Sé)
- 13 Março: 21:30 Igreja de Paranhos

Actuação do Rancho Folclórico do Porto

- 27 Março: 16:00 – Casa Museu Guerra Junqueiro

Iniciativa da Câmara Municipal do Porto, através da Porto Lazer e do Projecto “Porto Bairro a Bairro” da Domus social.

Informações: www.portolazer.pt



From 6 March to 11 April

EASTER IN PORTO 2010

The Easter programme was prepared for the inhabitants of Porto and its many tourists, especially from Galicia, who visit us this season. The event will take place all over the city, with offers for everyone.

Easter is also a holiday, and families and children can't be forgotten. Children will get to know the season through a variety of activities and workshops in several municipal areas, providing, in addition, many other suggestions that are part of their usual offer to the city.

Programme:

- Easter workshops and other activities in municipal areas of culture. (See detailed programme at www.portolazer.pt)

- Easter Concerts:

- 6 March: 21:30 - Coro Gregoriano de Lisboa (Gregorian Choir) – New Church of Carvalhido

- 20 March: 21:20 – Mediae Vox Ensemble – Church of São João da Foz

- 27 March: Coro Gregoriano de Lisboa (Gregorian Choir) – Church of Aldoar

Reading of Padre António Vieira's "Ash Wednesday Sermon", by Luís Miguel Cintra

- 12 March: 21:30 – Church of Santa Clara (Sé)

- 13 March: 21:30 Church of Paranhos

Performance of Rancho Folclórico do Porto (Folklore)

- 27 March: 16:00 – Guerra Junqueiro House Museum

Initiative of the Porto City Council, through Porto Lazer and the project "Porto Bairro a Bairro" by Domus Social.

Further information: www.portolazer.pt



ANEXO II

REVISÃO DO *WEBSITE*

Chamadas de atenção no *Website* de Turismo do Porto:

1. Utilização excessiva do artigo definido *the* e da conjunção coordenativa *and*.

«This square preserves the memory of the S. Domingos Convent from oblivion. This convent stood in this square and its foundation was the oldest one in the city (1239). The convent building and those annexed to it occupied an area that covered the whole of the delimited region of **the** Largo de S. Domingos **and the** Rua do Infante D. Henrique, **and the** Rua Mouzinho da Silveira and **the** Rua Ferreira Borges.»

2. Redundância.

«*Nicolau Nasoni*

Nicolau Nasoni (1691-1773), after whom the street was named **after him**, is one of the most prominent artistic individualities of the 18th-century Porto. Born in S. Giovanni Valdarno (2 June 1691), province of Arezzo, he studied Art in Italy where he lived until 1720-1722.»

3. Erro factual:

«*Metro*

Linha Violeta (E)

Frequências regulares de 23 a 27 minutos em praticamente todos os períodos horários (desde as 06:08 da manhã às 00:42 da noite), em dias úteis, sábados, domingos e feriados.

O seu trajecto é Aeroporto – Estádio do Dragão. O tempo total deste percurso é de 35 minutos, sendo para esta viagem necessário um título Andante Z4 **(1,35 €)**. Para deslocações entre o Aeroporto e o centro da cidade (Estação da Trindade), a viagem demora apenas 31 minutos.»

(Na altura da revisão o custo de um título Andante Z4 era 1,45 €.)

4. Texto não traduzido por lapso:

Eurolines PT	Eurolines EN
 Terminal Rodoviário Campo 24 de Agosto, 215 4300-504 Porto (Compra de bilhetes na Rua Formosa, n. 76/80)	 Terminal Campo 24 de Agosto, 215 4300-504 (Ticket sales at Rua Formosa, n. 76/80)
 225 189 303	 225 189 303
 225 189 310	 225 189 310
 www.eurolinesportugal.com	 www.eurolinesportugal.com
 info@eurolinesportugal.com	 info@eurolinesportugal.com
Destinos: Espanha França Alemanha Suiça Luxemburgo Bélgica Inglaterra Holanda	Destinations: Espanha França Alemanha Suiça Luxemburgo Bélgica Inglaterra Holanda

