

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE LETRAS MODERNAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS ESTRANGEIRAS E TRADUÇÃO

MATHEUS FRANCO FRAGOSO

**O Brasil em textos turísticos: O que interessa ao turista? — Uma investigação baseada  
em *corpus***

(Versão corrigida)

São Paulo

2022

**MATHEUS FRANCO FRAGOSO**

O Brasil em textos turísticos: O que interessa ao turista? — Uma investigação baseada em  
*corpus*

(versão corrigida)

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Letras Estrangeiras e Tradução da Universidade de São Paulo em cumprimento das exigências para a obtenção de grau mestre em Letras.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Stella Esther Ortweiler Tagnin

São Paulo

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

#### Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

F811b Fragoso, Matheus Franco O Brasil em textos  
turísticos: O que interessa ao turista? – Uma  
investigação baseada em corpus. / Matheus Franco  
Fragoso; orientadora Stella Esther Ortweiler Tagnin -  
São Paulo, 2022.  
145 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia,  
Letras e Ciências Humanas da Universidade de São  
Paulo. Departamento de Letras Modernas. Área de  
concentração: Estudos da Tradução.

1. Linguística de Corpus. 2. Colocações Adjetivas.  
3. Textos Turísticos. 4. Tradução. I. Tagnin, Stella  
Esther Ortweiler, orient. II. Título.



**ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE**

**Termo de Anuência do (a) orientador (a)**

Nome do (a) aluno (a): Matheus Franco Fragoso

Data da defesa: 18/05/2022

Nome do Prof. (a) orientador (a): Stella E. O. Tagnin

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento ao Sistema Janus e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 08/ 07 /2022

---

*(Assinatura do (a) orientador (a))*

## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Matheus Franco Fragoso**

**O Brasil em textos turísticos: O que interessa ao turista? — Uma investigação baseada em *corpus*. 2022**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Letras Estrangeiras e Tradução da Universidade de São Paulo em cumprimento das exigências para a obtenção de grau mestre em Letras.

### **Banca examinadora:**

Prof. Dr.: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr.: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr.: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr.: \_\_\_\_\_

Instituição: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais e irmãs, que sempre me incentivaram.

À prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Stella, pela paciência, atenção e todo conhecimento compartilhado.

À minha psicanalista Raquel Ferreira.

E a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

*I saw myself sitting in the crotch of this fig tree, starving to death, just because I couldn't make up my mind which of the figs I would choose. I wanted each and every one of them, but choosing one meant losing all the rest, and, as I sat there, unable to decide, the figs began to wrinkle and go black, and, one by one, they plopped to the ground at my feet. (Sylvia Plath, em *The Bell Jar*).*

## RESUMO

Este trabalho teve como objetivo caracterizar e analisar as combinações adjetivas usadas na descrição das cidades turísticas brasileiras mais visitadas por estrangeiros, ou seja, Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis e Foz do Iguaçu. A pesquisa baseou-se em um *corpus* comparável de textos extraídos de *sites* governamentais brasileiros em língua portuguesa e de três guias de turismo sobre o Brasil redigidos em língua inglesa. O arcabouço teórico incluiu os conceitos de Convencionalidade de Tagnin (2015) e Clark (2007); a definição de colocação de Firth (1957), Sinclair (1966) e Lewis (1997); a Teoria Funcionalista da Tradução de Nord (1997); e propriedades dos adjetivos conforme Cunha e Cintra (2008), Garcia (2010) e Swan (2005). Os dados gerados foram analisados a fim de salientar as diferenças nas colocações adjetivas em inglês e português, bem como salientar aspectos das respectivas cidades, tais como acomodação, alimentação, pontos turísticos, dentre outros. Além disso, também apresentamos uma tradução funcionalista de um texto de turismo e um breve guia de uso de adjetivos, com o intuito de fornecer subsídios aos redatores e tradutores desse tipo de texto, a fim de ir ao encontro das expectativas do turista em potencial. Para a exploração do nosso *corpus*, baseamo-nos nos preceitos da Linguística de *Corpus* (TOGNIN-BONELLI, 2001; TEUBERT, 2005) e utilizamos o *software AntConc 3.5.8* (ANTHONY, 2013), em especial as ferramentas “lista de palavras-chave”, “lista de colocados” e “concordâncias”. Conduzimos um estudo amplo com as colocações adjetivas, a fim de extrair os aspectos do turismo brasileiros que são valorizados por estrangeiros.

**Palavras-chave:** combinações adjetivas; convencionalidade; Linguística de *Corpus*; Funcionalismo; textos turísticos.



## ABSTRACT

The aim of this study was to characterize and analyze the adjective combinations used to describe Brazil's most visited cities by foreigners, that is, Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis and Foz do Iguaçu. The research was based on a comparable *corpus* of texts extracted from Brazilian Governmental sites in Portuguese and three English written travel guides about Brazil. The theoretical framework includes concepts on Conventionality by Tagnin (2015) and Clark (2007); the definition of collocation by Firth (1957), Sinclair (1966) and Lewis (1997); the Functionalist Translation Theory by Nord (1997); and the adjective properties according to Cunha e Cintra (2008), Garcia (2010) and Swan (2005). The data generated was then analyzed intending to highlight the differences in the English and Portuguese adjective combinations as well to emphasize aspects from the respective cities, such as lodging, food, tourist attractions, and others. Furthermore, we also offer a functionalist translation of a tourist text and short guide to the use of adjectives in an effort to provide input to writers and translators of tourist texts to be consistent with the expectations of potential tourists. In order to explore our findings, we resorted to *Corpus Linguistics*' principles (TOGNIN-BONELLI, 2001; TEUBERT, 2005) and utilized the software *AntConc 3.5.8* (ANTHONY, 2019), especially the following tools: *-keyword list*", *-collocates*" and *-concordance*". Extensive research with adjective collocations was completed to extract features of Brazilian tourism that are valued by foreign tourists.

**Keywords:** adjective combinations; conventionality; *Corpus Linguistics*; Functionalism; tourist texts.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capas dos guias de viagem sobre o Brasil.....	30
Figura 2 – Página digitalizada do <i>corpus</i> do Rio de Janeiro.....	32
Figura 3 – Página inicial da <i>OCRSpace</i> .....	33
Figura 4 – Conversão do arquivo .....	33
Figura 5 – Arquivo baixado em formato .txt pronto para limpeza.....	34
Figura 6 – Processo de coleta do <i>corpus</i> a partir do aplicativo <i>Kindle</i> .....	34
Figura 7 – Processo de coleta dos textos do <i>site</i> da prefeitura do Rio de Janeiro.....	36
Figura 8 – Processo de coleta do <i>corpus</i> português considerando os textos em língua inglesa.....	36
Figura 9 – Pasta com organização dos textos sobre a cidade de Florianópolis.....	37
Figura 10 – Tela inicial do <i>AntConc</i> .....	39
Figura 11 – Lista parcial das palavras dos <i>subcorpora</i> para inglês e português .....	40
Figura 12 – Lista parcial das palavras-chave dos <i>subcorpora</i> Rio de Janeiro para inglês e português.....	41
Figura 13 – Tela parcial da ferramenta <i>Concordance</i> que mostra a palavra de busca <i>dish*</i> centralizada e em destaque .....	41
Figura 14 – Tela parcial da ferramenta <i>Clusters/N-Grams</i> que mostra os <i>clusters</i> de extensão de quatro palavras de “ <i>located</i> ” e “ <i>localizado</i> ” .....	42
Figura 15 – Lista parcial e completa das colocações dos <i>subcorpora</i> inglês e português, respectivamente .....	43
Figura 16 – Lista parcial de palavras-chave do <i>subcorpus</i> Brazil.....	46
Figura 17 – Lista de <i>clusters</i> com extensão de duas palavras de <i>Brazil</i> , <i>Brazilian</i> e <i>Brazilians</i> .....	47
Figura 18 – Seleção de 20 linhas de concordância de <i>Brazil’s</i> .....	48
Figura 19 – Seleção de linhas de concordância de <i>Brazil has</i> .....	51
Figura 20 – Seleção de linhas de concordância de <i>Brazil is</i> .....	52
Figura 21 – <i>Clusters</i> de <i>Brazilians</i> .....	53
Figura 22 – <i>Clusters</i> de <i>Brazilian</i> .....	57
Figura 23 – Cataratas do Iguazu .....	125
Figura 24 – Masp, na Avenida Paulista, em São Paulo .....	126
Figura 25 – Bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro .....	127
Figura 26 – Bar .....	128
Figura 27 – Rua Oscar Freire, em São Paulo .....	130

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Composição do <i>corpus</i> em inglês	31
Tabela 2 – Composição do <i>corpus</i> em português	35
Tabela 3 – Categoria de agrupamento dos adjetivos	44
Tabela 4 – Adjetivos em inglês e português encontrados no <i>corpus</i> de Foz do Iguaçu	61
Tabela 5 – Adjetivos em inglês e português encontrados no <i>corpus</i> de Florianópolis	68
Tabela 6 – Adjetivos em inglês e português encontrados no <i>corpus</i> de São Paulo	78
Tabela 7 – Adjetivos em inglês e português encontrados no <i>corpus</i> da cidade do Rio de Janeiro	98

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

FLO	Florianópolis
IGU	Foz do Iguaçu
LC	Linguística de <i>Corpus</i>
RJ	Rio de Janeiro
SP	São Paulo

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>15</b>
2.1	CONVENCIONALIDADE .....	15
<b>2.1.1</b>	<b>A importância da convencionalidade para os falantes .....</b>	<b>16</b>
2.2	COLOCAÇÃO.....	17
2.3	ADJETIVOS .....	18
<b>2.3.1</b>	<b>Uma breve definição de adjetivo.....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.2</b>	<b>A ordem do adjetivo em português .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.3</b>	<b>A posição padrão do adjetivo atributivo em inglês.....</b>	<b>21</b>
2.4	A FUNÇÃO DO TEXTO EM UM GUIA DE TURISMO.....	22
2.5	OS TEXTOS TURÍSTICOS .....	24
2.6	O TURISMO INTERNACIONAL NO BRASIL E O PERFIL DO TURISTA.....	26
<b>3</b>	<b>LINGUÍSTICA DE <i>CORPUS</i> .....</b>	<b>28</b>
3.1	OS <i>CORPORA</i> DE ESTUDO E DE REFERÊNCIA.....	29
<b>3.1.1</b>	<b>Descrição e coleta dos <i>subcorpora</i> comparáveis.....</b>	<b>29</b>
3.1.1.1	O <i>subcorpus</i> em inglês.....	30
3.1.1.2	O <i>subcorpus</i> em português.....	35
3.2	ARMAZENAMENTO DOS TEXTOS .....	37
3.3	EXPLORAÇÃO DO <i>SUBCORPUS</i> EM INGLÊS E EM PORTUGUÊS.....	37
3.4	<i>CORPUS</i> DE REFERÊNCIA .....	38
<b>3.4.1</b>	<b><i>Corpora</i> de referência para os <i>subcorpora</i> de língua inglesa e portuguesa.....</b>	<b>38</b>
3.5	FERRAMENTA DE ANÁLISE LINGUÍSTICA.....	39
<b>3.5.1</b>	<b><i>AntConc</i>: ferramenta computacional de análise linguística.....</b>	<b>39</b>
3.5.1.1	Lista de palavras .....	39
3.5.1.2	Lista de palavras-chave.....	40
<b>3.5.1.3</b>	<b><i>Concordance</i>.....</b>	<b>41</b>
3.5.1.4	<i>Clusters/N-Grams</i> .....	42
3.5.1.5	Colocados.....	42
3.6	EXTRAÇÃO DAS COMBINAÇÕES ADJETIVAS PARA ANÁLISE .....	43
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DE <i>CLUSTERS</i> COM EXTENSÃO DE DUAS PALAVRAS .....</b>	<b>45</b>
4.1	O <i>BRAZIL LACK(C)LUSTERS</i> : A ANÁLISE DE <i>CLUSTERS</i> DE <i>BRAZIL</i> , <i>BRAZILIAN</i> E <i>BRAZILIANS</i> .....	45
<b>4.1.1</b>	<b><i>Brazil</i>.....</b>	<b>47</b>
4.1.1.1	<i>Brazil's</i> – o caso genitivo.....	47
4.1.1.1.1	<i>Brazil's</i> best .....	48
4.1.1.1.2	<i>Brazil's</i> most.....	49
4.1.1.1.3	<i>Brazil's</i> indigenous .....	49
4.1.1.1.4	<i>Brazil's</i> first .....	50
4.1.1.2	<i>Brazil</i> has .....	51
4.1.1.3	<i>Brazil</i> is .....	52
<b>4.1.2</b>	<b><i>Brazilians</i>.....</b>	<b>53</b>
4.1.2.1	<i>Brazilians</i> are.....	53
4.1.2.2	<i>Brazilians</i> are + advérbio.....	54

4.1.2.3	<i>Brazilians tend</i> .....	55
4.1.2.4	<i>Brazilians can</i> .....	56
4.1.2.5	<i>Brazilians love</i> .....	56
<b>4.1.3</b>	<b><i>Brazilian</i></b> .....	<b>57</b>
4.1.3.1	<i>Brazilian music</i> .....	57
4.1.3.2	<i>Brazilian cities</i> .....	58
4.1.3.3	<i>Brazilian and</i> .....	59
4.1.3.4	<i>Brazilian society</i> .....	59
4.1.3.5	<i>Brazilian culture</i> .....	60
4.2	COMBINAÇÕES ADJETIVAS DE FOZ DO IGUAÇU.....	61
<b>4.2.1</b>	<b>Análise da categoria arredores</b> .....	<b>61</b>
4.2.1.1	<i>Brazilian, Argentinian, national</i> e paraense, binacional, nacional .....	61
4.2.1.2	<i>Main, spectacular, largest, magestic</i> e turístico, atlântica, privilegiada.....	63
<b>4.2.2</b>	<b>Análise das categorias alimentos e cômodos</b> .....	<b>66</b>
4.3	COMBINAÇÕES ADJETIVAS DE FLORIANÓPOLIS .....	68
<b>4.3.1</b>	<b>Análise da categoria arredores</b> .....	<b>69</b>
4.3.1.1	Avaliação: <i>beautiful, pretty, calm, scenic, great, peaceful</i> e belo .....	69
4.3.1.2	Época: <i>colonial, historic, oldest</i> e colônia*, histórico, antigo e centenário.....	71
4.3.1.3	Descrição física: <i>small, colorful, sandy, rocky</i> e arquitetônicas, imponente, original .....	72
4.3.1.4	Outros: <i>surfing, fishing</i> e <i>gay</i> .....	74
<b>4.3.2</b>	<b>Análise da categoria alimentos</b> .....	<b>75</b>
4.3.2.1	Avaliação: <i>excellent</i> e <i>fantastic</i> .....	75
4.3.2.2	Outros: <i>Italian</i> e <i>fresh</i> .....	75
<b>4.3.3</b>	<b>Análise da categoria cômodos</b> .....	<b>76</b>
<b>4.3.4</b>	<b>Análise da categoria expressões artísticas e eventos</b> .....	<b>76</b>
4.3.4.1	Miscelânea: <i>artistic*</i> , nacionais e sacra .....	76
<b>4.3.5</b>	<b>Análise da categoria pessoas</b> .....	<b>77</b>
4.4	COMBINAÇÕES ADJETIVAS DE SÃO PAULO .....	78
<b>4.4.1</b>	<b>Análise da categoria arredores</b> .....	<b>80</b>
4.4.1.1	Âmbito: <i>international, municipal</i> e <i>public</i> .....	80
4.4.1.2	Descrição física: <i>colorful, biggest, pretty, beautiful</i> e <i>lively</i> .....	81
4.4.1.3	Estilo: <i>colonial, original, historic, neoclassical, urban</i> e histórico.....	82
4.4.1.4	Finalidade: <i>economic, industrial, residential</i> e turístico* .....	84
4.4.1.5	Outros: <i>important, great, famous, leafy</i> e principais, paulistan*, famoso e botânico .....	85
<b>4.4.2</b>	<b>Análise da categoria alimentos</b> .....	<b>88</b>
4.4.2.1	Tipo de prato: <i>classic, authentic, traditional</i> e clássicos e típicas.....	88
4.4.2.2	Avaliação e modo de servir: <i>excellent, cold</i> e <i>fresh</i> .....	90
4.4.2.3	Comércio: <i>traditional</i> e <i>trendy</i> .....	90
<b>4.4.3</b>	<b>Análise da categoria cômodos</b> .....	<b>91</b>
<b>4.4.4</b>	<b>Análise da categoria expressões artísticas e eventos</b> .....	<b>91</b>
4.4.4.1	Tipo de arte/evento: <i>Brazilian, popular, contemporary, cultural</i> e nacionais, musicais, antigas, culturais .....	91
4.4.4.2	Avaliação: <i>fascinating, finest</i> e <i>significant</i> .....	93
4.4.4.3	Descrição acervo e coleção: <i>permanent, temporary</i> e <i>extensive</i> .....	94
<b>4.4.5</b>	<b>Análise da categoria pessoas</b> .....	<b>94</b>
4.4.5.1	Gentílicos: <i>Italian, Paulista, Japanese, Portuguese, European</i> e <i>italian*</i> .....	95
4.4.5.2	Outros: <i>gay, indigenous, foreign</i> e <i>renowned</i> .....	96
4.5	COMBINAÇÕES ADJETIVAS DO RIO DE JANEIRO .....	98

