TEXTO SENSACIONALISTA: ANÁLISE DE UMA TRADUÇÃO

Mário Eduardo Viaro*

RESUMO: Neste artigo, traduz-se uma notícia do jornal sensacionalista alemão *Bild am Sonntag* para o português. Comparam-se os elementos que caracterizam o sensacionalismo na Alemanha e no Brasil, a fim de discutir como adaptá-los ao ambiente brasileiro.

UNITERMOS: textos jornalísticos; sensacionalismo; tipologia de tradução.

ABSTRACT: In this article a piece of news from the sensationalist German newspaper Bild am Sonntag is translated into the Portuguese. The components which characterize the yellow press in Germany and in Brazil are compared, in order to adapt them to the Brazilian society.

KEYWORDS: newspaper texts; sensacionalism; translation typology.

Traduzir um texto jornalístico pode transformar-se numa tarefa não tão simples como parece, quando, diante de si, se têm os elementos essenciais da transmissão da comunicação por meio de um código lingüístico. Assim, alguns elementos que estavam por trás do texto emergem e ficarão de fato insolúveis, quando se pensa na relação tradução-tempo de um dia de produção de jornal. Exemplificando com o texto traduzido abaixo: al-

* Tradutor de Alemão e Doutorando da Área de Filologia Românica, FFLCH-USP.

guns nomes de partidos turcos já haviam sido traduzidos anteriormente para a formação do texto de partida. São eles: "Partido do Bem-Estar", "Partido da Nação", "Partido do Bom Caminho". Será difícil saber se esses estranhos nomes não foram (intencionalmente?) deformados quando foram traduzidos do idioma turco. Com muita sorte, o tradutor que tem essa dúvida diante do texto alemão achará um site na internet a respeito do assunto e um dicionário bilingüe de turco e de qualquer língua que não seja o português, correndo todos os riscos das pouco aconselháveis triangulações na tradução. Dito com outras palavras, desconhece-se sempre a intenção que gerou o texto na língua de partida e a única coisa que pode motivar alguém a ler algo de determinada forma e, por fim, desenvolver a dúvida, é a soma de experiências individuais, que formam os chamados pré-supostos e pré-conceitos. Essas experiências culminam numa intuição de que naquele ponto reside um problema.

O problema, por excelência, que se poussa à frente do tradutor nessa tarefa é o da adaptação. Ao se ver na banca de jornais um *Bild am Sonntag*, associa-se imediatamente ao tablóide brasileiro *Notícias Populares* e essa associação é, no mínimo, errônea, pois se funda somente no aspecto externo de ambos os jornais. Quanto ao leiaute colorido, as letras em corpo enorme, assim como as fotos, o jornal que mais se aproxima do *Bild am Sonntag* seria, de fato, o *Notícias Populares*. Quanto ao conteúdo, porém, não, pois o sensacionalismo alemão paira em outras dimensões que nem de longe toca o sensacionalismo do tablóide brasileiro. Assim, os pré-supostos e os pré-conceitos preliminares podem apontar para duas interpretações, apresentadas a seguir.

De um lado, a sociedade alemã, típica representante de uma sociedade rica, cuja maior preocupação, como tal, é a manutenção do seu *status*, o que gera uma visão negativista e apocalíptica do mundo. Seu histórico de intolerância é internacionalmente conhecido e, ciente de que é vista com olhos estigmatizadores por todo o mundo e até por si mesma, gera um complexo centrado em si, que agrupa desde reações de auto-defesa contra esperados ataques e críticas face a argumentos nesse sentido até uma posição de contra-ataque crítico, ou seja, a

demonstração de que há males em outras sociedades, idênticos aos que atribuem a ela. Mais especificamente, há um outro pano de fundo, que envolve os mesmos elementos desses preconceitos e reações aos preconceitos, entre a comunidade alemã e determinados grupos de imigrantes, dentre os quais (e principalmente) turcos, que são o tema do artigo a ser traduzido.