Rodoviário
Porto

5. Erro ortográfico:

«As obras mais notáveis são o prédio n.º 22 da rua Galeria de Paris, todo em pedra, com uma grande janela ao centro, de gosto chinês, que lembra o estilo do arquitecto francês Hankar e os edificios n.º 75 e n.º 79 da rua Cândido dos Réis, que apresentam largos revestimentos metálicos parecendo influenciarem-se na obra de Victor Horta.»

6. Frases/Ideias inacabadas:

«Assim, a partir de agora, todo o Museu está totalmente preparado para acolher estes deficientes, permitindo-lhes o livre acesso aos conteúdos e proporcionando-lhes momentos de convívio, de interacção com o outro e de grande prazer intelectual. Melhorar a vida das pessoas, permitindo a todos - e sobretudo aos que sofrem de necessidades especiais - a igualdade de oportunidades de acesso ao prazer intelectual, ao convívio social e ao conhecimento é uma das tarefas por que a Fundação.»

7. Informação no texto de partida diferente do texto de chegada:

Sightseeing Tours Shop PT Praça Almeida Garrett, 6 (à estação de S. Bento) 4000-069 Porto	Sightseeing Tours Shop EN Rua Santa Catarina, 707/715 Centro Comercial Rio - loja D 4000-454 Porto
--	--

8. Selecção lexical:

1.«Cidade do Porto

Debruçado sobre o rio Douro, o Porto é uma das mais antigas cidades da Europa. Nasce e desenvolve-se durante a Idade Média, a partir da **imagem** norte do Rio Douro.»

(*Margem* é a palavra mais indicada.)

2. «No domínio da moda, a década de 80 viu nascer uma nova geração de estilistas, sob o impulso de duas escolas: o CITEM (Centro Internacional de Técnicas da Moda) e o CITEEX (Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil), e uma relação directa com a indústria deste sector, tradicionalmente concentrada no Norte de Portugal. Entre os criadores mais interessantes, citamos Luis Buchinho, Nuno Eusébio, Nuno Gama, Júlio Torcato, Maria Gambina, Olga Rêgo, Miguel Vieira.» **(PT)**

«In the field of fashion, the 1980s saw the **rise** of a new generation of stylists, with the thrust of two schools: CITEM-Centro Internacional de Técnicas de Moda (Fashion Techniques International Centre) and CITEEX-Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil (Textile Industry Professional Education Centre), and a direct relationship with the field's industry, traditionally concentrated in the North of Portugal. Some of the most significant stylists are Luis Buchinho, Nuno Eusébio, Nuno Gama, Júlio Torcato, Maria Gambina, Olga Rêgo, Miguel Vieira.» **(EN)**

(*Birth* é a palavra mais indicada.)

9. Selecção de Preposição:

«Este espaço natural acompanha, longitudinalmente, os rios Douro e Águeda nos seus troços fronteiros **durante mais de** 120 km de comprimento abrangendo 4 concelhos: Miranda do Douro, Mogadouro, Freixo de Espada à Cinta e Figueira de Castelo Rodrigo.»

(A preposição *durante* designa simultaneidade de tempo ou duração, logo não adequada para expressões que indicam espaço como *120 km*.)

10. Erros Tipográficos:

«Back in Portugal he applied for a state scholarship with Columbano and, having been granted the scholarship, left for Paris in **1879.He** became a Drawing and Painting teacher at the Presbyterian Ladies Academy in Australia. Elected academician at the Victoria Academy, and chosen as a member of several juries, he was also nominated Inspector of the Victoria National **Gallery.He** returned to Portugal in 1901 and settled in Porto, where he created a painting atelier at the Palácio de Cristal. Preoccupied with detail, he was an excellent landscape painter, naturalist, animalier and a unique portrait painter.»