<b>4.5.1</b>	<b>Análise da categoria <i>arredores</i></b> .....	<b>99</b>
4.5.1.1	Descrição física: <i>colorful</i> e <i>largest</i> .....	99
4.5.1.2	Estilo: <i>imperial, historic, restored, baroque, modern, urban</i> e colonial, histórico	100
4.5.1.3	Pontos turísticos: <i>famous, iconic</i> e famosa, turístico*	102
4.5.1.4	Apreciação: <i>beautiful, spectacular, magnificent, lovely, great, scenic</i> e belos, deslumbrante, privilegiada, maravilhosa .....	104
4.5.1.5	Outros: <i>tropical, lush, cultural, major, tranquil, bohemian</i> e tropical, botânico, portuária, ideal, carioca, charmosa.....	106
<b>4.5.2</b>	<b>Análise da categoria <i>alimentos</i></b> .....	<b>109</b>
4.5.2.1	Avaliação: <i>delicious, excellent, tasty, delectable</i> e deliciosos*	109
4.5.2.2	Tipo de comida: contemporânea, tradicional*, artesanal e especial .....	110
4.5.2.3	Descrição física: gelada, crocante e cremoso.....	111
4.5.2.4	Outros: <i>grilled</i> , frescos e naturais .....	112
<b>4.5.3</b>	<b>Análise da categoria <i>comércio</i></b> .....	<b>113</b>
4.5.3.1	Descrição física: <i>elegant, stylish, charming, outdoor</i> e elegante.....	113
4.5.3.2	Outros: <i>popular, lively</i> e agradável .....	114
<b>4.5.4</b>	<b>Análise da categoria <i>cômodos</i></b> .....	<b>115</b>
4.5.4.1	Tamanho: <i>small</i> e <i>spacious</i> .....	115
4.5.4.2	Outros: <i>attractive</i> e confortável* .....	116
<b>4.5.5</b>	<b>Análise da categoria <i>expressões artísticas e eventos</i></b> .....	<b>117</b>
4.5.5.1	Tipo de evento/arte: <i>free, international</i> e nacionais, artístico*.....	117
<b>4.5.6</b>	<b>Análise da categoria <i>pessoas</i></b> .....	<b>118</b>
4.5.6.1	Gentílicos: <i>Portuguese, Brazilian, European</i> e português.....	118
4.5.6.2	Outros: <i>indigenous</i> .....	119
<b>5</b>	<b>PROPOSTA DE TRADUÇÃO FUNCIONAL</b> .....	<b>121</b>
5.1	BREVE GUIA DE USO DE ADJETIVOS PARA TEXTOS TURÍSTICOS SOBRE O BRASIL .....	124
5.1.1	<i>Majestic</i> .....	125
5.1.2	<i>Iconic</i> .....	126
5.1.3	<i>Bohemian</i> .....	127
5.1.4	<i>Stylish</i> .....	128
5.1.5	<i>Leafy</i> .....	130
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>132</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>136</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Os materiais de turismo estão repletos de informações importantes sobre a história, a cultura e a identidade de um povo, de modo que os textos nessa área têm uma importante função econômica, contribuindo para a geração de lucro a partir da divulgação de destinos turísticos. Além disso, para operar eficientemente, o turismo vale-se da língua para propiciar o acesso às informações e para promover cidades. Por isso, o ramo tem exigido cada vez mais que seus profissionais desenvolvam a habilidade de se comunicar em outros idiomas, quer redigindo textos turísticos, quer traduzindo.

No tocante ao fenômeno da globalização, o turismo está cada vez mais presente na forma como as cidades se organizam. Por exemplo, hoje em dia, é bastante comum encontrarmos, em grandes centros urbanos que são destinos turísticos internacionais, informações em diversas línguas estrangeiras expostas em estações de metrô, rodoviárias, aeroportos, museus, parques, estádios de futebol, cardápios de restaurantes e até mesmo em hospitais. Por essa razão, é forte a presença da indústria do turismo na atual sociedade, o que gera a necessidade de produzir e traduzir esses materiais de forma apropriada. Além disso, os materiais de apoio ao turista não se encontram disponíveis somente em agências de viagem, brochuras, revistas de bordo, guias de viagem (MARQUEZE, 2018; NAVARRO, 2012), mas podem ser acessados em *sites* direcionados ao setor ou em redes sociais, facilitando o acesso a informações.

No que tange à língua e ao turismo, Williams e Chesterman (2002) ressaltam que os textos turísticos envolvem um alto grau de contato linguístico e transculturalidade. Os autores alertam para a falsa sensação de facilidade em produzir e traduzir esses materiais, que têm como uma de suas características a forte presença de aspectos culturais. Sobre essa a dificuldade, Wilkinson (2005 apud COSTA, 2006) afirma que:

[...] manter o estilo, manter as normas linguísticas e culturais alvos, e encontrar uma estratégia lógica e consistente para traduzir nomes de lugares, *resorts*, estabelecimentos, bem como para traduzir referências culturais são apenas algumas dificuldades que o tradutor enfrenta (COSTA, 2006, p. 34).

Assim, é evidente a necessidade de considerar tais obstáculos ao se redigir ou traduzir materiais turísticos e abordá-los de maneira que as informações sejam compreensíveis ao leitor. Em relação a isso, deve-se ter em mente que o público-alvo é formado por visitantes temporários, que adentram uma sociedade, e que a língua e a forma como os pontos turísticos, itinerários, hospedagens, restaurantes etc. são descritos terão impacto na escolha do futuro destino a ser visitado (COHEN, 1986).



Com o intuito de auxiliar e atender às demandas de produção e tradução de textos turísticos sobre as quatro cidades mais visitadas por estrangeiros no Brasil, a saber: Rio de Janeiro (RJ), seguida por Florianópolis (SC), Foz do Iguaçu (PR) e São Paulo (SP) (BRASIL, 2019), nossas perguntas de pesquisa são:

- a) Considerando que os materiais são pertencentes a sistemas culturais diversos, quais são e o que revelam as principais diferenças nas combinações adjetivas em português e em inglês?
- b) Como essas diferenças podem ajudar na redação de textos e em traduções em língua inglesa que salientem o que seja mais relevante para o turista estrangeiro?

Nossa pesquisa tem como objetivos gerais:

- a) Analisar os *corpora* de turismo, utilizando a Linguística de *Corpus* (doravante LC);
- b) Compreender como as cidades turísticas escolhidas são descritas em materiais de turismo em inglês e em português.

Nossa pesquisa tem como objetivos específicos:

- a) Propor a tradução de um texto turístico com base na Teoria Funcionalista de Nord (1997), lançando mão de combinações adjetivas fornecidas pelo nosso *corpus*.
- b) Elaborar um modelo de um pequeno guia de uso dos adjetivos que apresentaram emprego(s) específico(s) em nosso *corpus*.

Ademais, este estudo propõe analisar as colocações adjetivas mais frequentes e convencionais obtidas a partir de nosso *corpus* e contrastar as diferenças entre as colocações adjetivas em inglês e português. Portanto, este trabalho se apresenta como uma referência potencial de suporte para a elaboração de textos e/ou tradução por redatores/tradutores que busquem utilizar colocações adjetivas mais convencionais em textos turísticos em língua inglesa e portuguesa.

De acordo com o exposto acima, utilizamos textos oficiais produzidos em língua portuguesa por órgãos governamentais e extraídos de seus respectivos *sites*; o *corpus* de português apresenta ao todo 118.910 palavras. Os guias de viagem produzidos em inglês sobre as cidades brasileiras mais visitadas por estrangeiros são constituídos por textos produzidos por três guias sobre o Brasil: *Lonely Planet*, intitulado *Brazil*, lançado em junho de 2019; *Insight Guides*, denominado *Brazil* e publicado em agosto de 2020; e *DK Eyewitness*, com o mesmo título e lançado em agosto de 2020, totalizando 116.303 palavras.

É importante destacar a atualidade do nosso *corpus*, capaz de apresentar uma descrição corrente do Brasil a partir do ponto de vista do estrangeiro e das esferas governamentais.

Com relação ao objeto desta pesquisa, pode-se afirmar que o estudo de textos turísticos é importante para o campo científico, pois, a partir deles, é possível identificar a função dos textos, como também o papel do leitor (nesse caso, estrangeiros que visitam o Brasil e brasileiros que viajam domesticamente) no processo de produção dos materiais. Neste estudo, a análise dos dados não engloba apenas dois códigos linguísticos, mas, além disso, outros aspectos que permeiam o processo até a publicação final do texto – aspectos culturais, mercadológicos, de interesse do público-alvo, pressuposições, entre outros. Além disso, entende-se como importante compreender como e quais combinações adjetivas foram utilizadas em língua inglesa e portuguesa em materiais de turismo sobre o Brasil, pois isso permite a produção e tradução de textos turísticos mais claros para ambos os espectros que são capazes de atrair turistas.

Esta pesquisa foi segmentada em seis partes. O segundo capítulo concerne à fundamentação teórica de nosso trabalho, em que discutimos e apresentamos as teorias que ancoram nosso estudo e que são fundamentais para a execução da análise de nossos dados. Nele, apresentamos considerações acerca da convencionalidade, colocações, adjetivos e funcionalismo.

O terceiro capítulo contém a metodologia adotada para a nossa pesquisa, discorrendo sobre a LC, os *corpora* de referência e estudo, a descrição e coleta dos *subcorpora* comparáveis, o armazenamento dos textos, a exploração dos *corpora*, a ferramenta de análise linguística e suas aplicações.

No quarto capítulo, apresentamos, primeiro, os resultados dos *clusters* obtidos a partir de *Brazil*, *Brazilians* e *Brazilian* gerados a partir do nosso *corpus* de textos introdutórios sobre o Brasil. Em seguida, apresentamos as colocações adjetivas mais frequentes separadas por categorias em língua inglesa e língua portuguesa. Por fim, discutimos o contraste das colocações adjetivas em inglês e português.

No quinto capítulo, temos a proposta de uma tradução funcionalista de um texto turístico, utilizando as ideias de Nord (1997) e as combinações adjetivas geradas por nosso *corpus*. Além disso, apresentamos a amostra de guia de uso de adjetivos encontrados em nosso *corpus*.

Por último, encontram-se nossas considerações finais. Há, nelas, uma síntese das ideias apresentadas ao longo do trabalho.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, pretendemos expor considerações sobre as teorias que subjazem este trabalho. Para isso, o capítulo está subdividido em seis seções que discutem a convencionalidade linguística (2.1), as colocações (2.2), os adjetivos (2.3), a teoria funcionalista (2.4), os textos turísticos (2.5) e as características do turismo internacional brasileiro (2.6).

### 2.1 CONVENCIONALIDADE

De acordo com o dicionário Aulete Digital, “convenção” significa “qualidade, caráter ou estado do que é convencional”. Sobre isso, Clark (2007) explica que o comportamento das pessoas é bastante previsível, pois nós seguimos convenções, isto é, acordos que valem para determinado grupo sobre como agir. Além do mais, vários comportamentos são reflexo de convenções que podem ter natureza explícita ou não e que podem ser aplicadas de diversas maneiras. Um exemplo prático de uma convenção é o assento do motorista localizado à direita no automóvel na Inglaterra, por exemplo; no Brasil, o assento fica à esquerda.

A convencionalidade abrange tudo que é convencional, ou seja, aquilo que está consolidado pelo uso ou pela prática (TAGNIN, 2013). A autora explica que em nossa sociedade temos a convenção social, que resulta em práticas ou costumes aceitos pelos sujeitos de uma comunidade. Podemos ilustrar isso quando distribuimos doces ou cumprimentamos pessoas com um “*Happy Halloween*”. Além disso, Tagnin (2013) destaca que essa mesma lógica é aplicada à língua tanto em nível social, isto é, saber quando dizer algo, quanto em nível linguístico, ou seja, saber como se expressar naquele contexto. Tais convenções formam um conjunto de normas que é seguido por toda aquela comunidade linguística sobre como usar a língua (CLARK, 2007). As convenções linguísticas estipuladas englobam o vocabulário, quais palavras usar para expressar determinada coisa; as construções linguísticas, formas sintáticas para transmitir significados; a pronúncia, forma como as pessoas daquele grupo articulam as palavras; e o uso geral padrão de formas linguísticas para uma série de significados acordados, que caracterizam e identificam os falantes de determinado grupo linguístico (CLARK, 2007).

Acerca do uso geral padrão de formas linguísticas, Tagnin (2013) reitera que existem expressões convencionais que estão fortemente atreladas a um fator social (nível pragmático) e outras em que o que as torna convencionais é a estrutura. No caso do exemplo anterior,

–*Happy Halloween*” é uma expressão convencional social, pois ela está estreitamente ligada à celebração de uma data comemorativa. No entanto, quando temos uma expressão como –*nuts and bolts*”, ela é convencional devido à forma. Isso significa que se convencionou usar essas duas palavras – e não outras – unidas pela conjunção –*and*”, e que essa seria a ordem aceita (nível sintático) – e não –*bolts and nuts*”. Quando o princípio da convencionalidade é violado diversas vezes durante uma mesma conversa, o ouvinte, além de tentar entender o significado das palavras, precisa descobrir qual a razão (caso haja) da escolha linguística não convencional, o que pode dificultar a comunicação, pois faz com que o ouvinte tenha que recorrer à imaginação frequentemente, tornando a conversação laboriosa (TAGNIN, 2013; LEHRER, 1990). Assim, ainda que o interlocutor não tenha a intenção de insinuar algo, ao violar o princípio da convencionalidade, a enunciação causará estranheza ao ouvinte (LEHRER, 1990).

Tagnin (2013) ainda explica que, quando a convenção passa para nível de significado (nível semântico), entramos no campo da idiomatidade. A autora elucida que, quando uma expressão é idiomática, o seu sentido não é óbvio, ou seja, –quando o significado da expressão completa não corresponde à somatória do significado de cada um de seus elementos” (TAGNIN, 2013, p. 8). Assim, a expressão –*to beat the pants off someone*” não significa surrar alguém até tirar-lhe as calças, mas derrotar um oponente.

Com isso, a autora destaca que as expressões idiomáticas são convencionais, mas nem toda expressão convencional é idiomática. No caso da expressão –*Happy Halloween*”, ela é convencional, mas não idiomática, uma vez que o seu sentido pode ser inferido facilmente. Já a expressão –*nuts and bolts*” (*When it comes to the nuts and bolts of running a business, he was clearly unable to cope.* [Quando se trata dos aspectos práticos de gerenciar um negócio, ele claramente é incapaz de fazê-lo.]) é convencional e idiomática, pois o significado (*nuts and bolts* = aspectos práticos) não pode ser alcançado apenas a partir da análise dos elementos que a constituem.

### **2.1.1 A importância da convencionalidade para os falantes**

É importante que os falantes se conscientizem das diversas facetas da convencionalidade para que não sejam –falantes ingênuos” e para que se comuniquem com mais fluidez, facilidade e eficiência (PAWLEY; SYNDER, 1983 apud TAGNIN, 2013), indicando, assim, que pertencem a determinada comunidade linguística e dominam suas convenções. Assim, à medida que o falante for adquirindo as unidades linguísticas

convencionais e aprendendo como usá-las com os outros falantes, haverá um melhor desempenho na comunicação.

## 2.2 COLOCAÇÃO

Nesta seção, discorreremos acerca de colocações. Entretanto, é importante destacar que, ao longo da pesquisa, as coocorrências de adjetivos + substantivos serão denominadas de **combinações**. A ênfase de nossa pesquisa está em estudar o arranjo de adjetivos e substantivos de forma mais ampla, sem levar em consideração as recorrências, frequências ou fixidez dessas combinações. Frisamos, no entanto, que, por vezes, ocorrerão colocações, mas, a fim de evitar ter de sempre distinguir uma combinação de uma colocação, adotaremos o termo **combinação**.