Por outro lado, a sociedade brasileira, integrante do Terceiro Mundo, que demonstra elementos de recalque motivado pela própria pobreza. Por isso, é costume apontar sociedades piores. Essas sociedades piores que o Brasil seriam mais pobres que ele, negando-se, dessa forma, enfaticamente a identificação com elas. Outras sociedades seriam mais ricas, mas também seriam piores que a brasileira, uma vez que se despreza a riqueza, em nome de outros valores, que têm base em diversos mitos: o da tolerância, o da beleza, o da sensualidade, o da simpatia. Não tendo praticamente nenhum contato com a Turquia, um tradutor dessa realidade poderia, portanto, descrever o fato de maneira mais objetiva, não fossem esses elementos que a tornam tão complexa quanto qualquer outra sociedade.

Assim, tanto o sensacionalismo de *Bild am Sonntag* como o do *Notícias Populares* enfocam escândalos com pessoas famosas (artistas, políticos entre outras) e a frieza de assassinatos, mas, no primeiro, aparecem com mais freqüência antevistas de cataclismas naturais e sociais que revertam a situação atual da Alemanha, e o segundo, ao lado de fotos sangrentas, dá mais ênfase ao sexo e a futilidades, assim como a coisas sem consequência social (como esporte), que requerem o mínimo de conhecimento e de informação dos seus leitores. Cumpre observar que o grau de instrução dos leitores a que se destinam é muito distinto. Quanto ao tamanho, também não há comparações entre os dois jornais: a edição de domingo do *Notícias Populares* não passa de 16 páginas, já o *Bild am Sonntag* tem 84 páginas! Nesse aspecto, o *Notícias Populares* se aproxima do tablóide bávaro nacionalista *Deutsche Nationale Zeitung*, 14 páginas, cujo conteúdo é menos diversificado.

Dentre os jornais brasileiros de conteúdo pouco diversificado, encontra-se a *Folha Universal*, com sua ênfase constante no aspecto religioso. Como o jornal nacionalista alemão, este

também se declara mensageiro da Verdade. Aquele apresentando provas que argumentam a favor de suas teses nacionalistas, este apontando para o sucesso das conquistas do movimento da Igreja Universal do Reino de Deus.

Por outro lado, não parece tão absurdo comparar o tablóide *Bild am Sonntag* com um jornal de grande circulação, mais informativo do que o *Notícias Populares*, como o *Diário Popular*, ou mesmo com a *Folha de São Paulo*. As semelhanças estão não na diagramação nem no filtro ideológico pelo qual as notícias são tratadas, mas no público-alvo, que é a classe média. A linguagem e o modo como se escolhe o vocabulário são parecidos, pois a linguagem não é tão vulgar como no *Notícias Populares*, embora a coloquialidade da *Folha* seja muito maior que a do *Bild am Sonntag*. Mas é preciso cautela, pois as duas classes médias têm, sabidamente, perfis diferentes em muitos aspectos, sobretudo no tocante à sua relação com as outras classes que compõem a sociedade e na distância monetária entre elas, sem falar nas desproporções de quantidade na divisão de classes em ambas as pirâmides sociais. No entanto, se é possível afirmar que há diferenças, entre a sociedade brasileira e a alemã, quanto à formação educacional, também é verdade que os dois jornais em questão revelam que os leitores têm expectativa de encontrar clichês, que alimentem a sua crítica superficial, baseada no senso-comum, quanto a determinados problemas. Ambos os receptores esperam uma crítica que use argumentos que eles pensam que são seus. Isso não é apenas resultado de um país com a educação falida, como parece ser mais fácil de se argumentar, mas de um complexo de fatores que inclui também traços individuais e de determinados segmentos da população. Portanto, o artigo neste trabalho será traduzido como se ele tivesse sido retirado do *Bild am Sonntag* e traduzido diretamente à *Folha*. Na verdade, uma equivalência exata entre jornais, que espelham culturas diferentes, é impossível. A propaganda da *Folha* frisa sua imparcialidade, o que poderia fazer pensar que esse artigo não seria adequado para seu perfil, mas também é verdade que existem traduções tendenciosas similares, como a coluna de Giles Lapouge, com tom parecido. É possível também uma simplificação do artigo para publicação na *Folha*, como se dirá nas notas. Não há per-

