

Adriana da Silva Araújo - Seduzindo o consumidor brasileiro: um estudo descritivo de propagandas publicitárias em revistas de língua inglesa e suas traduções em revistas brasileiras.

Orientadora: Profa. Dra. Vera Lúcia Santiago Araújo

A tradução de propagandas constitui-se o tema deste estudo cujo objetivo principal é realizar uma análise descritiva de textos publicitários publicados em revistas de língua inglesa e traduzidos e publicados em revistas brasileiras. A partir da observação das propagandas traduzidas, são descritas as estratégias de tradução aplicadas por tradutores brasileiros bem como é traçado o perfil do consumidor brasileiro por meio das opções dos tradutores de entrevistas com publicitários de agências locais. A hipótese investigada neste estudo descritivo é a de que as propagandas traduzidas para o Brasil passam por um processo de localização, tendo que ser adaptadas para o público consumidor brasileiro para tornarem-se aceitáveis para o texto de chegada. Trinta textos publicitários traduzidos foram coletados de diversas revistas de circulação nacional e foi constatado que a quase totalidade desses anúncios foi adaptado pelos tradutores, sofrendo adição, omissão, condensação entre outras estratégias de tradução, tornando-se condizente com o estilo brasileiro de se fazer propaganda.