Uma das unidades mais frequentes na língua é a colocação. Hill (2000) afirma que é estimado que as colocações constituam cerca de 70% do que falamos, ouvimos, escrevemos e lemos. De maneira semelhante, a partir do *London-Lund Corpus of Spoken English* (LLC) e o *Lancaster-Oslo Bergen* (LOB), Erman e Warren (2000) descobriram que 58,6% do discurso oral e 52,3% do discurso escrito são constituídos de combinações de várias palavras.

A colocação “é um fenômeno linguístico universal, o que implica que toda língua natural apresenta colocações” (NESHKOVSKA, 2019). O termo “colocação” tem origem na língua latina e deriva da palavra “*collocare*” (SAUDIN, 2015; MAHVELATI; MUKUNDAN, 2012), que significa colocar em ordem ou organizar. Firth (1957) define colocação como uma combinação de palavras que se associam umas às outras. É, portanto, “uma relação lexical de coocorrência que une palavras em vários graus de força de atração”. Em língua inglesa, Firth (1957) exemplifica isso com a palavra “*night*” (noite), que se coloca frequentemente com “*dark*” (escura) e explica que o sentido da primeira é elucidado pela segunda, ou seja, do colocado “*dark*”.

Lewis (1997) define colocação como um fenômeno prontamente observável por meio do qual certas palavras coocorrem em textos naturais com maior frequência do que aleatoriamente, sendo essa combinação explicada apenas pela convenção linguística.

Sobre a estrutura da colocação, Sinclair (1966) ressalta que ela é formada por um “nóculo” (*node* ou *node-word*), que corresponde ao termo cuja colocação está sendo investigada. Com ferramentas computacionais, pode-se identificar seus colocados, ou seja, as palavras com que coocorrem, por exemplo, “restaurante” apresenta, como um de seus colocados, a palavra “harmoso”, formando a colocação “harmoso restaurante”.

Sobre as colocações, Xiao (2015) ressalta que as descobertas colocacionais ajudam a descrever melhor as línguas, enriquecem a forma como ensinamos idiomas, como traduzimos e auxiliam no processamento de línguas naturais. O autor enfatiza que a Linguística de *Corpus* permitiu realizar a análise de colocações em larga escala e as colocou em primeiro plano dentro dos estudos linguísticos. Ao mesmo tempo, nas últimas décadas, as pesquisas envolvendo colocações e baseadas em *corpus* desvendaram uma enorme variedade de comportamentos colocacionais interessantes e de prosódia semântica que não eram acessíveis apenas pela intuição, mas que só foram revelados, através da análise de uma grande quantidade de dados, por meio de ferramentas computacionais. Bennet (2010) ressalta que uma das vantagens de se estudar as colocações é que elas podem nos tornar mais conscientes acerca do uso da língua, além de nos ajudar a utilizar construções linguísticas de forma mais eficiente melhorando, inclusive, a forma como comunicamos e compreendemos os outros.

Em relação à tipologia das colocações, Tagnin (2005) pontua que elas podem ser de quatro tipos, a saber:

- (1) **Colocações nominais**, que correspondem à colocação de dois substantivos ligados ou não por uma preposição como em: **beira-mar, sofá-cama, passeio de barco, albergue da juventude.**
- (2) **Colocações adjetivas**, que são combinações de substantivos e adjetivos: **ponto turístico, voo doméstico, viagem internacional, famosa catedral, charmoso café.**
- (3) **Colocações verbais**, que podem ser formadas por combinações de verbos mais substantivos, adjetivos ou advérbios: **fazer uma viagem, reservar um quarto; avião decola, navio atraca; viajar sozinho, viajar sentado.**
- (4) **Colocações adverbiais**, que podem ser colocações de advérbios com adjetivos ou de verbos com advérbios, **previamente agendadas; comer bem.**

Em nossa pesquisa, investigamos apenas as **combinações adjetivas**, com a finalidade de verificar quais e como os elementos do campo do turismo são destacados em nossos *corpora*, focando, principalmente, nos adjetivos usados para convencer o leitor-turista a visitar os destinos aqui destacados.

### 2.3 ADJETIVOS

Nesta seção, discorreremos sobre os adjetivos em língua portuguesa e inglesa, apresentando seus comportamentos e usos através de exemplos extraídos do nosso *corpus*, quando oportuno.

### 2.3.1 Uma breve definição de adjetivo

Para Bechara (2009), o adjetivo –é a classe de lexema que se caracteriza por constituir a delimitação, isto é, por caracterizar as possibilidades designativas do substantivo, orientando delimitativamente a referência a uma parte ou aspecto do denotado”. Os adjetivos podem indicar (1) um defeito ou qualidade, (2) o modo de ser, (3) a aparência e o aspecto, (4) o estado ou ainda (5) definir relações de espaço, (6) de tempo, (7) de procedência, entre outras (CUNHA; CINTRA, 2008). Abaixo apresentamos exemplos de cada uma dessas categorias:

(1) O passeio até à Ilha é realizado com a escuna Nogueira da Gama e dura cerca de 10 minutos, em caso de **mau tempo** o trajeto é feito de van. (defeito ou qualidade).<sup>1</sup>

(2) As mais procuradas pelos surfistas são Morro das Pedras, Armação (canto norte), Matadeiro e Lagoinha do Leste, essa última de **difícil acesso**. (modo de ser).

(3) Como acompanhamentos, sugestões como arroz de costela com açafraão, feijão tropeiro, cebola palha, **farofa crocante** de panko com amêndoas, arroz à piemontese. (aparência ou aspecto).

(4) Das suas **águas calmas** saem peixes, camarões, lulas e mexilhões, que vão direto para as cozinhas dos restaurantes à beira-mar. (estado).

(5) O Restaurante Tropical está aberto para o almoço e jantar, com pratos da **cozinha regional** e internacional, e serve também um buffet de café da manhã variado com frutas fresca, bolos e doces. (relação de espaço).

(6) Considerado um dos verdadeiros redutos do samba carioca, oferece **programação semanal** com tradicionais rodas de samba, choro, jongo e maracatu. (relação de tempo).

(7) Tem barracas de alimentação de comidas orientais, pastéis, **comida italiana**, lanches naturais e doces. (relação de procedência).

### 2.3.2 A ordem do adjetivo em português

Considerando que em inglês a estrutura do adjetivo segue um padrão rigoroso (tamanho, idade, forma, cor, origem, material, e finalidade ou propósito) (SWAN, 2005), percebe-se, diferentemente, que na língua portuguesa não há padrão similar (SOUZA, 2015). É possível dizer: (a) –o livro velho, azul, de capa dura foi vendido”; (b) –o livro azul, velho, de capa dura foi vendido”; ou (c) –o velho livro azul, de capa dura foi vendido”. Observa-se, entretanto, que apesar de o adjetivo não ter uma posição estabelecida na frase, isso não implica que não haja uma mudança semântica.

---

<sup>1</sup> Para fins de sistematização desta pesquisa, todos os exemplos foram numerados e recuados em relação ao restante do texto, independentemente de sua extensão. As traduções de todos os exemplos em inglês são de nossa autoria.

Sobre isso, Bechara (2009) diz que “sendo a ordem direta um padrão sintático, a ordem inversa, com o afastamento da norma, pode adquirir valor estilístico. E realmente se lança mão da ordem inversa para enfatizar esse ou aquele termo oracional.” Além disso, o autor ainda complementa dizendo que quando se busca “chamar a atenção do nosso ouvinte, quebra-se a norma sintática e consegue-se o efeito estilístico desejado”.

De forma similar, os autores Cunha e Cintra (2008, p. 20) afirmam: “os adjetivos colocam-se normalmente depois do substantivo [...]”, todavia, podem vir, também, antepostos ao substantivo quando são superlativos relativos ou quando apresentam um sentido especial, como se observa, respectivamente, a seguir.

(8) Mas queríamos levar o **melhor gelato** a muito mais gente.

(9) Uma sala no Palácio guarda os restos mortais do **grande poeta** catarinense João da Cruz e Sousa, principal nome do Simbolismo brasileiro, que nasceu na antiga Desterro em 1861.

Da mesma forma como é possível alterar a estrutura básica original de frases em português (sujeito – verbo – objeto), a mudança de posição do adjetivo também pode ocorrer e, por conseguinte, isso causará efeitos diferentes no nome caracterizado (SOUZA, 2015). Portanto, quando o adjetivo é antecipado ao nome com o qual se relaciona, exprime um caráter de ênfase, como se nota na passagem a seguir (GARCIA, 2010; SOUZA, 2015).

(10) Nessa trilha é possível ver o Salto Macuco, uma cachoeira de cerca de 20 metros que brota de rocas milenares, um **verdadeiro espetáculo**.

Sendo assim, quando o qualificador é anteposto ao termo referencial, o adjetivo enaltece sua informação (SOUZA, 2015). Analisando o exemplo (9) acima, extraído de nosso *corpus*, entende-se que “grande” passa a ter um sentido mais subjetivo e que valoriza o poeta.

De acordo com Garcia (2010), a língua portuguesa apresenta quatro tipos adjetivos que geralmente ocorrem antepostos, são eles:

Os ordinais e hierárquicos:

(11) Com destaques nacionais e internacionais da cena do jazz a cada mês, o *Blue Note* Rio contará também com uma banda residente e uma lista de grandes nomes agendados para o **segundo semestre** no ano.

Os possessivos:

(12) Os clientes podem escolher entre uma gama de 30 sabores, com destaque para o brigadeiro, criado especialmente para o **nosso país**, e o clássico doce de leite.

Os anafóricos:



(13) Sua arquitetura se destaca por integrar os espaços: o teto é a **própria arquibancada**, uma passarela liga os lados leste e oeste do prédio e permite uma bela visão da Praça Charles Miller.

Adjetivos que expressam restrição ou seleção:

(14) A **única forma** de identificar o local é a pequena porta iluminada pelo letreiro que leva o nome e o logo do lugar.

Cunha e Cintra (2009) asseguram que, seja para a precisão ou expressividade do enunciado, o adjetivo impõe-se como termo imprescindível, mas requer do usuário cuidados especiais, sobretudo “bom senso e bom gosto”. Em vista disso, os adjetivos são utilizados para configurar objetos e seres conforme se deseja, procurando sempre a cautela e ponderação para expressar de fato a real intenção (SOUZA, 2015).

### 2.3.3 A posição padrão do adjetivo atributivo em inglês

Os adjetivos podem ter função atributiva ou predicativa. A seguir, discorreremos acerca da posição atributiva, que dá uma qualidade ou característica a alguma coisa, e é a função mais comum entre um determinante e um substantivo em língua inglesa (HOBİ, 2011).

Nosso *corpus* apresenta diversas ocorrências de adjetivos atributivos, como, por exemplo, “*attractive*”, “*charming*”, “*distinctive*” e “*old*”.

(15) *There are many desperately poor people in Brazil, and unwitting foreign tourists make attractive targets for both pickpockets and purse-snatchers.* (O Brasil tem muitas pessoas desesperadamente pobres e os turistas estrangeiros mais desligados são alvos fáceis para os batedores de carteira e ladrões de bolsas.).

(16) *This charming cafe, which arrived in Ipanema in 2018, was an instant hit [...].* (Este charmoso café, inaugurado em Ipanema em 2018, foi um sucesso instantâneo [...]).

(17) *Between July and November, the Garopaba and Praia do Rosa region takes on a distinctive role.* (Em julho e novembro, a Praia de Garopaba e Praia do Rosa assumem um papel diferenciado.).

(18) *At the heart of old downtown São Paulo, the striking Cathedral Metropolitana (also known as Cathedral da Sé) watches over the large pebbled Praça da Sé [...].* (No coração do centro antigo de São Paulo, a marcante Cathedral Metropolitana (também chamada de Cathedral da Sé) vigia a grande Praça da Sé com piso de pedras.).

A posição normal do adjetivo na função atributiva no inglês moderno é anteposta ao substantivo qualificado (CELCE-MURCIA; LARSEN-FREEMAN, 1999; SWAN, 2005; HOBİ, 2011; LOWICK-RUSSEL, 2017), mas isso não significa que o adjetivo não possa ser posicionado em posição predicativa. No entanto, Chalker (1984) nota que nem todo adjetivo

pode ser atributivo e predicativo concomitantemente. Destacamos que na função predicativa não ocorre formação de combinação adjetiva, portanto, não serão aqui abordados.

Frisamos ainda que os adjetivos em língua inglesa não concordam em número e gênero com o substantivo, como ocorre em português, e uma mudança de posição do adjetivo pode resultar em mudança de significado (SWAN, 2005; HOBI, 2011), assim como em português.

#### 2.4 A FUNÇÃO DO TEXTO EM UM GUIA DE TURISMO

Os materiais de turismo em circulação na atualidade visam, em sua grande maioria, a divulgar a cultura do local promovido, com o objetivo de gerar lucro. Apesar da importância econômica desse meio, torna-se contraditória a negligência dada aos estudos que relacionam textos turísticos em geral (COSTA, 2006).

Ao deparar com particularidades do texto turístico, o tradutor ou redator tem a função de trazer, da forma mais clara possível ao leitor – muitas vezes um estrangeiro –, informações pertinentes a respeito do local-destino, e é aí que se encontra, por diversas vezes, o problema. Conforme Costa (2006), os textos muitas vezes são produzidos para o público local e, posteriormente, servem de base para a versão em língua estrangeira. A questão é que, frequentemente, o material não é adequado para esse leitor, devido ao conhecimento que não está equiparado à percepção de mundo desse sujeito (COSTA, 2006). Um exemplo disso foi constatado no estudo de Sulaiman (2013), conforme mencionado acima, que destaca o uso do adjetivo “paradisiaco” em textos destinados à cultura malaia, que não geraram a mesma recepção do original na cultura-alvo, devido justamente à forma como essa cultura percebe o paraíso, que está intrinsecamente ligado à ideia de pós-vida. Por isso, muitas vezes, alguns materiais não atendem às reais necessidades de informar o leitor sobre importantes aspectos do destino.

A partir de sua teoria Funcionalista da Tradução, Nord (1997) afirma que o texto-fonte não necessariamente terá a mesma função do texto-alvo. Assim, o produto final terá características próprias que divergirão do texto-fonte para cumprir a função de suprir as necessidades do leitor. Dessa forma, no caso dos materiais traduzidos para o malaio, por exemplo, esses deveriam conter uma descrição do local que atendessem às expectativas dos turistas orientais e que se afastassem completamente da noção ocidental de paraíso. Ou seja, o texto apresentaria outra forma de atingir a mesma função para atender à demanda daquele público-alvo, afastando-se dos aspectos semânticos do texto-fonte.

Ademais, Nord (1997) afirma que o redator ou tradutor deve produzir um texto que seja ao menos relevante para a cultura-alvo e que o mesmo leve em conta suposições, expectativas, conhecimento prévio, dentre outros fatores, para orientar a tarefa tradutória. Segundo a autora, o leitor deve conseguir ler e entender o texto de forma fluida, e ele deve fazer sentido em uma situação comunicativa na cultura-alvo. Portanto, de acordo com Nord (1997), o receptor é o fator decisivo na determinação da função do texto-alvo.

Como já esperado, a teoria funcionalista da tradução recebeu algumas críticas, dentre elas, a de que não há distinção entre tradução e adaptação ou que essas são consideradas não-traduções (KOLLER, 1995). Ou que há o destronamento do texto fonte em detrimento ao texto alvo, corrompendo, assim, o significado intrínseco da tradução (NEWMARK, 1991). Isso pode ser explicado pelo fato de que os funcionalistas reconhecem que o processo tradutório envolve mais que duas línguas e requer que fatores extralinguísticos e extratextuais sejam levados em conta durante o ato tradutório. Além dessas, Pym (1996) critica o fato de que os funcionalistas produzem tradutores mercenários capazes de traduzir por qualquer propósito.

Entretanto, Nord (1991) rebate as críticas afirmando que o funcionalismo percebe a tradução a partir de uma ótica mais abrangente e apresenta o conceito de lealdade que restringe a liberdade do tradutor, pois esse deve ser leal ao autor do texto fonte e a todos os envolvidos no ato tradutório. Isto é, para a autora, a lealdade faz referência à responsabilidade do tradutor como um mediador entre duas culturas em relação àqueles envolvidos (autor do texto fonte, cliente/encomendador da tradução e público-alvo) e às intenções e às expectativas de todos os envolvidos naquela interação comunicativa. Ademais, conforme Oyaly (2015), Nord propõe uma análise minuciosa do texto fonte antes de iniciar a tradução para melhor entender aspectos culturais do texto fonte e alvo para então produzir uma tradução com alto nível de coerência entre o texto fonte e alvo.