da significativa de informação uma vez que há informação redundante no texto. Na verdade três fotos para esse texto parecem demais para o público brasileiro, sem falar que elas são também são redundantes. O texto pode ainda ser simplificado, cortando-se algumas partes, como as que vêm entre colchetes quadrados []. Outros cuidados com o leiaute se vêem na capitular de três linhas, idêntica nos dois jornais e nas colunas. Subcapítulos inexistentes no jornal alemão foram acrescentados. Os negritos das legendas das fotos foram retirados e toda a legenda está em itálico. O modo de apresentar o autor do texto também teve de ser adaptado aos padrões da *Folha de São Paulo*.

EUROPEUS TEMEM PERIGO TURCO¹

Vencedor nas urnas Necmettin Erbakan quer transformar a Turquia num Estado Teocrático Islâmico.

Foto 1: Vovozinho: o chefe dos muçulmanos Erbakan pede votos com seu neto Mukahit.

[Foto 2: Luas crescentes e espigas: um mar de bandeiras vermelhas inundou a Turquia durante a disputa eleitoral.]

[Fotos 3 e 4: Faixas com o nome do partido na testa: mulheres apóiam o Partido do Bem-Estar de Erbakan (à esquerda, com a esposa).]²

HELMUT BÖGER

Bild am Sonntag

Ele age como aquele turco vendedor de legumes, que leva para o carro as sacolas das suas boas clientes e que gosta de se preparar todo³ depois do expediente, como há tantos que vivem na Alemanha⁴. [Seu bigode branco está aparado com muito esmero, seus ternos são impecavelmente

sob medida⁵, gosta de exibir seus netos, frequentemente esboça no sorriso divertido os traços amáveis de seu rosto⁶.] Necmettin Erbakan (69), chefe do Partido Islâmico do Bem-Estar e vencedor nas urnas⁷ das eleições parlamentares turcas do domingo passado, age como um homem de

bem. Mas, na verdade, ele é um incendiário⁸, que deseja transformar seu país num Estado teocrático radical como o Irã. Erdogan, uma espécie de Mullah de terno, é um perigo para a Turquia e para a Europa⁹. **Especialista em tanques:** O Partido do Bem-Estar de Erdogan recebeu 21,3% dos votos, mais do que o Partido da Nação (19,6%) e o Partido do Bom Caminho (19,1%)¹⁰ da Primeira-Ministra Tansu Ciller¹¹. O Presidente Demirel, de fato, teria de integrar Erdogan ao quadro político, mas se negou por um bom motivo. Demirel sabe que um chefe do governo como Erdogan desligaria a Turquia da Europa e a entregaria aos islâmicos fundamentalistas.

Radical é o programa de governo do engenheiro Erdogan, que, durante seu estudo em Aachen, Alemanha¹², montou tanques, em Colônia [, na indústria de armamento bélico Klöckner-Humboldt-Deutz¹³]. Segundo ele, a Turquia deve sair da OTAN, além disso, ele recusa a sociedade anteriormente solicitada com a União Européia e aspira a uma moeda única para todos os países islâmicos. Futuramente, deverá, na Turquia, valer a Sharia,

a lei islâmica, com suas penas draconianas, como corte das mãos dos bandidos, apedrejamento de adúlteros e decapitação dos traficantes de droga.

[Maus agouros: “De agora em diante” profetizou Erdogan na noite da eleição “o mundo vai olhar a Turquia com outros olhos”. Os turcos são, antevê¹⁴ sombriamente, “os netos do sultão Saladino”. Saladino conquistara no século XII a Síria e Jerusalém. A Europa é, para ele, um “mundo dos infiéis”, a ONU uma “organização de tiranos e traidores”.]

Demagogia: Seu Partido do Bem-Estar tem a participação sobretudo dos pobres, que se sentem vítimas da política econômica de Tansu Ciller. Ela levou a Turquia a uma taxa de inflação de 157% e causou uma perda de poder aquisitivo de 40% da moeda turca.