11. Problemas de Apresentação:

«O Infante D. Henrique- O Príncipe Navegador

O Início das Descobertas O Infante D.Henrique (1394-1460) teve um importante papel na história dos Descobrimentos. A sua curiosidade por espaços até então desconhecidos dos europeus levou-o a organizar sucessivas viagens de exploração, de que resultou o conhecimento de uma parte da costa ocidental africana, assim como dos arquipélagos da Madeira, Açores e Cabo Verde.»

(Sendo um subtítulo não deveria estar na mesma linha que o texto principal.)

12. Problema de Concordância Verbal:

«The accuracy of the descriptions **allow** us to follow the voyage from its departure in Belém, on a Monday, 9 May, to the Wednesday, 22 April, when the coast they named “Land of Vera Cruz” was first seen, until the 1 May, when they depart, setting off to India.»

(*The accuracy* = 3ª pessoa do singular = *allows*)

13. *False Friends:*

«The progress of the explorations was accompanied by the establishment of trading posts, where European products were exchanged for gold, slaves, **malagueta**, cotton and ivory.»

(*malagueta* (PT) = *chilli peppers* (EN))

14. Frases obscuras:

«Nasoni set himself in Porto, the city where he **married and died on 30** August 1773.»

(O leitor pode entender que Nicolau Nasoni casou-se e morreu no mesmo dia.)

15. Frases sem sujeito:

«One of the most important figures in Portuguese literature.»

(He was one of the most important figures in Portuguese literature.)

16. Problema de Idiomatismo:

«He was nominated professor of History of Painting at the Porto's Academia de Belas-Artes and, later, the school's **principal**.»

(O Departamento de Turismo tinha preferência pelo British English. A palavra utilizada deveria ser *Head Teacher*.)



ANEXO III

AUTORIZAÇÃO DE UTILIZAÇÃO DE MATERIAL PARA O RELATÓRIO DE ESTÁGIO



APRECIÇÃO DE ESTÁGIO

Joana Santos realizou estágio curricular no Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto, de Outubro de 2009 a Abril de 2010, no âmbito do seu Mestrado em Tradução e Serviços Linguísticos – Português - Inglês.

A tarefa estabelecida como nuclear, que foi realizada ao longo de todo o estágio, consistiu na revisão de diversas partes do actual site de turismo – www.portoturismo.pt – na sua versão inglesa. Sempre que necessário e oportuno, procedeu à tradução de textos para materiais promocionais e para o site do turismo, bem como de outros documentos de apoio às diversas tarefas realizadas no Departamento, como relatórios estatísticos.

A Joana cumpriu com os seus deveres de assiduidade e pontualidade, executando todos os trabalhos que lhe foram solicitados em tempo útil, com qualidade e observando os comentários e as sugestões que foram sendo feitos ao longo do estágio, contribuindo para o trabalho desenvolvido pela equipa do Departamento de Turismo.

Porto e Departamento de Turismo, 23 de Setembro de 2010

Maria José de Carvalho Ferreira
(Orientadora de Estágio)



ANEXO IV

CRONOGRAMA DE ESTÁGIO

Dia / Mês	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
1	//////////						
2	//////////						
3	//////////						
4	//////////						
5	//////////						
6	//////////						
7	//////////						
8	//////////						
9	//////////						
10	//////////						
11	//////////						
12	//////////						
13	//////////						
14	//////////						
15	//////////						
16	//////////						
17	//////////						
18	//////////						
19	//////////						
20	//////////						
21	//////////						
22	//////////						
23	//////////						
24	//////////						
25	//////////						
26	//////////						
27							
28							
29					//////////		
30					//////////		
31		//////////			//////////		//////////

Legenda:

	Estágio
	Fins-de-semana - Feriados
	Dispensa (Natal)
	Faltas (Doença)
	Faltas (Estudar para Exames)
	Recuperação de Faltas (8h)
	Acesso Limitado (Computador)
	Sem Acesso (Computador)