A tradução dos materiais turísticos ajuda o leitor a se situar em uma terra estrangeira, facilitando a sua estada e o entendimento de como funciona aquela cidade, aquele povo e aquela cultura. Isso é extremamente importante, pois, muitas vezes, os visitantes não dominam a língua oficial do lugar visitado e um texto traduzido para uma língua mais conhecida por diversas nacionalidades fará com que o indivíduo tenha alguma noção sobre o ambiente que o rodeia, facilitando, assim, sua passagem no local-destino. Dessa forma, é possível, inclusive, evitar que turistas acabem ofendendo determinado povo por falta de conhecimento cultural de uma sociedade ou oferecer uma descrição inadequada de um ponto turístico.

Costa (2006) destaca a importância da realização de um texto que represente adequadamente esse tipo de material, pois é através dele que a imagem do Brasil é divulgada no exterior. Um texto que não leve em conta aspectos funcionais pode acabar causando uma impressão de descaso e amadorismo. Ademais, a autora apresenta algumas sugestões que podem ajudar a contornar as dificuldades enfrentadas ao produzir esse tipo de texto, como: conscientização dos redatores e tradutores em formação sobre suas responsabilidades como mediadores culturais através de disciplinas voltadas a essa temática; controle de qualidade e revisão dos textos por profissionais fluentes nas línguas e especializados na área de divulgação das culturas envolvidas, entre outros. Dessa forma, observa-se que o processo de tradução vai além da tradução de palavras e termos apenas e que o fator cultural é um importante fator para trazer o turista para mais perto da realidade local visitada.

## 2.5 OS TEXTOS TURÍSTICOS

Atualmente, em um mundo onde a mobilidade está cada vez mais dinâmica, o turismo é amplamente conhecido como uma engrenagem socioeconômica para muitas economias. De acordo com Sulaiman (2016), os textos turísticos são um dos tipos de materiais mais traduzidos no mundo na atualidade e uma explicação para isso é o fato de que vários países vêm investindo no *marketing* e na promoção dessa indústria, visando a atrair o máximo de público consumidor para girar suas economias. Considerando a força indiscutível do setor, a linguagem – verbal ou não-verbal – é o agente mais poderoso usado para persuadir turistas em potencial e convertê-los em turistas de fato. A interação entre língua e cultura no âmbito do contexto de promoção do turismo foi observada por Dann (1996, p. 2):

A linguagem do turismo tenta persuadir, cativar, atrair e seduzir milhões de pessoas e, ao fazer isso, convertem clientes em potencial em clientes de fato. Ao abordá-los levando em conta suas necessidades e motivações culturalmente fundamentadas, espera-se arrancá-los da poltrona direto para o avião – convertendo-os em turistas<sup>2</sup>. (tradução nossa).

No tocante à produção de materiais de promoção de turismo, essa atividade tem um importante papel, visto que é uma das formas mais eficientes de comunicação para convencer o público doméstico e/ou estrangeiro a visitar determinado destino. Mesmo assim, às vezes, os materiais de turismo não atendem as expectativas dos turistas, por não atentarem às demandas e expectativas estrangeiras (COSTA, 2006), como apontado por Chiu (2009) sobre

---

<sup>2</sup> *The language of tourism attempts to persuade, lure, woo and seduce millions of human beings, and in so doing, convert them from potential into actual clients. By addressing them in terms of their culturally predicated needs and motivations it hopes to push them out of the armchair and onto the plane – to turn them into tourists.*

a descrição de um destino “paradisiaco” para turistas chineses e a relação estabelecida por esse povo com o sentido da palavra que está fortemente ligada ao pós-vida. Além do mais, Havumetsä (2012) destaca que essa é uma área ainda pouco estudada. Contudo, apesar disso, no Brasil, nos últimos anos, notamos um crescimento tímido de estudos envolvendo pesquisas linguísticas e turismo (COSTA, 2006; MARTINS, 2008; FUCHS, 2018, 2018; ARNOLD, 2017; SIMÃO, 2018; MARQUEZE, 2018), que ajudam a expandir a consciência da importância das convenções linguísticas para o setor.

Como já apontado previamente em algumas pesquisas (SNELL-HORNBY, 1999; SUMBERG, 2004; CAPELLI, 2008; ZHANG, 2012), o principal problema nas produções e traduções de textos de turismo encontra-se na inadequação do ponto de vista da função desses materiais para o público estrangeiro, resultando em textos de baixa qualidade devido à forma como são elaborados para a língua-alvo. Conforme Sulaiman (2016), a abordagem linguística adotada, ao invés de funcional, torna-se a grande culpada disso, resultando em uma equivalência semântica e não perlocucionária dos textos traduzidos, ou seja, numa tradução que não tem o mesmo efeito persuasivo sobre o leitor. Isso acaba indo de encontro ao que a literatura do turismo sugere, que é tornar o turista em potencial em um turista propriamente dito. Portanto, ao produzir ou traduzir textos turísticos, deve-se primar pela função textual em detrimento da fidelidade. Para isso, o redator ou tradutor – bem como o contratante da tradução –, devem estar atentos às expectativas do público-alvo, às suas preferências, às diferenças culturais e de valores e perceber que será necessário lançar mão de diferentes temas e estratégias de persuasão, a fim de atingir um efeito desejado.

Um exemplo de tradução semântica inadequada em materiais de turismo é abordado por Sulaiman (2013). O autor analisa a tradução de *sites* de turismo da Austrália, em língua inglesa, para o idioma malaio. O discurso do material destaca um destino paradisiaco, objetivando criar uma imagem atrativa por meio de uma linguagem apelativa – característica bastante recorrente em textos de turismo (REISS, 1971) – de locais naturais pouco explorados pela humanidade. No entanto, essa descrição paradisiaca funciona bem na cultura anglófona, mas tem um efeito muito menos eficaz na cultura malaia, ou até mesmo árabe, pois a aceção de paraíso deles está estritamente ligada ao pós-vida. Semelhantemente, em um estudo realizado por Chiu (2009), é analisado o discurso de uma campanha de turismo na Tasmânia de 2008, que investiga a questão do paradisiaco em um material turístico. Os resultados apontam que existe uma diferença na aceção de paraíso entre a cultura ocidental e oriental, o que chegou a causar frustração em turistas chineses que visitaram a Tasmânia.

As questões descritas acima evidenciam a necessidade de maior atenção aos textos de turismo, não só por parte do redator ou tradutor, mas também pela parte que contrata o serviço.

É preciso salientar a importância da adequação desses materiais para a qualidade do produto final, pois, caso seja realizada inadequadamente, ela terá uma recepção completamente diferente da pretendida, tendo sido dada prioridade a um texto que privilegia os aspectos linguísticos e semânticos, negligenciando sua função e o público-alvo. Isso indica descuido com esses materiais, que podem, inclusive, ser interpretados como ofensivos para algumas culturas, além de poder trazer consequências econômicas significativas para o crescimento do setor.

Acima, apresentamos algumas ideias sobre a tradução e a redação de textos turísticos que levam em conta principalmente a função do material e o público-alvo para alcançar seu objetivo. Os autores citados, em sua maioria, reforçam a necessidade de uma tradução pensada no público-alvo e mais afastada da literalidade. É importante destacar a relevância da qualidade desses materiais, pois eles são responsáveis por projetar a imagem de determinado destino mundo afora, e uma tradução inadequada ou um texto que não leve em conta a cultura-alvo podem passar uma imagem amadora para o leitor e pouco eficaz para atrair turistas para a economia.

## 2.6 O TURISMO INTERNACIONAL NO BRASIL E O PERFIL DO TURISTA

O *site* do Ministério do Turismo é o órgão responsável pelo turismo nacional e internacional brasileiro e está incumbido de divulgar informações sobre o setor anualmente, tanto para especialistas, como para o público em geral. A última atualização dos dados sobre o turismo internacional brasileiro data de junho de 2019 e apresenta os dados referentes ao ano de 2018 acerca da entrada de turistas estrangeiros no País. O documento intitulado “Boletim Informativo do Turismo Receptivo Brasileiro” aborda as principais informações sobre o turismo internacional brasileiro e o perfil de turistas estrangeiros. O referido documento se propõe a apresentar as informações de forma clara e amigável para melhor disseminar esses dados. Para isso, o boletim apresenta de maneira bastante abreviada (o documento tem um total de sete páginas) informações sobre o turismo internacional no Brasil, a partir de uma variedade de gráficos e ilustrações que buscam evidenciar aspectos da viagem como: gastos, motivação, permanência média e avaliação positiva etc.

Conforme o boletim, o principal motivo da viagem dos turistas estrangeiros é o lazer, totalizando 58,8% das chegadas ao País. O segundo motivo mais recorrente é visitar família e

amigos (24,1%); o terceiro é negócios e eventos (13,5%); outros motivos têm um total de apenas 3,6%. O sol e as praias são os principais atrativos da visita ao Brasil para lazer. No documento também são destacados como atrativos para viagem: a natureza, o ecoturismo e a aventura; a cultura; os esportes, dentre outros.

Os grupos de turistas que visitaram o Brasil incidem em quatro categorias: viagens realizadas por famílias (34,1%), sendo os principais países nesse grupo o Uruguai, a Argentina e o Paraguai; turistas que viajaram sozinhos (31,6%), principalmente americanos e canadenses; casais sem filhos (19,55%), sobretudo chilenos e uruguaios; e grupos de amigos ou grupos turísticos (14,8%). O gasto *per capita* ao longo da viagem e permanência no Brasil fica em torno de US\$ 54,00 por dia.

Dentre os principais destinos mais visitados estão: Rio de Janeiro (RJ), Florianópolis (SC), Foz do Iguaçu (PR), e São Paulo (SP). O Rio de Janeiro é o destino de lazer mais visitado por turistas. A cidade de Florianópolis é visitada principalmente por argentinos, chilenos, paraguaios e uruguaios; Foz do Iguaçu é o principal destino de turistas do Japão; e São Paulo é o principal destino de negócios de modo geral.

Sobre os tipos de alojamentos mais utilizados por esses turistas, é possível observar que 47,3% se hospedam em hotéis, *flats* ou pousadas; 24,9% em casas de parentes ou amigos; 15,9% em imóvel alugado; 11,9% em outros meios de hospedagem. Os turistas indianos e chilenos são os que mais ficam em hotéis, *flats* ou pousadas; os turistas canadenses, portugueses, americanos e australianos são os que mais ficam em casa de parentes e amigos; e os argentinos, paraguaios e uruguaios são os turistas que mais alugam imóveis.

A faixa etária das pessoas que mais visitam o País está entre 32-40 anos de idade (24,3%), 41-50 anos (22,8%) e 25-31 anos (19,5%). Os colombianos são os turistas mais jovens, com idade entre 18 e 24 anos; o Japão é o país com o maior número de turistas acima dos 60 anos de idade. No geral, 56,4% dos turistas são homens e 43,6% mulheres, e a principal fonte de informação para a realização da viagem é a *internet*.

Para nossa pesquisa, analisaremos os textos produzidos em língua inglesa e portuguesa referentes às quatro cidades brasileiras mais visitadas por estrangeiros no País (BRASIL, 2019), a saber: Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis e Foz do Iguaçu.

### 3 LINGUÍSTICA DE *CORPUS*

Os princípios da Linguística de *Corpus* já estão presentes nos estudos linguísticos desde a época de 1960, com o *Brown Corpus*. Porém, muito antes do advento do computador, a coleta de dados linguísticos já ocorria de forma mais simples, em pedaços de papel organizados em escaninhos por lexicógrafos que coletavam exemplos de usos a fim de ajudar a definir as palavras com maior precisão (BENNET, 2010). Embora essas coleções também sejam denominadas “*corpus*”, para a LC, essas devem, necessariamente, ser legíveis por computador.

Conforme Tognini-Bonelli (2001, p. 2) e Teubert (2005), as principais características da LC destacadas em estudos são: (1) uma abordagem empírica focada no uso autêntico da língua, (2) que leva em consideração o contexto e a função para chegar a um significado e (3) lança mão de tecnologia da informação para armazenar e processar dados linguísticos. Berber Sardinha (2004) complementa, afirmando que os textos podem ser orais ou escritos originários de uma fonte de comunicação real. Isto é, textos da língua em uso analisados com o auxílio de ferramentas computacionais. Em consonância com o acima exposto, Mautner (2007) afirma que, apesar de esses princípios serem aplicados proveitosamente em *corpora* de todos os tamanhos, o diferencial da metodologia da LC é a exploração de grandes quantidades de textos.

Essa coleção de textos denomina-se *corpus*, ou seja, trata-se de um banco de textos de linguagem autêntica, construído de forma criteriosa para atender aos objetivos da pesquisa, sendo realmente representativo do campo que se deseja pesquisar (TAGNIN, 2015). A autora reitera que os textos do *corpus* devem ser extraídos de fontes confiáveis para que possam gerar dados acurados. É importante destacar o valor de se ter um *corpus* com grande quantidade de dados linguísticos, pois isso torna possível fazer deduções mais seguras para a análise (EGBERT *et al.*, 2020).

Desde o surgimento do *Brown Corpus*, na década de 1960, a LC passou a contribuir significativamente para campos além da lexicografia, como a gramática descritiva, por exemplo, participando de grandes empreitadas como o *Collins COBUILD Advanced Learners English Dictionary* e a *Longman Grammar of Spoken and Written English*.

Entretanto, com o passar dos anos, percebeu-se que as técnicas da LC podem ser utilizadas proveitosamente para revelar também relações entre a língua e a sociedade (MAUTNER, 2007). Como exemplos disso, é possível citar alguns estudos: Manca (2008) investigou as diferenças dos adjetivos qualitativos na linguagem do turismo, comparando a



cultura italiana e a britânica; Paul Baker (2012) analisou como a mídia britânica retratava povos muçulmanos em jornais; Jaworska (2021) investigou a representação do coronavírus na mídia americana, britânica e alemã, dentre outros. Tagnin (2018) reitera que, desde a publicação do primeiro *corpus* na década de 1960, a LC tem se inserido em áreas que dificilmente eram cogitadas naquela época, tendo, atualmente, uma forte presença nas pesquisas e estudos linguísticos em diversos campos, inclusive em campos não acadêmicos devido à sua multidisciplinaridade. Em nosso estudo, analisaremos como quatro cidades brasileiras são retratadas em textos de turismo.

### 3.1 OS *CORPORA* DE ESTUDO E DE REFERÊNCIA

Para nossa pesquisa, foram compilados um *corpus* comparável inglês e português (textos originalmente escritos nessas línguas) e dois *corpora* de referência nos mesmos idiomas para que fosse possível comparar os *corpora* e extrair as palavras-chave a fim de explorar as combinações adjetivas. Em seguida, apresentamos a descrição de cada um desses *corpora* e como eles foram explorados para a geração dos dados.

#### 3.1.1 Descrição e coleta dos *subcorpora* comparáveis

Nosso *subcorpus* de inglês foi extraído de três guias de viagem sobre o Brasil publicados entre 2019 e 2020 pelas seguintes editoras: *Lonely Planet*, *DK Eye Witness* e *Insight Guides*. Os textos coletados trazem informações sobre o Brasil e sobre as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis e Foz do Iguaçu, que, de acordo com o “Boletim Informativo do Turismo Receptivo Brasileiro” (BRASIL, 2019), são os destinos brasileiros mais procurados por estrangeiros. O *subcorpus* de língua portuguesa foi extraído a partir das publicações mais atualizadas dos *sites*<sup>3</sup> governamentais de turismo das cidades supracitadas pré-pandemia, uma vez que objetivamos analisar textos de turismo de fontes oficiais em língua portuguesa.