Os 500 mil sócios do Partido do Bem-Estar conduziram uma campanha eleitoral de cunho popular com o auxílio financeiro do Irã e da Arábia Saudita, instalando refeitórios com sopa e padarias baratas, organizando assistência médica gratuita, subvencionando jardins da infância e escolas de Alcorão.

Oposição: Ainda a maioria dos turcos está firme aos ideais de Kemal Atatürk ("O Pai dos Turcos"), que criou, na década de 30, a Turquia moderna, mais voltada à Europa. Mas até mesmo na fortaleza¹⁵ anti-islâmica das Forças Armadas Turcas [, que se sentem como guardiães de uma rígida divisão entre religião e Estado,] calcula-se que o número¹⁶ dos partidários de Erbakan chegue a 20%.

[Até mesmo os 1,96 milhão de turcos que moram na Alemanha não estão imunes aos radicais. A AMGT ("União da nova visão na Europa"), uma espécie de organização no Exterior do Partido do Bem-Estar, tem cerca de 20 mil sócios e 160 mil partidários. E a tendência é aumentar¹⁷.]

Segundo o esquema proposto por Azenha Jr. & Königs (1995, p. 20-1) obtém-se:

	TEXTO DE PARTIDA	TEXTO DE CHEGADA
EMISSOR	Helmut Böger/ <i>BILD AM SONNTAG</i>	Helmut Böger/ <i>FOLHA DE SÃO PAULO</i>
INTENÇÃO	Informação	Informação
RECEPTOR	Classe média alemã em geral, principalmente um segmento relativamente acritico (com certa opinião sobre o assunto).	Classe média brasileira, que se interesse pelo caderno "Mundo", sem opinião sobre o assunto.
MEIO	Jornal com ilustrações	Jornal com ilustrações
LOCAL	<i>BILD AM SONNTAG</i> (Hamburg)	<i>FOLHA DE SÃO PAULO</i> (São Paulo)
MOTIVO	A vitória nas eleições de Erbakan e o perigo que isso representa para a Europa, na visão de um	A vitória nas eleições de Erbakan e o perigo que isso representa para a Europa, na visão de um

	alemão, que conhece e vivencia a realidade dos turcos imigrantes.	alemão, para um público brasileiro que não tem contato com turcos.
FUNÇÃO	Informação	Informação
TEMA	Eleições na Turquia	Eleições na Turquia
CONTEÚDO	A figura de Erbakan	A figura de Erbakan
PRESSUPOSIÇÕES	A Turquia pós-Atatürk, o rompimento dos direitos humanos, a experiência fundamentalista no Irã, a validade democrática do sufrágio.	Poucas informações sobre o assunto, a não ser notícias esparsas sobre os fundamentalistas.
MONTAGEM	Duas colunas e oito parágrafos	Texto (possivelmente) mais curto, com duas colunas e com entradas, em negrito.
ELEMENTOS NÃO-VERBAIS	Quatro fotos	Uma foto, no máximo
LÉXICO	Simples, direto, escrito de maneira mais <i>spannend</i> e bastante dramática e com alusões que motivam a comparação do vencedor com os turcos alemães.	Léxico mais coloquial mas não vulgar, com as frases dramáticas trabalhadas.
AÇÃO	Acautela o leitor de um perigo iminente.	Informa o leitor de possíveis problemas entre Turquia e Europa.

Os elementos supra-segmentais foram tirados da tabela. Supõe-se que a distância de tempo não seja a real, isto é, de dois anos (1995-1997), como se a tradução tivesse sido feita no mesmo período.

