

Mirla Rodrigues Pinto - Um estudo sobre as traduções de propagandas turísticas realizadas no Estado do Ceará.

Orientadora: Profa. Dra. Vera Lúcia Santiago Araújo

O presente trabalho analisa o processo tradutório das propagandas turísticas realizadas no Estado do Ceará. Esta análise parte das propagandas feitas pela Secretaria de Turismo do Ceará para a divulgação do Estado fora do país. A hipótese deste trabalho consiste em demonstrar que as propagandas turísticas feitas pela Setur não são traduzidas levando em conta as diferenças entre o turista nacional e o estrangeiro, pois se acredita que para que uma propaganda tenha o efeito desejado é necessário que a norma de localização aconteça, e, no entanto, tem se percebido que esta norma não está sendo observada pelos publicitários cearenses. Para comprovar tal hipótese foram necessários, além da análise das propagandas, a análise das entrevistas feitas com publicitários e tradutores e, também, a análise dos relatórios de 2002 e 2003 feitos pela Setur sobre a demanda turística do Estado. A partir do levantamento de todos os dados conclui-se que a grande maioria das propagandas turísticas estrangeiras do Ceará não é localizada para o país em que elas estão sendo veiculadas, ou seja, os tradutores não utilizam estratégias de persuasão para atrair o novo público.