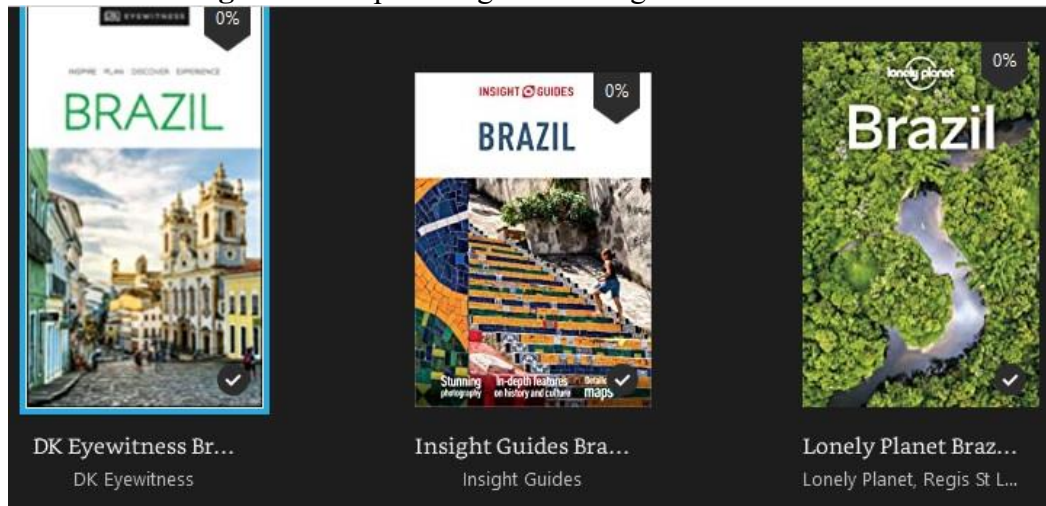
---

<sup>3</sup> Prefeitura de São Paulo. Disponível em: <https://cidadedesaopaulo.com/>. Acesso em: 30 jul. 2021. Prefeitura do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://visit.rio/>. Acesso em: 25 jul. 2021. Prefeitura de Foz do Iguaçu. Disponível em: <https://www5.pmf.pr.gov.br/>. Acesso em: 23 jul. 2021. Governo do Estado do Paraná. Disponível em: <https://www.viajeparana.com/Cataratas-do-Iguacu-e-Caminhos-ao-Lago-de-Itaipu>. Acesso em: 23 jul. 2021. Governo Federal, Parque Nacional do Iguaçu. Disponível em: <https://www.icmbio.gov.br/parnaiguacu/>. Acesso em: 23 jul. 2021. 23 jul. 2021. Governo Federal, Foz do Iguaçu. Disponível em: <https://visitbrasil.com/pt/destino-foz-do-iguacu-pr/>. Acesso em: 23 jul. 2021. Governo Federal, Ecoturismo em Foz do Iguaçu. Disponível em: <https://visitbrasil.com/pt/ecoturismo-foz-do-iguacu-pr/>. Acesso em 23 jul. 2021. Governo do Estado de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: <http://turismo.sc.gov.br/destinos/grande-florianopolis/>. Acesso em: 27 jul. 2021. Prefeitura de Florianópolis. Disponível em: <http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo>. Acesso em: 27 jul. 2021.

### 3.1.1.1 O subcorpus em inglês

O subcorpus de inglês é composto por textos autênticos e completos dos guias *Lonely Planet Brazil*, *DK Eye Witness Brazil* e *Insight Guides Brazil* sobre as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis e Foz do Iguaçu. O material dos guias foi elaborado por falantes nativos desse idioma (norte-americanos, australianos, ingleses) e estão disponíveis na versão impressa à venda *on-line* e em versão *e-book*<sup>4</sup>. O guia da *Lonely Planet* informa que todo o material foi escrito por oito colaboradores; no entanto, essa informação não foi encontrada nos outros dois materiais. Os guias trazem informações acerca de acomodação, gastronomia, passeios, atrações turísticas e históricas, vida noturna, além de fotografias e mapas. A Fig. 1 apresenta as capas dos três *e-books* na biblioteca do aplicativo *Kindle*.

**Figura 1** – Capas dos guias de viagem sobre o Brasil



Fonte: *Kindle*.

As capas dos materiais são bem distintas. Na figura acima, temos da esquerda para a direita, o guia da editora *DK Eyewitness*, que estampa uma imagem do Pelourinho, em

<sup>4</sup> Site para compra do guia *DK Eyewitness Brazil*: [https://www.amazon.com.br/Eyewitness-Brazil-Travel-Guide-English-ebook/dp/B0844RPHJ3/ref=sr\\_1\\_1?crd=3G07A8HP9WL0X&keywords=dk+eyewitness+brazil&qid=1643469989&s=books&sprefix=dk+eye%2Cstripbooks%2C169&sr=1-1&ufe=app\\_do%3Aamzn1.fos.4bb5663b-6f7d-4772-84fa-7c7f565ec65b](https://www.amazon.com.br/Eyewitness-Brazil-Travel-Guide-English-ebook/dp/B0844RPHJ3/ref=sr_1_1?crd=3G07A8HP9WL0X&keywords=dk+eyewitness+brazil&qid=1643469989&s=books&sprefix=dk+eye%2Cstripbooks%2C169&sr=1-1&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.4bb5663b-6f7d-4772-84fa-7c7f565ec65b). Acesso em: 30 abr. 2022.  
 Site para compra do guia *Insight Guides Brazil*: [https://www.amazon.com.br/Insight-Guides-Brazil-Travel-Guide-ebook/dp/B07TLQ3VTM/ref=sr\\_1\\_1?\\_\\_mk\\_pt\\_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=C7BZFGF96WQF&keywords=Insight+Guides+Brazil&qid=1643470059&s=books&sprefix=insight+guides+brazil%2Cstripbooks%2C130&sr=1-1&ufe=app\\_do%3Aamzn1.fos.6121c6c4-c969-43ae-92f7-cc248fc6181d](https://www.amazon.com.br/Insight-Guides-Brazil-Travel-Guide-ebook/dp/B07TLQ3VTM/ref=sr_1_1?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=C7BZFGF96WQF&keywords=Insight+Guides+Brazil&qid=1643470059&s=books&sprefix=insight+guides+brazil%2Cstripbooks%2C130&sr=1-1&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.6121c6c4-c969-43ae-92f7-cc248fc6181d). Acesso em: 30 abr. 2022.  
 Site para compra do guia *Lonely Planet Brazil*: [https://www.amazon.com.br/Lonely-Planet-Brazil/dp/1786574756/ref=asc\\_df\\_1786574756/?tag=googleshopp00-20&linkCode=df0&hvadid=379720423578&hvpos=&hvnetw=g&hvrnd=13452227542391504277&hvpone=&hvpntwo=&hvtqt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1001621&hvtargid=pla-554106473659&psc=1](https://www.amazon.com.br/Lonely-Planet-Brazil/dp/1786574756/ref=asc_df_1786574756/?tag=googleshopp00-20&linkCode=df0&hvadid=379720423578&hvpos=&hvnetw=g&hvrnd=13452227542391504277&hvpone=&hvpntwo=&hvtqt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1001621&hvtargid=pla-554106473659&psc=1). Acesso em: 30 abr. 2022.

Salvador, no estado da Bahia. Acima do título *–Brazil*”, consta: *–inspire / plan / discover / experience*” (inspire-se / planeje / descubra / vivencie). Esse conjunto transmite a ideia de que o material é uma fonte segura para planejar a viagem e descobrir o País.

O segundo material é da *Insight Guides* e apresenta na capa a foto de uma mulher subindo a escadaria Selarón, um dos pontos turísticos da cidade do Rio de Janeiro, sobreposta a um pedaço de mosaico da bandeira brasileira encontrado na mesma escadaria e o título da obra *–Brazil*”. Além disso, a capa traz as seguintes frases: *–Stunning photography*” (foto incríveis); *–in-depth features on history and culture*” (informações detalhadas sobre história e cultura); e *–Detailed maps*” (mapas detalhados).

O terceiro guia é da editora *Lonely Planet* e a capa do *e-book* traz uma fotografia do Rio Amazonas. Notou-se, entretanto, que a capa do *e-book* é um pouco diferente do livro em versão impressa, que apresenta algumas informações que não estão presentes na capa da versão digital. A primeira delas é *–Rio de Janeiro pull-out map*” (mapa dobrável do Rio de Janeiro). Essa é uma vantagem do material impresso, que traz mais um mapa da cidade do Brasil mais visitada por estrangeiros. A segunda é *–Amazon wildlife guide*” (guia da vida selvagem da Amazônia), que destaca a natureza da floresta amazônica brasileira. A terceira é *–Carnaval planning chapter*” (capítulo para planejar o carnaval), que destaca a maior festa popular brasileira. A quarta é um selo que diz *–#1 Best selling guide to Brazil. See inside back cover for details*” (O guia do Brasil mais vendido. Confira a contracapa para maiores detalhes.). A última informação destaca a relevância das produções da editora de materiais sobre o País. Todas as informações (exceto o mapa dobrável) destacadas na capa estão presentes na versão em *e-book*, mas não estão impressas na capa.

A seguir, apresentamos as tabelas da composição de nosso *corpus* de estudo. Cabe esclarecer que *types* refere-se ao número de palavras distintas no *corpus*, enquanto *tokens* contabiliza todas as palavras do *corpus*.

**Tabela 1** – Composição do *corpus* em inglês

<b>Título do guia</b>	<b>Editora</b>	<b>Ano</b>	<b>Tokens</b>	<b>Types</b>
<i>Lonely Planet Brazil</i>	<i>Lonely Planet</i>	Junho de 2019	65.787	9.488
<i>Insight Guides Brazil</i>	<i>Insight Guides</i>	Agosto de 2019	23.750	4.184
<i>DK Eyewitness Brazil</i>	<i>DK Eyewitness</i>	Abril de 2020	26.766	4.044
<b>Total:</b>			116.303	17.716

Fonte: Criado pelo autor.

É importante frisar que grande parte dos textos coletados é referente à cidade do Rio de Janeiro. Em segundo lugar, temos São Paulo; Florianópolis na terceira colocação e Foz do Iguaçu com o menor número de palavras. O mesmo padrão se repetiu no nosso *subcorpus* em

português. Isso ocorre devido à quantidade de atrações, hospedagem, restaurantes etc., na capital carioca e na paulista. Além disso, as duas cidades têm enorme importância artística, cultural e econômica para o Brasil e para o mundo.

Para a compilação do subcorpus de língua inglesa, foram usados dois mecanismos: o primeiro consistiu na digitalização dos textos sobre a cidade do Rio de Janeiro apenas do guia da *Lonely Planet* (total de 61 páginas); a outra consistiu no uso da ferramenta de selecionar, copiar e colar disponível no aplicativo da *Kindle* para coletar os materiais de interesse para a pesquisa.

A Fig. 2 exibe o resultado do processo de digitalização de uma das páginas referentes à cidade do Rio de Janeiro, extraída do guia da *Lonely Planet*.

**Figura 2** – Página digitalizada do corpus do Rio de Janeiro

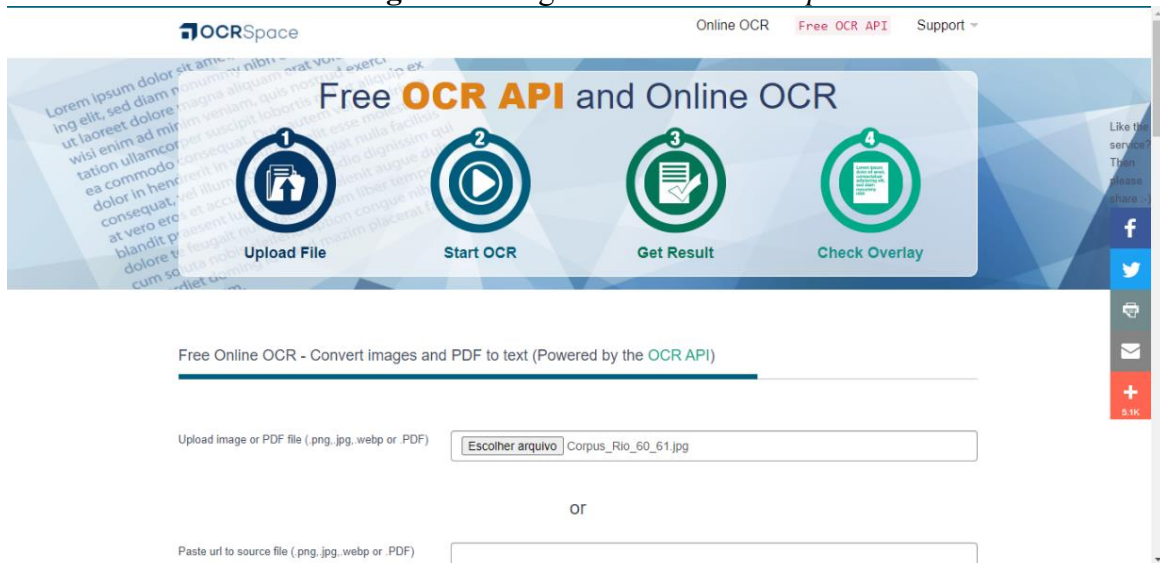


Fonte: Brazil, *Lonely Planet*.

Após a digitalização, foi necessário converter o resultado para que pudesse ser processado pela ferramenta de análise. Para esse fim, foi utilizado o programa *OCRSpace*<sup>5</sup> (Fig. 3), que converteu o material digitalizado em txt, assim tornando possível a leitura dos textos pela ferramenta.

<sup>5</sup> URL do programa: <https://ocr.space/>. Acesso em: 30 abr. 2022.

**Figura 3** – Página inicial da *OCRSpace*



Fonte: *print screen* da página inicial do site *ocr.space*

Nessa página, deve-se descarregar o arquivo em formato PDF que se deseja converter. Isso pode ser feito descarregando a imagem no campo “Upload image or PDF file (.png, .jpg, .webp, or .PDF)” (Descarregue a imagem ou arquivo PDF (.png, .jpg, .webp, ou .PDF)).

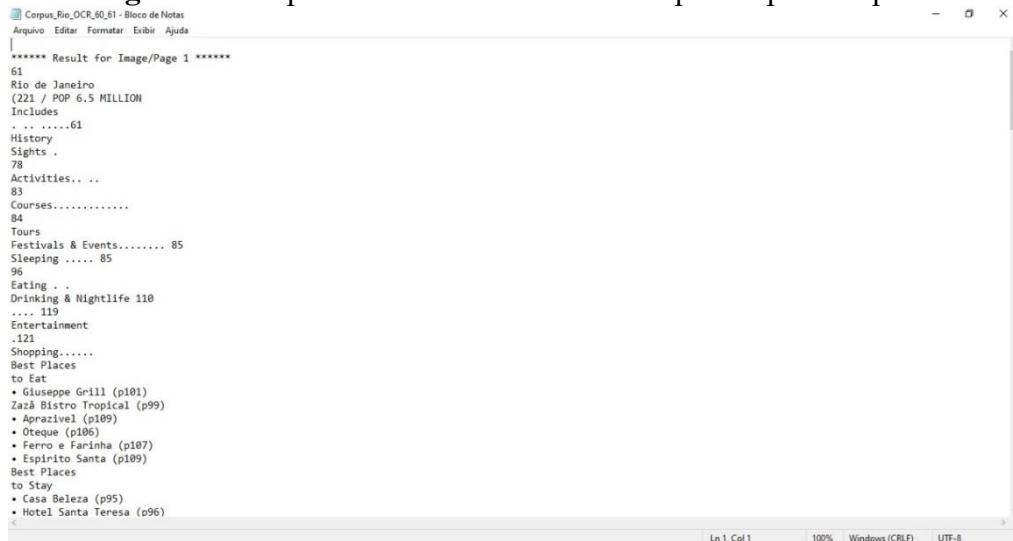
**Figura 4** – Conversão do arquivo



Fonte: *print screen* do processo de digitalização do *corpus* no *OCRSpace*.

Realizado o descarregamento, é necessário rolar a página para baixo e apertar o botão “Start OCR!” (Iniciar o reconhecimento ótico de caracteres). Quando pronto, o arquivo pode ser baixado em formato .txt clicando no botão “Download” (Baixar) para se iniciar a limpeza dos textos, como ilustrado na figura abaixo.

**Figura 5** – Arquivo baixado em formato .txt pronto para limpeza

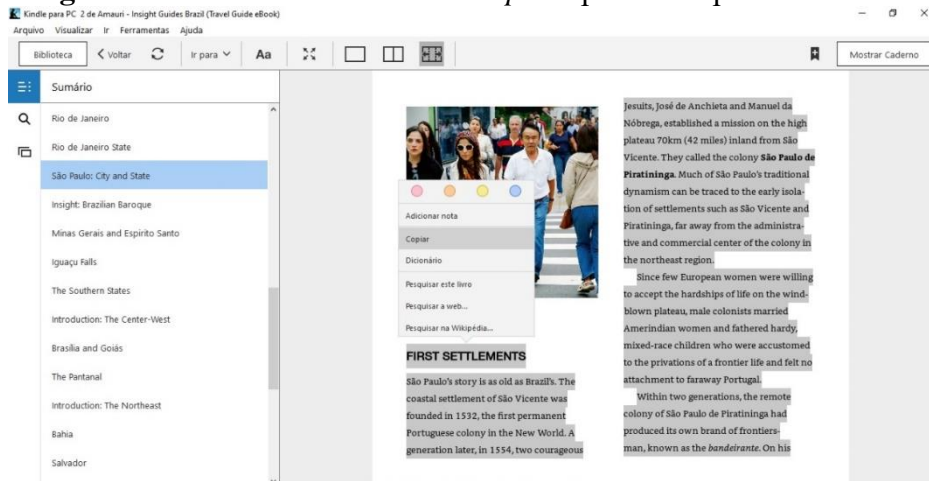


Fonte: *print screen* do aplicativo Bloco de Notas.