Observações acerca da tradução

- (1) Uma característica presente nas notícias dos jornais alemães é o uso de pontos exclamativos e interrogativos. Sua frequência aponta para uma tipologia inexistente no jornal brasileiro, como se analisa abaixo. Mesmo em jornais mais “sérios”, esse recurso aparece, ainda que com maior parcimônia do que nos “menos sérios”. Assim, vê-se no *Frankfurter Allgemeine Zeitung* de 25/11/1995, num caderno especial (Brasilien), o título “Trauriges Volk, strahlendes Land? Warum ist Brasilien unentwickelt?” (p. 11), ao lado de vários outros anunciados como citações entre aspas e exclamações. No *Die Zeit*, de 17/11/1995 no caderno *Modernes Leben* encontra-se “Bitte keine Erbsensuppe!”. O jornal em questão, isto é, o *Bild am Sonntag* de 01/01/95, de onde saiu o texto, abusa desse recurso: logo na primeira página a manchete “Grippewelle: werden die Schulferien verlängert?” (dentro, nas p. 6-7, “Grippe-Epidemie: dauert sie noch bis zum März?”) e logo abaixo “Babyklausel im neuen Vertrag: Linda, was hast du vor?” (dentro, na p. 11: “Linda de Mol: erst Baby – dann Hochzeit?”, outros exemplos: “Biedermann und Ausbeuter?” (p. 32), “Vitamintabletten: aber welche bitte?” (p. 40), “Wie gut sind Deutschlands Banken?” (p. 58), “Steffis Mutter: wer ist der blonde Mann an ihrer Seite?” (p. 82-3), além de três outras notícias com ponto de exclamação. Também é comuníssimo o uso de aspas nos títulos, recurso muito usado no jornal argentino *El Clarín* mas raro entre os jornais brasileiros. Em 10/08/97, o tablóide *Deutsche Nationale Zeitung* abusa ainda mais na frequência de interrogativas, exclamações e aspas. Logo na primeira página vêm “Sollen Türken Deutsche werden?” e “Verliert Bubis seine Macht?”, “Beutegermanen zur Mehrheitsbeschaffung?”, “Österreich, du hast es besser!” No interior do jornal, vêem-

se “Schutzlos für Rumänen-Banden? Bundesweite Einbrüche und Plünderungen” (p. 2) “Plötzlich 200.000 deutsche Opfer weniger!” (p. 4) “Vorsicht Fälschung! Nürnberg - die Rache der Sieger” (p. 5) “Warum belastet die politische Klasse immer nur Deutschland?” (p. 7) “Welch (Kinder-) Armutszeugnis! Wie Bonn die ex-DDR auf Westniveau bringt” (Beilage, p. 1), “Hau ab mit euren 6 Millionen! Kommt es zum Kampf zwischen US-Schwarzen und Juden?” (Beilage, p. 2). Nas propagandas de assinatura vêm “Abonnieren Sie die Wahrheit!” (p. 3), “Verbreiten Sie die Wahrheit!” (p. 4), “Leser der *Deutsche Nationale Zeitung* wissen die Wahrheit!” (p. 10). Como seria de se esperar, no fórum dos leitores, os títulos estão cheios dessa pontuação e com grande destaque: “D-Mark Vernichtung: Warum?”, “Moralische Standpauke!”, “Stierkampf als Volksbelustigung?”, “Wer ist wer im Judentum?”, “Deutschland muß leben!”, “Schleswig-Holstein: ja oder nein?” (p. 10). Resumindo, pode-se afirmar que nos dois jornais sensacionalistas alemães há preocupações quanto a um futuro em que algo de iminente e ruim acontecerá ou apenas perguntas banais que representariam dúvidas e indignações que assolam os leitores. Em toda a *Folha de São Paulo* do dia 10/08/97, no entanto, há raros exemplos, a não ser no caderno Mais! (com exclamação sintomática), na seção *TvFolha* traz “Vocês querem Bacalhau?” (p. 2), famoso bordão do falecido animador de auditórios Abelardo Barbosa, o Chacrinha. Na Revista da *Folha*, na seção Saúde aparece no subtítulo “Combinação fatal: bulas devem informar sobre riscos de misturar remédio e drogas ilegais?” (p. 14). Na seção No Sofá “Quantidade ou qualidade? Elas acham que a rotina acaba com o encantamento e não deixam de lado o romantismo” (p. 28). Na seção Grávidas e Bebês “Vacinar ou não vacinar?” (p. 45). Observa-se que a qualidade da dúvida está relacionada com informação básica ou com ansiedades individuais, sempre nos cadernos de entretenimento, jamais nas notícias. O mesmo se diz de *O Estado de São Paulo*, do mesmo dia, em que o único exemplo se encontra no Telejornal: “O que é ser brega?” (p. 18). Não há nenhum exemplo na *Gazeta Mercantil* do mesmo dia. No *Notícias Populares* do mesmo dia, as perguntas aparecem apenas

nas cartas dos leitores, na seção Tudo sobre sexo “Mulher sem útero tem tesão?”, “A primeira vez sempre dói?”. Na mesma coluna, há uma seção sobre saúde, intitulada “Você tá legal?” (caderno Geral, p. 7). Também numa coluna de opinião, chamada TV Legal, aparece o título “Que pouca vergonha, hein?” (p. 2). Também as aspas aparecem, mas em nenhum momento se vêem interrogações em títulos de notícias. Por outro lado, os imperativos abundam e caracterizam esse jornal: logo na primeira página vêem-se: “Preencha o cupom que está na página 5”, “Veja como matar seu pai de alegria com uma bela picanha”, “Conheça o mar, a cachaça e as mulheres de Recife”. Além dessas, no interior do texto encontram-se “Faça suas contas” (Caderno Sua Grana, p. 2) “Ganhe uma perua de fazer hot-dog; o NP ajuda você a se livrar do seu patrão” (caderno Esportes (!), p. 5) “Dê uma TV zero-bala pro seu paizão” (Caderno Domingão NP, Opinião (!), p. 2) “Conheça Magic Paula” (ibidem, Entrevista, p. 3) “Prepare uma picanha” e “Faça um arroz ao forno pra acompanhar a carne” (ibidem, Comida, p. 4) “Não esqueça de beber Pau de Índio” (ibidem, Turismo, p. 5) “Vacine seus cachorros” (ibidem, Variedades, p. 7). Isso é observável não só pelos imperativos, mas também pelos vários *how-to-do*: “Como preparar no forno” e “Como fazer no sal grosso” (p. 4), “Como cuidar do seu cachorro” (p. 7) e os *where-to-do*: “onde comer” (p. 4), entre outros. Percebe-se que a função conativa da linguagem se mostra não disfarçada, mas direta, com clara intenção doutrinadora e manipuladora. Curioso se mostra comparar esses jornais com a *Folha Universal*, de 17/05/97, que também não se utiliza do recurso das interrogações para as notícias, surgindo apenas nos cadernos de opinião, com o tom da pergunta retórica utilizada nos cultos evangélicos: “Por quê (sic) queimaram o índio?” e “O que existe nos céus que foi feito pela mão do homem?” (p. 3) e no Caderno Variedades: “como desenvolver a fé na criança?” (p. 6).

Como foi dito na introdução, é difícil fazer uma equivalência entre jornais de culturas distintas, uma vez que os perfis dos leitores não têm muito em comum. No entanto, é quase impensável o uso de interrogativa na língua de chegada numa

notícia de um jornal brasileiro que deseja ser informativo, e a tradução direta, a saber “Quão perigoso é este homem para a Europa?” soa extremamente artificial. Uma solução para a tradução seria transferir a preocupação para outros momentos da tradução, como no próprio título, que tem a forma sem artigos definidos das nossas manchetes.

- (2) As notas das fotos foram resumidas, para se adequarem ao estilo do jornal brasileiro. Uma tradução mais literal seria:

Foto 1: **À caça de votos:** O chefe dos muçulmanos Erdogan, como um bom vovozinho, pede votos com seu neto Mukahit.

Foto 2: **Bandeiras vermelhas:** Um mar de bandeiras vermelhas com a lua crescente e espiga, símbolo do Partido do Bem-Estar, inundou a Turquia durante a disputa eleitoral.

Foto 3 e 4: **Faixas na testa:** Muitas mulheres apóiam o Partido do Bem-Estar de Erdogan (à esquerda, com a esposa). Elas levam panos na cabeça e faixas na testa com o nome do partido.