Durante a limpeza do *corpus*, eliminaram-se elementos que não eram relevantes para a pesquisa linguística, como tabelas, figuras, URLs etc., (TAGNIN, 2015). Em seguida, os textos foram nomeados e salvos em formato .txt, ficando prontos para serem explorados por ferramentas computacionais.

Para a compilação dos demais textos, foi adquirida a versão *e-book* dos materiais, o que, além de facilitar, agilizou a coleta dos dados, pois os textos poderiam ser extraídos com a ferramenta “selecionar” e o atalho “copiar” e “colar”, como se observa em seguida na Fig. 6.

**Figura 6** – Processo de coleta do *corpus* a partir do aplicativo *Kindle*



Fonte: *Insight Guides Brazil, Insight Guides (2020)*.

Em seguida, os textos foram transferidos para a ferramenta “Bloco de Notas” para que fossem salvos em formato .txt, com a finalidade de serem processados pela ferramenta.

### 3.1.1.2 O subcorpus em português

O subcorpus do português é composto por textos autênticos e completos, redigidos por falantes nativos do português. Os textos que o compõem podem ser acessados de forma gratuita nos *sites* das entidades governamentais responsáveis pela publicação dos materiais informativos. Destacamos que coletamos os textos dos *sites* governamentais, pois temos como intuito comparar as combinações adjetivas mais comuns em textos oficiais com aquelas encontradas em guias redigidos em língua inglesa.

A seguir, apresentamos uma tabela (Tabela 2) com as informações sobre nosso subcorpus de língua portuguesa.

**Tabela 2** – Composição do *corpus* em português

<b>Título da obra</b>	<b>Editora</b>	<b>Ano</b>	<b>Tokens</b>	<b>Types</b>
<b>Visit Rio</b>	Não se aplica	Não consta	61.840	8.868
<b>São Paulo – viva tudo isso</b>	Não se aplica	Não consta	33.922	6.432
<b>Venha descobrir Santa Catarina</b>	Não se aplica	Não consta	12.349	2.743
<b>Turismo Itaipu</b>	Não se aplica	Não consta	10.799	2.699
<b>Total:</b>			118.910	20.742

Fonte: Criado pelo autor.

Nosso subcorpus de língua portuguesa tem um total de 118.910 palavras, com 2.607 palavras a mais que o subcorpus de língua inglesa.

Para a coleta do *corpus* em português, os textos foram extraídos dos *sites* de turismo de órgãos governamentais, com a finalidade de ressaltar as diferenças entre a descrição das quatro cidades em foco em nosso estudo e as descrições dos guias estrangeiros. A seleção ocorreu de forma manual, através da seleção, colagem e descarregamento do conteúdo no programa “Bloco de Notas”, para que os textos fossem lidos pela ferramenta. Na Figura 7, abaixo, observamos a seleção do texto para nossa pesquisa.

**Figura 7** – Processo de coleta dos textos do *site* da prefeitura do Rio de Janeiro



Fonte: <http://visit.rio/>. Acesso em: 30 abr. 2022.

Com certa frequência, foi possível encontrar textos nas duas línguas sobre o mesmo objeto.

A Fig. 8, a seguir, exhibe um texto em língua inglesa, no guia *Lonely Planet Brazil*, sobre o tradicional Hotel Belmond Copacabana Palace, no Rio de Janeiro, e um texto sobre o mesmo estabelecimento em língua portuguesa disponível no *site* de turismo da prefeitura da cidade do Rio de Janeiro.

**Figura 8** – Processo de coleta do *corpus* português considerando os textos em língua inglesa

**Belmond Copacabana Palace** HOTEL \$\$\$

(MAP) (GOOGLE MAP) 121 3500-0292; [www.belmond.com](http://www.belmond.com); Av Atlântica 1702, Copacabana; d from R\$1850; ai V6s

Rio's most famous hotel has hosted heads of state, rock stars and other prominent personalities – Queen Elizabeth once stayed here, as did the Rolling Stones. The dazzling white facade dates from the 1920s, when it became a symbol of the city. Today accommodations range from deluxe rooms to spacious suites with balconies.

The pool is the loveliest in Rio, and the restaurants are top-notch.

---

Localizado na famosa Praia de Copacabana, o hotel é um ícone de glamour e sofisticação.

Um símbolo de sofisticação e requinte, o Copa oferece um serviço impecável, excelente gastronomia e luxuosas acomodações, confirmando a sua tradição de local ideal para se hospedar no Rio de Janeiro.

O Belmond Copacabana Palace oferece três restaurantes em suas instalações; o italiano Cipriani, o restaurante Périgula, que oferece cozinha brasileira e internacional e o restaurante premiado com a estrela Michelin, o Pan-Asiático Mee.

Em suas instalações está localizado um dos principais spas da cidade, com tratamentos diferenciados e um salão de beleza, ambos abertos ao público. Além disso, pode ser encontrado centro de convenções com 13 diferentes salas de diversos tamanhos e formatos. Para festas, oferece os luxuosos salões Golden, Nobre, Palm, Gallery e Crystal.

Fonte: *Lonely Planet Brazil* (2019) e <http://visit.rio/>. Acesso em: 30 abr. 2022.

A seguir, apresentamos o processo de armazenamento dos textos.



### 3.2 ARMAZENAMENTO DOS TEXTOS

Para o armazenamento dos textos em inglês que compõem o nosso *corpus* de estudo, foi criada uma pasta para cada guia e para cada uma das cidades em destaque em nossa pesquisa; para os textos em português, foi aberta uma pasta para arquivar os textos referentes a cada cidade de acordo com os órgãos públicos responsáveis pela produção dos materiais.

Os textos em inglês foram salvos em uma pasta nomeada, por exemplo, `-DK_SP_ENG`, em que a sigla `-DK` corresponde ao nome da editora do guia (*DK Eyewitness*), `-SP` à abreviatura do nome da cidade (São Paulo), e `-ENG` ao idioma do arquivo (inglês). Para os textos em português, seguiu-se o seguinte padrão: abreviação do órgão governamental responsável pela publicação + abreviação da cidade + conteúdo do texto + idioma, como observamos a seguir: `-PM_RJ_ENTRET_PORT` (Prefeitura Municipal + Rio de Janeiro + Entretenimento + português). A diferença entre a organização das pastas deveu-se ao fato de todos os textos referentes às cidades extraídos de guias em língua inglesa terem sido compilados a partir de uma única seleção dos materiais; já em português, a troca de abas nos *sites* possibilitou uma organização mais detalhada dos materiais. A Fig. 9 exibe a pasta com os textos referentes à cidade de Florianópolis.

**Figura 9** – Pasta com organização dos textos sobre a cidade de Florianópolis



Fonte: *Print screen* da organização das pastas (2021).

### 3.3 EXPLORAÇÃO DO SUBCORPUS EM INGLÊS E EM PORTUGUÊS

Com os textos devidamente coletados e organizados, eles foram descarregados na ferramenta *AntConc* (Anthony DATA) para a elaboração de uma lista de palavras-chave a partir da ferramenta *Keyword List*. Para a elaboração da lista, foi preciso realizar uma comparação entre as palavras dos *subcorpora* em inglês e em português, obtidas com a ferramenta *WordList*, com as palavras (também obtidas pelas *WordLists*) dos *corpora* de

referência nos mesmos idiomas, a fim de ressaltar as palavras-chave dos *subcorpora* de estudo. Ou seja, a comparação das duas listas de palavras em cada língua ressalta aquelas que são estatisticamente mais frequentes no nosso *corpus* de estudo. Com a lista obtida, foram extraídos, manualmente, todos os adjetivos e, em seguida, analisadas suas respectivas combinações, para, posteriormente, serem agrupadas em categorias.

### 3.4 CORPUS DE REFERÊNCIA

Egbert *et al.* (2020) destacam a importância da composição e tamanho dos *corpora*, tanto de estudo, quanto de referência, uma vez que a adequação ou não deles terá impacto nos resultados obtidos.

Por seu turno, Berber Sardinha (2004) afirma que o conteúdo do *corpus* de referência será fator determinante para as palavras-chave do *corpus* de estudo. Portanto, ao escolher um *corpus* de referência, deve-se prestar atenção à forma como os textos foram coletados e à sua composição.

#### 3.4.1 *Corpora* de referência para os *subcorpora* de língua inglesa e portuguesa

Os *corpora* de referência utilizados para análise consistem em dois *corpora* jornalísticos, um em língua inglesa e outro em língua portuguesa.

No caso do inglês, foi utilizado parcialmente o *corpus* produzido em 1999 por um grupo de alunos coordenado pela pesquisadora Stella Tagnin contendo 29 textos, com aproximadamente 46.300 palavras, publicados em nove veículos de notícias como *New York Times* e *NewsWeek*. Além disso, acrescentou-se outro *corpus* jornalístico com praticamente 257.000 palavras extraídas manualmente de outros veículos de notícias. Ou seja, nosso *corpus* de referência em inglês tem aproximadamente 303.300 palavras. Para o *corpus* jornalístico de referência em português também foram coletados textos publicados em veículos de notícias como *Folha de São Paulo*, *G1*, *Portal r7*, *CNN Brasil*, dentre outros. Nosso *corpus* de referência do português conta com cerca de 306.000 palavras.

O objetivo do uso do *corpus* jornalístico é ressaltar os termos característicos do turismo das quatro cidades mais visitadas por estrangeiros no Brasil a partir da lista de palavras-chaves. Por se tratar de textos jornalísticos, o *corpus* apresenta uma linguagem comum, salientando, quando comparado ao *corpus* das cidades, os termos específicos do turismo dessas cidades. Sendo assim, escolhemos apenas editoriais sobre cotidiano, economia, política, saúde, inovação, últimas notícias etc., não incluindo quaisquer textos sobre turismo.

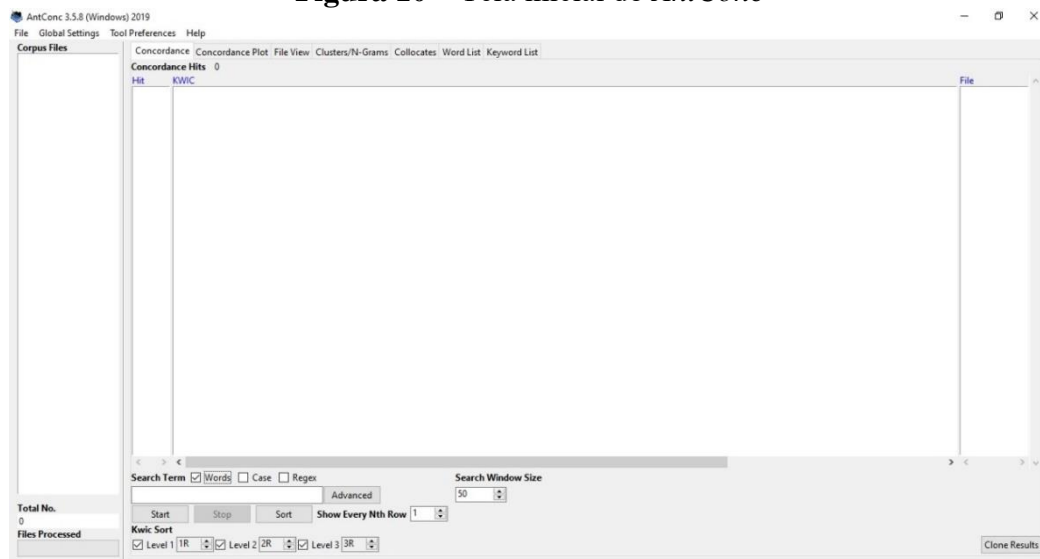
### 3.5 FERRAMENTA DE ANÁLISE LINGUÍSTICA

Para a realização de uma pesquisa que segue a metodologia da LC, é necessário o uso de uma ferramenta computacional para a extração automática de informações. A vantagem das ferramentas de análise linguística é que elas permitem realizar uma análise de forma rápida e econômica, com grande quantidade de resultados em pouco tempo. (BARREIROS, 2017).

#### 3.5.1 *AntConc*: ferramenta computacional de análise linguística

O *AntConc* é um *software* gratuito com uma interface amigável e bastante intuitiva. O programa foi desenvolvido por Laurence Anthony, para o estudo e análise de padrões linguísticos para uso em sala de aula. Conforme Anthony (2014), a ferramenta dispõe de um amplo conjunto de recursos, tais como: concordanciador, lista de frequência de palavras, lista de palavras-chave, lista de colocados, entre outros. Vide tela inicial do *software* na Fig. 10 a seguir:

**Figura 10** – Tela inicial do *AntConc*



Fonte: *Print screen* da tela inicial do *AntConc*.

A seguir, apresentaremos uma síntese das principais funcionalidades do *AntConc* utilizadas para conduzir nossa pesquisa.

#### 3.5.1.1 Lista de palavras

A ferramenta *WordList* (“lista de palavras”) destaca todas as palavras em um *corpus*. Na Fig. 11, apresentamos as listas de palavras dos nossos *subcorpora* de língua inglesa e

portuguesa, lado a lado, geradas pela ferramenta. Dessa forma, nossa lista de palavras evidencia as com maior valor semântico em nossos *subcorpora*.

**Figura 11** – Lista parcial das palavras dos *subcorpora* para inglês e português

Rank	Freq	Word
1	760	de
2	564	rio
3	397	são
4	367	one
5	365	city
6	290	paulo
7	280	brazilian
8	249	brazil
9	237	av
10	232	bar
11	215	beach
12	204	copacabana
13	199	sun
14	196	best
15	193	map
16	192	around
17	190	praça
18	187	art
19	184	ipanema

Rank	Freq	Word
1	466	cidade
2	374	rio
3	358	casa
4	334	além
5	256	h
6	233	centro
7	233	paulo
8	231	espaço
9	226	parque
10	219	museu
11	214	brasil
12	214	onde
13	213	local
14	205	anos
15	188	praia
16	184	rua
17	175	ainda
18	173	oferece
19	170	santa

Fonte: *print screen* da ferramenta *WordList* do programa *AntConc*.

### 3.5.1.2 Lista de palavras-chave

O extrator de palavras-chave (*Keyword List*) apresenta o resultado da comparação da *WordList* do *corpus* de estudo com a *WordList* do *corpus* de referência, para “ressaltar as diferenças existentes entre as compilações de textos comparados” (VIANA, 2015, p. 61).

A Fig. 12 apresenta as listas de palavras-chave de nossos *subcorpora* geradas pela ferramenta.

**Figura 12** – Lista parcial das palavras-chave dos subcorpora Rio de Janeiro para inglês e português

Rank	Freq	Keyness	Effect	Keyword
1	2645	+ 521.69	0.0765	e
2	324	+ 394.95	0.0105	rio
3	121	+ 302.71	0.0039	oferece
4	217	+ 295.98	0.007	cidade
5	119	+ 282.93	0.0039	parque
6	106	+ 270.4	0.0034	tjuca
7	99	+ 267.82	0.0032	bar
8	130	+ 261.17	0.0042	praia
9	103	+ 256.7	0.0034	carioca
10	92	+ 247.51	0.003	copacabana
11	87	+ 247.35	0.0028	cardápio
12	1111	+ 244.89	0.0344	com
13	75	+ 222.21	0.0024	ipanema
14	74	+ 209.14	0.0024	pão
15	82	+ 207.26	0.0027	museu
16	145	+ 207.05	0.0047	espaço
17	76	+ 201.21	0.0025	hotel
18	229	+ 200.54	0.0074	casa
19	84	+ 190.33	0.0027	localizado
20	72	+ 180.67	0.0023	cultural

Fonte: *print screen* da ferramenta *Keyword List* do programa *AntConc*.

### 3.5.1.3 Concordance

**Figura 13** – Tela parcial da ferramenta *Concordance* que mostra a palavra de busca *dish*\* centralizada e em destaque

Hit	KWIC	File
1	on a more subtle selection of daily <b>dishes</b> , all focused on high-quality, home-cooked	lonely plane:
2	on a more subtle selection of daily <b>dishes</b> , all focused on high-quality, home-cooked	lonely plane:
3	, yogurt, freshly baked breads and pastries, egg <b>dishes</b> and even waffles. Casa da FeijoadaBRAZILIAN \$ \$	lonely plane:
4	ethnic communities , each with their own national <b>dishes</b> and restaurants , São Paulo has raised food	lonely plane:
5	of the day. You choose the side <b>dishes</b> and sauce to accompany your meal. Garota	lonely plane:
6	is one of the most traditional Brazilian <b>dishes</b> , and some say that it started with	lonely plane:
7	from a small selection of beautifully prepared <b>dishes</b> and there's always one vegetarian option.	lonely plane:
8	order, but a few other classic Peruvian <b>dishes</b> are available, alongside a selection of decent	lonely plane:
9	are essential. There's no set menu: <b>dishes</b> are based on whatever is fresh for	lonely plane:
10	tartar or marinated pork ribs with miso. <b>Dishes</b> are great for sharing, and go nicely	lonely plane:
11	dumplings) and the house-made Chinese noodle <b>dishes</b> are served in great-value portions yakisoba-	lonely plane:
12	s been a neighborhood favorite since 1976. Shrimp <b>dishes</b> are the Italian family's specialty; many	lonely plane:
13	razil, with barracas (food stalls) selling Bahian <b>dishes</b> as well as beer and cachaça (sugarcane	lonely plane:
14	two - hour lunch of shrimp or fish <b>dishes</b> at any of the Guaratiba restaurants , which	lonely plane:
15	. The menu offers equally intricate yet delicious <b>dishes</b> . Bar Astor BAR Not visiting São Paulo?	lonely plane:
16	bharta (made with roasted eggplant), among other <b>dishes</b> . Come on Sundays for a full spread	lonely plane:
17	lunch with plenty of salads and hot <b>dishes</b> . CROSSING TO ARGENTINA AND PARAGUAY Many national	lonely plane:
18	pork stew), along with appetizers and side <b>dishes</b> , dessert and a masterful caipirinha. The best	lonely plane:
19	casual Casa da Feijoada serves the rich <b>dish</b> every day of the week. FOOD MARKETS	lonely plane:
20	a delicious bowl of Brazil's national <b>dish</b> , feijoada ( a bean stew with beef and	dk corpus ric

Fonte: *print screen* da aplicação *concordance* no programa *AntConc*.

Essa ferramenta mostra o termo em análise no contexto em que está inserido, que pode ser ampliado, caso não seja suficiente para análise, ou reduzido através da opção “*Search window size*” (tamanho da janela de pesquisa). Pode-se, também, visualizar o texto na íntegra utilizando a ferramenta “*File view*” (visualização do arquivo).

### 3.5.1.4 Clusters/N-Grams

A ferramenta permite a análise dos agrupamentos da palavra de busca. É possível realizar a busca mínima de *clusters* de extensão de duas palavras até mais, podendo, então, ser extraídos fraseologismos do *corpus*. A Fig. 14 exemplifica a frequência de *clusters* com *tranquil* em “*Freq*” e, ao lado, o alcance em arquivos, indicado por “*Range*”, isto é, em quantos arquivos do *corpus* aquela construção linguística ocorre.

**Figura 14** – Tela parcial da ferramenta *Clusters/N-Grams* que mostra os *clusters* de extensão de quatro palavras de “*located*” e “*localizado*”

Concordance		Concordance Plot		File View		Clusters/N-Grams		Collocates		Word List		Keyword List			
Total No. of Cluster Types				18				Total No. of Cluster Tokens				20			
Rank	Freq	Range	Cluster												
1	2	1	tranquil backyard												
2	2	2	tranquil setting												
3	1	1	tranquil escape												
4	1	1	tranquil family												
5	1	1	tranquil garden												
6	1	1	tranquil guesthouse												
7	1	1	tranquil islands												
8	1	1	tranquil leme												
9	1	1	tranquil lunch												
10	1	1	tranquil nest												
11	1	1	tranquil place												
12	1	1	tranquil refuge												
13	1	1	tranquil street												
14	1	1	tranquil suburb												
15	1	1	tranquilumaré												
16	1	1	tranquil waters												
17	1	1	tranquil woods												
18	1	1	tranquil, shady												

Search Term	<input checked="" type="checkbox"/> Words	<input type="checkbox"/> Case	<input type="checkbox"/> Regex	<input type="checkbox"/> N-Grams	Cluster Size
tranquil	Advanced			Min. 2	Max. 2
Start	Stop	Sort		Min. Freq.	Min. Range
Sort by <input type="checkbox"/> Invert Order		Search Term Position		1	1
Sort by Freq		<input checked="" type="checkbox"/> On Left	<input type="checkbox"/> On Right		

Fonte: *print screen* da ferramenta *clusters/N-grams* no programa *AntConc*.

Essa foi uma das fontes para extração das colocações adjetivas a serem analisadas em nosso estudo.

### 3.5.1.5 Colocados

Essa ferramenta permite pesquisar as colocações de uma palavra de busca distribuídas tanto do lado direito quanto do esquerdo. Para estabelecer a extensão da janela lexical em

cada lado do nóculo, temos que ajustar a ferramenta em L1 (uma palavra à esquerda) e R1 (uma à direita) do nóculo. Os termos resultantes da pesquisa são chamados de **colocados**.

Destacamos que, para estabelecer a métrica, o pesquisador precisa ter em mente o que deseja investigar e isso pode variar conforme seus objetivos. No caso abaixo, aplicou-se o seguinte parâmetro para a busca de colocados do nóculo adjetivo *grilled* e *grelhado*: R1, isto é, um item à direita para a língua inglesa e L1 para o português, ou seja, um item à esquerda do nóculo, uma vez que buscávamos por colocações adjetivas e a forma como elas ocorrem nesses idiomas é divergente na maioria das vezes. A Fig. 15 apresenta um exemplo das colocações adjetivas com *-grilled* e *-grelhado* em nossos *subcorpora*.

**Figura 15** – Lista parcial e completa das colocações dos *subcorpora* inglês e português, respectivamente

Rank	Freq	Freq(L)	Freq(R)	Stat	Collocate
1	1	0	1	11.23343	namorado
2	1	0	1	11.23343	jalapeños
3	2	0	2	11.23343	anchova
4	4	0	4	10.42607	meats
5	1	0	1	10.23343	veggies
6	1	0	1	10.23343	trout
7	1	0	1	10.23343	spit
8	1	0	1	10.23343	angus
9	1	0	1	9.64847	scallops
10	1	0	1	9.64847	rump
11	7	0	7	9.51722	octopus
12	2	0	2	9.23343	salmon
13	1	0	1	9.23343	prawns
14	1	0	1	9.23343	perfection
15	1	0	1	8.91150	squid
16	1	0	1	8.64847	tuna
17	1	0	1	8.64847	pumpkin
18	2	0	2	8.53299	chicken
19	1	0	1	8.42607	vegetables
20	5	0	5	8.20742	fish

Rank	Freq	Freq(L)	Freq(R)	Stat	Collocate
1	1	1	0	14.31798	mognon
2	1	1	0	14.31798	cavaquirhas
3	1	1	0	12.73302	vieiras
4	1	1	0	12.73302	ribeye
5	1	1	0	12.73302	marreco
6	1	1	0	12.73302	aspargos
7	2	2	0	12.14805	legumes
8	1	1	0	11.99605	polvo
9	1	1	0	11.73302	crepes
10	1	1	0	11.73302	camarões
11	1	1	0	11.73302	berinjela
12	1	1	0	11.31798	palmito
13	1	1	0	10.85855	salmão
14	1	1	0	9.61754	cebola
15	1	1	0	8.05119	estão
16	1	1	0	7.39911	pratos
17	1	1	0	3.44376	com
18	3	3	0	3.12466	de
19	1	1	0	2.01135	e

Fonte: *print screen* da aplicação *collocates* no programa *AntConc*.

Já se pode notar aqui que há uma diferença entre as duas línguas: em português *-grelhad\** se coloca com 20 substantivos distintos dos quais apenas *-legumes* apresenta duas ocorrências; já *-grilled* tem 26 colocados distintos, alguns deles com mais de uma ocorrência (*-meats*, *-octopus*, *-fish* etc). Na seção *Alimentos* abordaremos essa diferença.

### 3.6 EXTRAÇÃO DAS COMBINAÇÕES ADJETIVAS PARA ANÁLISE

Cada lista de palavras-chave dos *subcorpora* de cada cidade gerou adjetivos que foram que foram selecionados manualmente (uma vez que os *corpora* não foram etiquetados) e,

posteriormente, agrupados em seis categorias, como ilustrado na Tabela 3, referente à cidade de São Paulo:

**Tabela 3** – Categoria de agrupamento dos adjetivos

<b>Categorias</b>	<b>Inglês</b>	<b>Português</b>
<b>Arredores</b>	20	6
<b>Alimentos</b>	5	4
<b>Comércio</b>	2	0
<b>Cômodo</b>	1	0
<b>Pessoas Expressões artísticas e eventos</b>	10	4
<b>Pessoas</b>	10	1
<b>Total:</b>	48	15

Fonte: Criado pelo autor.

A tabela acima aponta que o uso de adjetivos é mais frequente em nossos textos de turismo em língua inglesa, que obteve aproximadamente três vezes mais adjetivos que os materiais da prefeitura de São Paulo, redigidos em língua portuguesa. É importante frisar que esse padrão foi verificado também nas outras cidades.



## 4 ANÁLISE DE *CLUSTERS* COM EXTENSÃO DE DUAS PALAVRAS

O objetivo desta seção é explicar o processo para a seleção dos *clusters* analisados a seguir, assim como determinar os ajustes utilizados na ferramenta *AntConc* para nossa investigação linguística. Para isso, propomos um exemplo: analisar três termos com o intuito de oferecer uma visão global de como o Brasil e os brasileiros são descritos em guias de turismo do biênio 2019 e 2020.

### 4.1 O *BRAZIL LACK(C)LUSTERS*: A ANÁLISE DE *CLUSTERS* DE *BRAZIL*, *BRAZILIAN* E *BRAZILIANS*

O título desta seção é um jogo de palavras que utiliza o adjetivo em língua inglesa *lackcluster* (que pode significar “sem brilho”, “sem graça” etc.) para se referir à falta de *clusters* (agrupamentos) interessantes para análise, resultando na investigação de *clusters* com extensão de apenas duas palavras.

Destacamos também que os textos introdutórios sobre o Brasil, apresentados nos três guias objetos de estudo desta pesquisa, reproduzem informações que, muitas vezes, já são conhecidas pelo turista, principalmente no tocante à literatura, à produção audiovisual e à música brasileira, podendo, assim, ser considerados *lackcluster texts*.

Um exemplo que justifica nosso ponto de vista é o fato de que os guias analisados dão grande destaque aos estilos musicais samba e bossa nova – de valor incontestável para o patrimônio cultural brasileiro. Entretanto, pouco falam sobre o sertanejo, o funk ou a música eletrônica, que recentemente são sucessos brasileiros reconhecidos mundialmente. É importante destacar que essas músicas contemporâneas têm tido um papel importante para a difusão da cultura brasileira, servindo de estímulo para a visita de estrangeiros ao País. Isso pode ser observado em letras de música como *Baile de Favela*, de MC João, de 2016; *Favela*, de Alok, de 2018 (essa cantada em inglês), dentre outras que ajudam a projetar o País como um destino turístico internacional.

Outra questão que é ligeiramente negligenciada é a produção literária brasileira, que se resume, de acordo com esses materiais, principalmente a Jorge Amado, Cecília Meireles e Paulo Coelho. Também não há menção às novelas brasileiras que, assim como a música, ajudam a atrair turistas ao País e que, como o cinema, também são reconhecidas e transmitidas em alguns países.

Para exemplificar e demonstrar o potencial do método utilizado em nossa pesquisa, utilizaremos a lista de palavras-chave abaixo, gerada a partir da compilação de textos

introdutórios sobre o Brasil encontrados nos guias *DK Eyewitness Brazil*, *Lonely Planet Brazil* e *Insight Guide Brazil*, todos publicados entre 2019 e 2020. Esse material constitui o *subcorpus Brazil* com 101.967 *tokens* e 10.483 *types*; a lista foi obtida por meio da ferramenta *Keyword List* em comparação com um *corpus* jornalístico.

A Fig. 16 apresenta a lista de palavras-chave com as 18 primeiras palavras de 764 do *subcorpus* Brasil.

**Figura 16** – Lista parcial de palavras-chave do *subcorpus* Brazil

Concordance		Concordance Plot		File View		Clusters/N-Grams		Collocates		Word List		Keyword List	
Keyword Types: 764		Keyword Tokens: 20707		Search Hits: 0									
Rank	Freq	Keyness	Effect	Keyword									
1	811	+ 2236.3	0.0323	brazil									
2	380	+ 1168.42	0.0153	rio									
3	341	+ 762.65	0.0137	de									
4	258	+ 757.42	0.0104	são									
5	284	+ 622.93	0.0114	brazilian									
6	221	+ 498.33	0.0089	paulo									
7	115	+ 427.62	0.0047	carnaval									
8	102	+ 360.17	0.0041	beaches									
9	134	+ 324.23	0.0054	amazon									
10	86	+ 309.16	0.0035	salvador									
11	84	+ 301.77	0.0034	samba									
12	108	+ 297.4	0.0044	cities									
13	79	+ 293.71	0.0032	parque									
14	93	+ 292.57	0.0038	discover									
15	90	+ 291.76	0.0036	indigenous									
16	77	+ 275.91	0.0031	nacional									
17	155	+ 258.28	0.0063	best									
18	74	+ 257.29	0.003	brazilians									

Fonte: *print screen* da ferramenta *Keyword List* no programa *AntConc*.

Nosso objetivo é analisar palavras que nos forneçam uma breve introdução sobre o estado e povo brasileiro em guias de viagem em língua inglesa.

Em razão de ser o tema que orientou a coleta dos textos, o termo *Brazil* foi selecionado por ser a palavra-chave mais frequente em nosso *subcorpus* (vide Fig. 16 acima), totalizando 811 ocorrências em um universo de aproximadamente 100 mil palavras. A análise dos *clusters* de *Brazil* pode suscitar discussões acerca de como a imagem da nação está sendo projetada internacionalmente em guias de turismo.

O segundo termo objeto de estudo nesta seção é *Brazilian*, adjetivo mais frequente no *subcorpus* Brasil, ocupando a quinta colocação com 284 ocorrências. O intuito da análise do termo é descobrir o que é descrito como brasileiro em nosso *subcorpus*.

O terceiro termo analisado é *Brazilians*, que ocupa a 18ª colocação na lista de palavras-chave e totaliza 74 ocorrências. O substantivo foi escolhido com a finalidade de averiguar como o povo brasileiro é descrito nesses guias, sobretudo em posição oracional de sujeito, para observar quais ações dos brasileiros são destacadas e como são descritos como seus respectivos agentes.

Em seguida, para a análise dos termos supracitados, geramos uma lista de *clusters* com extensão de duas palavras. A lista de *Brazil* gerou 325 itens; *Brazilian* 182; e *Brazilians* 55. Por se tratar apenas de uma análise introdutória, estabelecemos uma linha de corte de frequência mínima de 30 para o termo *Brazil*, seis para *Brazilian* e de três para o termo *Brazilians*. Isso resultou na análise de 9,2%, 3,0% e 5.4% dos *clusters* gerados para *Brazil*, *Brazilian* e *Brazilians*, respectivamente. Os resultados podem ser observados na figura abaixo (Fig. 17) onde temos os *clusters* de *Brazil* à esquerda, de *Brazilian* na posição central e de *Brazilians* à direita. Destacamos que os resultados dos *clusters* de *Brazil* e *Brazilian* são apresentados apenas a título de contextualização.

**Figura 17** – Lista de *clusters* com extensão de duas palavras de *Brazil*, *Brazilian* e *Brazilians*

Concordance Concordance Plot File View				Concordance Concordance Plot File View Clusters/				Concordance Concordance Plot File View Cluste			
total No. of Cluster Types 325				total No. of Cluster Types 182				Total No. of Cluster Types 55			
Rank	Freq	Range	Cluster	Rank	Freq	Range	Cluster	Rank	Freq	Range	Cluster
1	230	3	brazil's	1	12	3	brazilian music	1	10	3	brazilians are
2	33	3	brazil has	2	8	3	brazilian cities	2	4	3	brazilians tend
3	32	3	brazil is	3	7	3	brazilian and	3	3	2	brazilians can
				4	7	1	brazilian society	4	3	3	brazilians love
				5	6	2	brazilian culture				

Fonte: *print screen* da aplicação *clusterss* no programa *AntConc*.

Por fim, apresentamos a análise de *clusters* com extensão de duas palavras de *Brazil*, *Brazilian* e *Brazilians*.

#### 4.1.1 *Brazil*

A lista apresentou três *clusters*: *Brazil's*, *Brazil has* e *Brazil is*:

##### 4.1.1.1 *Brazil's*: o caso genitivo

O uso do caso genitivo ocorre para indicar uma relação de posse ou característica, como indicado na Fig. 18 abaixo.