- (3) *feinmachen* segundo o Duden é *sich gut anziehen, sich nett zurechtmachen*. O termo *zurechtmachen* está definido como *mit kosmetischen Mitteln, Kleidern, Frisuren o. ä. jmds. oder sein Äußeres in einen ordentlichen Zustand bringen, verschönern*.

- (4) Foi retirada a forma *von nebenan*, uma vez que esta tradução visa à transferência da informação de um leitor alemão para um leitor brasileiro e, no Brasil, são raros os turcos imigrantes que trabalham em lojas de legumes. A frase *como há tantos que vivem na Alemanha* é um acréscimo que entra no lugar da frase retirada.

- (5) *Maßarbeit*, substantivo, equivale ao nosso *trabalho sob medida* (DUDEN: *Anfertigung von Möbeln, Kleidung o.ä. genau nach angegebenen Maßen*). Para redução da tradução, sem perda da caracterização de Erdogan, o adjetivo *feinst* foi transformado em advérbio e o substantivo, em adjetivo.

- (6) A frase foi transformada. No original, *oft umspielt ein Lächeln seine freundlichen Gesichtszüge*. O verbo *umspielen* significa, segundo o DUDEN, *sich spielerisch leicht um etw. jmd. bewegen; spielend umgeben*. No entanto, não se encontra em português um verbo em que “sorriso” seja sujeito e “os traços” objeto direto e que, ao mesmo tempo, denote a apresentação de um

fato, com alusão ao jocoso ou ao divertido. A solução foi deslocar a função de sujeito para a de adjunto adverbial, a saber: “freqüentemente esboça no sorriso divertido os traços amáveis de seu rosto”.

- (7) A metonímia “Urnas” em vez de “eleição” para traduzir *Wahl* evita a repetição e mantém a coesão textual.
- (8) A introdução por meio de uma frase *spannend*, que envolve descrição minuciosa e só depois a apresentação dos fatos é característica e freqüentíssima no jornalismo alemão, seja escrito, seja televisivo, e não apenas no sensacionalista. Tal recurso é pouco usado no Brasil. Além disso, no texto traduzido, cita-se toda uma gama de traços positivos de um sujeito que desemboca num *aber* negativo, outra característica. Os exemplos em outros jornais seriam inúmeros. Apenas um exemplo para ilustrar, retirado do *Die Zeit* (11/04/97): *Ein Menschenwurm zieht schweigend über den Asphalt der Landstraße. Nur das Trappeln und Schlurfen der Gummisandalen und Stiefel und das Gemurmel der Marschierer bricht die Stille. Über ihren Strohhüten flattern rote Fahnen. Es möge noch 200 Kilometer bis Brasília sein.* Somente depois de outros três parágrafos de descrição impressionista é que se apresenta o líder sem-terra e começa-se de fato a discussão objetiva do tema.

Uma solução para maior neutralidade da introdução, segundo os padrões de jornais como *O Estado* ou mesmo da *Folha*, está na eliminação da frase *spannend* e de elementos tendenciosos que preparam do leitor da notícia para um maniqueísmo muito chão ou uma tacha, isto é, algo como:

Necmettin Erbakan (69), chefe do Partido Islâmico do Bem-Estar e vencedor nas urnas das eleições parlamentares turcas do domingo passado, age como aquele turco vendedor de legumes, que leva para o carro as sacolas das suas boas clientes e que gosta de se preparar todo depois do expediente, como há tantos que vivem na Alemanha. [Seu bigode branco está aparado com muito esmero, seus ternos são impecavelmente sob medida, gosta de exibir seus netos, freqüentemente esboça no sorriso di-

vertido os traços amáveis de seu rosto.] Mas na verdade, ele é um incendiário, que deseja transformar seu país num Estado...

- (9) Essas afirmações sérias não devem ser atenuadas ou erroneamente adaptadas como “os alemães acham que ele é um incendiário”, uma vez que é a opinião do sr. Helmut Böger, cujo nome assina o texto.
- (10) Infelizmente, não foi possível verificar se esses nomes coincidem de fato com o nome real dos partidos ou foram manipulados para aumentar o sensacionalismo, que, nas entrelinhas, quer mostrar quão lamentável e pouco séria é a política turca.
- (11) Os cargos de *Ministerpräsident* e de *Staatspräsident* foram traduzidos como “Primeiro Ministro” e “Presidente” por comparação de suas definições:

DUDEN:

“Ministerpräsident: 1. *Leiter einer Landesregierung in der Bundesrepublik Deutschland.* 2. *Leiter der Regierung in verschiedenen Staaten; Premierminister.*

Staatspräsident: *Staatsoberhaupt einer Republik.”*

AURÉLIO:

“Primeiro-ministro: no parlamentarismo, chefe de governo, em geral escolhido pelo chefe do Estado entre os membros do partido majoritário.

Presidente da República: chefe do Estado republicano.”

Nada indica, porém, que, na Turquia, esses termos se adaptem adequadamente a essas definições e que *Ministerpräsidentin* não esteja sendo usado com o sentido de *Governadora*.

- (12) Seguindo modelo jornalístico, a cidade de Aachen não recebeu seu estranho nome em português correspondente (a saber, Aquisgrana), por outro lado, é necessário dizer onde fica Aachen. Por economia, não se faz o mesmo nas linhas abaixo com a cidade de Colônia, deixando que o leitor se utilize do mecanismo da coerência subentendido.
- (13) O termo *Waffenschmiede* não se traduz eficientemente pelo termo quase arcaico *alfageme*, sugerido pelo *Langenscheidts Taschenwörterbuch* bilíngüe, já que o termo se aplica somente para a indústria de confecção de espadas.

- (14) O verbo *orakeln* é um pouco problemático para a tradução, pois, segundo o DUDEN, tem uso como *Umgangssprache* e significa *in der Art eines Orakels in dunklen Vermutungen u. Andeutungen von etwas [Kommendem] sprechen, weissagen*. Um verbo como *vaticinar* não participa do mesmo registro, *profetizar* já foi usado e *prever* ou *predizer* perde uma carga semântica que não convém resgatar em outros momentos, pois Erbakan não parece mais como vidente em outras partes da notícia. Da mesma forma, *adivinhar* tem a carga coloquial, mas perde a figura do oráculo.
- (15) A palavra *Bollwerk* deve ser, mais precisamente, traduzida como *bastião* ou *baluarte*, mas ambas são palavras que não ocorrem com tanta frequência nos textos jornalísticos e que podem, de alguma forma, dificultar, pela metonímia, a interpretação desse trecho. Em certos casos, talvez um clichê como a palavra *fortaleza* funcione melhor do que uma tradução exata.
- (16) *Anteil* foi traduzido por número, pois uma solução como *parte de partidários* geraria eco e *porcentagem de 20%* causaria um pleonismo.
- (17) O estilo apocopado de fim de texto, relativamente comum no jornalismo alemão, como é o caso de *Tendenz steigend*, também não deve ser traduzido literalmente. Há a necessidade do uso de artigos e do verbo de ligação. Também não há perda ao se traduzir por um aspecto não-durativo, isto é, e a *tendência é aumentar* em vez de *a tendência está aumentando*, uma vez que o verbo *aumentar* já traz em si o Aktionsart durativo.

Referências bibliográficas

- AZENHA Jr., J.; KÖNIGS, F. G. (1995) *Übersetzen*. São Paulo, Goethe Institut.
- AUBERT, F. H. (1987) A tradução literal: impossibilidade, inadequação ou meta?. In: *Ilha do Desterro*. Florianópolis, UFSC.
- CATFORD, J. C. (1980) *Uma teoria lingüística da tradução: um ensaio de lingüística aplicada*. São Paulo, Cultrix.

- DUDEN UNIVERSAL WÖRTERBUCH (1989) Mannheim, Duden-Verlag.
- MOUNIN, G. (1963) *Les problèmes théoriques de la traduction*. Paris, Gallimard.
- NEWMARK, P. (1981) *Approaches to translation*. Oxford, Pergamo.
- NOVO DICIONÁRIO AURÉLIO DA LÍNGUA PORTUGUESA (1986) 2.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.