**Figura 18** – Seleção de 20 linhas de concordância de *Brazil's*

Concordance		Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams	Collocates	Word List	Keyword List
Concordance Hits		230					
Hit	KWIC						
1		her late mother, Elis Regina – one of <b>Brazil's all-time</b> greats. Rita's album					
2		has nurtured the talents of some of <b>Brazil's all-time</b> greats, including Pelé, who					
3		national team), he scored 1282 goals, making him <b>Brazil's all-time</b> highest goal scorer. When					
4		, however , head to Mato Grosso do Sul – <b>Brazil's answer to</b> Texas – where country tunes					
5		- fried in dendê oil . Further northeast , in <b>Brazil's arid interior</b> , the cuisine varies significantly					
6		rainforests and wild, rhythm-filled metropolises. <b>Brazil's attractions extend</b> from frozen-in-time					
7		t city . Discover Brazil 5 Baroque Architecture t <b>Brazil's Baroque architecture</b> is built to impress .					
8		dental , or dental floss . Topless sunbathing on <b>Brazil's beaches</b> has never really caught on .					
9		suffice as beat-the-heat treats, but <b>Brazil's best brews</b> come from greater Blumenau.					
10		's feet soup ) . The region also produces <b>Brazil's best cachaça</b> ( a fresh - tasting sugarcane					
11		and boating in the Pantanal, one of <b>Brazil's best destinations</b> for wildlife watching. Head					
12		ronha, an archipelago getaway 350km offshore, has <b>Brazil's best diving</b> . Ceará, Piauí & Maranhão Dunes &					
13		or Kadiwéu ceramics in Bonito . One of <b>Brazil's best fair</b> trade shops is in					
14		Rio de Janeiro in 2000. Walter Salles is <b>Brazil's best-known</b> director, whose Oscar award–					
15		respectful attitude toward the user. One of <b>Brazil's best-known</b> living architects is Paulo					
16		( nbsteak.com.br ) , then drive northwards to <b>Brazil's best - known</b> mountain resort , Gramado . Stroll					
17		you've left the country. Brew Culture <b>Brazil's best microbrews</b> hail from Blumenau and					
18		and incredible caves . Neighboring Mato Grosso , <b>Brazil's best place</b> to spot fierce felines ,					
19		. Pantanal Vast wetlands that are one of <b>Brazil's best places</b> to see wildlife. Parque					
20		to reach Olinda, home to some of <b>Brazil's best-preserved</b> colonial buildings and a					

Fonte: *print screen* da aplicação *concordance* no programa *AntConc*.

A estrutura linguística em questão gerou um total de 230 ocorrências, dentre elas destacam-se: *Brazil's best* (15); *Brazil's most* (15); *Brazil's indigenous* (12); *Brazil's first* (11).

#### 4.1.1.1.1 Brazil's best

A estrutura *Brazil's best* (o/a melhor do Brasil) ocorre 15 vezes e é usada para descrever principalmente a natureza brasileira e bebidas alcólicas, como é possível observar em:

(19) *Mato Grosso do Sul is home to anacondas, giant anteaters, and vast cattle fazendas, as well as the ecotourism hot spot Bonito, with its crystal-clear rivers and incredible caves. Neighboring Mato Grosso, **Brazil's best place** to spot fierce feline, also boasts a capital that is a foodie hot spot* (Mato Grosso do Sul abriga anacondas, tatus gigantes, enormes fazendas de gado e o destino preferido do ecoturismo, Bonito, com rios de águas cristalinas e cavernas incríveis. O estado vizinho Mato Grosso, o melhor lugar do Brasil para encontrar felinos ferozes, também tem uma capital com várias opções culinárias.) (linha 18).

(20) *The region also produces **Brazil's best cachaça** (a fresh-tasting sugarcane alcohol with herbal notes that is the country's national spirit) and a variety of cheese, with the award winning artisanal queijo canastra – a hard white cheese of local cow's milk – being made in the Serra da Canastra mountains* (A região também produz a melhor cachaça (uma bebida de sabor refrescante feita de cana de açúcar com notas de ervas, a bebida nacional) e uma diversidade de queijos, inclusive o premiado queijo artesanal canastra – um queijo de consistência dura feito a partir do leite das vacas da região das montanhas da Serra da Canastra.) (linha 10).

As sequências em destaque acima evidenciam dois pontos bem brasileiros que boa parte dos turistas estrangeiros que aterrissam no Brasil já ao menos ouviram falar: a

diversidade de fauna e flora em nosso território e a cachaça, o ingrediente principal da caipirinha, talvez uma das iguarias da gastronomia brasileiras mais conhecidas mundo afora.

#### 4.1.1.1.2 Brazil's most

A estrutura *Brazil's most* (o/a mais ... do Brasil) apresenta 15 ocorrências e os adjetivos *popular* (popular), *famous* (famoso) e *important* (importante) se destacam por terem o maior número de ocorrências nessa estrutura, o primeiro com quatro ocorrências, o segundo e terceiro com duas cada.

Dentre as quatro ocorrências de *popular*, três delas remetem ao ex-presidente Lula, como se observa em:

(21) *which explains why Lula was rated **Brazil's most popular** president in history...* (fato que explica o motivo de Lula ter sido avaliado como o presidente mais popular do Brasil) e apenas uma para o substantivo *park* (parque), *One of Brazil's most popular parks, with undulating dunes...* (um dos parques mais populares do Brasil com dunas ondulantes).

O uso do adjetivo *famous* ocorre duas vezes e remete em ambas ao escritor Jorge Amado, como notamos em:

(22) *The life of Jorge Amado, one of **Brazil's most famous** modern authors is celebrated...* (a vida de Jorge Amado, um dos autores modernos mais famosos do Brasil, é celebrada...).

O adjetivo *important* também tem duas ocorrências e ambas remetem a eventos nacionais bastante conhecidos, a *Oktoberfest* e a Feira Internacional de Paraty.

(23) *the Festa Internacional de Paraty (FLIP) is one of Brazil's most important literary festivals, with lectures...* (A Festa Literária Internacional de Paraty é um dos festivais literários mais importantes, com palestras...).

Os fragmentos acima destacam figuras brasileiras do campo político e literário que têm ou tiveram impacto na sociedade brasileira, informação que parece ser relevante para familiarizar, minimamente, o estrangeiro sobre o País nessas duas esferas.

#### 4.1.1.1.3 Brazil's indigenous

*Brazil's indigenous* (os indígenas do Brasil) tem 12 ocorrências. Dentre elas, sete ocorrem com o substantivo *people(s)* (povo[s]), como neste exemplo:

(24) *The lungs of the Earth, the jungle is home to the majority of **Brazil's indigenous peoples** and supports an incredible [...].* (Os pulmões do mundo, a selva é a morada da maioria dos povos indígenas do Brasil e dispõe de uma incrível [...])  
(linha 108)

(25) *It's thought there may still be more than 60 uncontacted tribes, mostly small groups in the Amazon forests – home to about 60% of Brazil's indigenous (and almost all of the existing Indigenous Lands).* (Acredita-se que talvez ainda tenham mais de 60 tribos isoladas, a maioria em pequenos grupos na floresta Amazônica – morada para 60% dos indígenas [e quase todas as terras indígenas existentes]).

Nota-se que os guias analisados demonstram fascínio com a Amazônia e com os povos indígenas que nela habitam. É importante frisar, também, que a Amazônia é, inclusive, capa de um dos materiais estudados e motivo para estrangeiros conhecerem o País.

#### 4.1.1.1.4 Brazil's first

*Brazil's first* (o primeiro do Brasil) tem 11 ocorrências. Dentre elas, quatro são seguidas do substantivo *female* (mulher) e duas por *governor* (governador-geral). As quatro linhas de concordância que fazem referência a *female* abordam a ex-presidente Dilma Rouseff, como observamos em:

(26) [...] *fellow party member Dilma Rouseff was elected **Brazil's first female** president in 2010. A former [...].* ([...] companheira membro do partido Dilma Rouseff foi eleita a primeira presidente do Brasil em 2010. Uma ex [...]) (linha 74).

*Brazil's first governor* (o primeiro governador-geral do Brasil) ocorre duas vezes e trata de Tomé de Souza, na época em que o Brasil ainda era colônia de Portugal.

(27) *In 1549, Portugal sent Tomé de Sousa as **Brazil's first** governor to protect the captaincies [...].* (Em 1549, Portugal enviou Tomé de Sousa como o primeiro governador geral para proteger as capitânias [...]) (linha 79).

Em relação aos textos introdutórios presentes nos guias, observa-se que privilegiam, com frequência, informações de cunho político. Isso pode ser uma forma de fazer com que os estrangeiros tenham uma noção mínima do funcionamento histórico e administrativo do País, desde os séculos passados até a atualidade.

4.1.1.2 *Brazil has*Figura 19 – Seleção de linhas de concordância de *Brazil has*.

Hit	KWIC
1	and southern Brazil. Cáceres, in Mato Grosso (Brazil), has a daily bus link with Santa
2	is still in common parlance. Cinema & Literature Brazil has a flourishing film industry, though many
3	typhoid and hepatitis A . Booking Accommodations Brazil has a huge range of places to
4	With over 4,600 miles ( 7,400 km ) of coastline , Brazil has a plethora of beaches , from vast
5	stipite, provides limited online resources. Visas Brazil has a reciprocal visa system, so if
6	football has shaped Brazilian society. The Clubs Brazil has a staggering number of league teams –
7	rides pillion after fixing a price . Driving Brazil has a total of 932,000 miles ( 1.5 million km )
8	; some historic monuments charge entry . Although Brazil has a traditionally strong Catholic identity , Afro -
9	, regardless of body shape and size. Sleeping Brazil has a wide range of lodging, covering
10	of the world's great music cultures, Brazil has an astounding array of talented musicians.
11	and are always an object of fascination. Brazil has around 40 species of eagle, hawk, falcon,
12	street fairs or covered markets . Wooden objects Brazil has beautiful wood . Gift shops sell items
13	Saturday. São Paulo, the gastronomic capital of Brazil, has both Michelin-starred dining rooms and
14	d the automotive sectors, among them). Meanwhile, Brazil has continued to invest in renewable energy,
15	gions. ZIKA VIRUS: WARNING FOR PREGNANT TRAVELERS Brazil has experienced several outbreaks of Zika virus
16	km occupy almost half of South America. Brazil has five principal biomes (major regional plant
17	US phones on the GSM network. Time Brazil has four time zones. Rio and São
18	country code, city code and number. Time Brazil has four time zones: Most of the
19	of domestic flights . The airline industry in Brazil has gone through significant reorganization in recent
20	to your insurance company. In recent years, Brazil has gotten quite strict about drink driving.

Fonte: Print screen da ferramenta concordance no programa AntConc.

*Brazil has* (Brasil tem) apresenta 35 ocorrências e aborda diversas temáticas, como cinema e literatura (linha 2), praia (linha 4), surto de doença (linha 15), fuso horário (17 e 18), lei (linha 20), operadoras de telefonia (23 e 27), culinária (linha 21 e 34), dentre outros.

Outros assuntos também ocorrem com frequência com a estrutura *Brazil has*, tais como natureza (linhas 11, 16 e 31) – nesse caso específico, constatamos o destaque dado às aves brasileiras e ao transporte (linhas 1, 19, 24 e 33):

(28) *A twitcher's paradise, Brazil has the world's richest diversity of avifauna.* (Um paraíso para o ornitólogo, o Brasil tem a maior diversidade de aves do mundo) (linha 31).

(29) *Brazil has two major national carriers, Gol and [...].* (O Brasil tem duas linhas aéreas principais, Gol e [...]) (linha 33).

As ocorrências da construção destacada parecem apresentar informações importantes, como esclarecimentos acerca de enfermidades, fuso horário, leis etc. para o turista estrangeiro a fim de evitar contratempos durante a estada no País.

4.1.1.3 *Brazil is***Figura 20** – Seleção de linhas de concordância de *Brazil is*.

Hit	KWIC
1	and Texas - like cowboy culture , central - west <b>Brazil is a brilliant</b> mix of wildlife , first -
2	ports and bus stations . However , remember that <b>Brazil is a country</b> with widespread poverty , and
3	of the world's most captivating places, <b>Brazil is a country</b> of powdery white-sand
4	end of the trip. Road Rules & Hazards <b>Brazil is a dangerous</b> place to drive, with
5	Nacional da Chapada Diamantina. Brazil for Kids <b>Brazil is a family-friendly</b> country that has
6	there is much more mixing between races, <b>Brazil is a long</b> way from being a
7	rse habitats and extraordinary number of species, <b>Brazil is a major</b> hot spot for bird-
8	ates under criminal investigation. Life in Brazil <b>Brazil is a nation</b> of astounding diversity, forged
9	border town of San Matías. Guajará-Mirim ( <b>Brazil</b> ) is a <b>short</b> river crossing from Guayaramerín (
10	n , Asian , and indigenous history and religion , <b>Brazil is a veritable</b> melting pot of global
11	Travel Tips : Transportation <b>Brazil is a very</b> big country – larger than
12	any other country in the world. Unfortunately, <b>Brazil is also renowned</b> for the destruction of
13	undance of sun , soil , and tropical rainforest , <b>Brazil is an inspiring</b> playground for those seeking
14	Game Day Attending a soccer game in <b>Brazil is an unforgettable</b> day out – listening to
15	amed whale sanctuary. Environmental Issues Sadly, <b>Brazil is as renowned</b> for its forests as
16	Maragogi in Alagoas. Rock Climbing Climbing in <b>Brazil is best</b> in the cooler, drier months,
17	to put on a good party . Although <b>Brazil is definitely a</b> male - dominated society , machismo
18	excursions. Fishing Fishing in the interior of <b>Brazil is fantastic</b> . The Rio Araguaia in Goiás
19	muriqui (woolly spider monkey). Hiking Hiking in <b>Brazil is highly popular</b> . It's best done
20	, plus stunning lagoons in the interior. Wildlife <b>Brazil is home</b> to a staggering array of

Fonte: *Print screen* da ferramenta *concordance* no programa *AntConc*.

*Brazil is* tem 34 ocorrências e em quase todas elas o uso do verbo *to be* expressa o sentido de “ser”. Dentre os adjetivos utilizados, encontramos os seguintes: *brilliant* (genial) (linha 1), *dangerous* (perigoso) (linha 4), *veritable* (verdadeiro) (linha 10), *big* (grande) (linha 11), *inspiring* (inspirador) (linha 13).

Apesar de a maioria dos adjetivos ter conotação positiva, os guias também destacam lugares que podem ser perigosos, como, por exemplo, a partir do uso do adjetivo “*dangerous*” (perigoso). Esse tipo de informação é pertinente para o turista estrangeiro, pois muitos deles acabam sendo alvos fáceis de ladrões, principalmente em cidades com grande fluxo de viajantes internacionais.

Além desses, encontramos “*Brazil is*” seguido de “*home to*” três vezes, duas delas referem-se aos povos indígenas e uma à diversidade de aves do País.

(30) *Today Brazil is home to more than 300 indigenous groups [...]*. (Hoje, o Brasil abriga mais de 300 povos indígenas) (linha 21).

O trecho acima é outro exemplo do destaque dado aos povos indígenas da Amazônia nos guias estrangeiros.

A frase “*Brazil is a country*” apresenta duas ocorrências, uma trata da pobreza no País (linha 2) e a outra da areia das praias brasileiras, como observamos abaixo:

(31) *One of the world's most captivating places, Brazil is a country of powdery white-sand beaches [...]*. (um dos lugares do mundo mais apaixonantes, o Brasil é um país de praias com areia branca fina [...]) (linha 3).



Na passagem acima, são evidenciadas as praias brasileiras, um dos principais motivos de vinda de turistas estrangeiros para o País, o turismo de praia e sol.

Por fim, temos *–Brazil is the world’s*”, que faz referência à extensão territorial e populacional do País.

(32) *Brazil is the world’s fifth largest country (after Russia, China, Canada and the USA).* (O Brasil é o quinto maior país do mundo, atrás apenas da Rússia, China, Canadá e EUA.) (linha 33).

Os *clusters* analisados revelam que os guias destacam o Brasil pela diversidade da natureza, por alimentos típicos, e por aspectos como política, literatura, povos indígenas, pobreza e violência.

#### 4.1.2 Brazilians

**Figura 21 – Clusters de Brazilians**

Concordance		Concordance Plot		File View		Clusters/N-Grams	
Total No. of Cluster Types				55		Total No. of Cluster	
Rank	Freq	Range	Cluster				
1	10	3	brazilians are				
2	4	3	brazilians tend				
3	3	2	brazilians can				
4	3	3	brazilians love				

Fonte: *Print screen* da ferramenta *clusters* no programa *AntConc*.

*Brazilians* ocupa a 18ª colocação na lista de palavras-chave, totalizando 74 ocorrências e nelas notamos o uso da palavra bastante frequente em posição oracional de sujeito. Dentre os verbos encontrados que ocorrem com *Brazilians*, temos: *be* (ser/estar), *attend* (frequentar), *believe* (acreditar), *can* (poder), *do* (fazer), *die* (morrer), *enjoy* (aproveitar), *epitomize* (personificar), *get* (ficar), *go* (ir), *hang* (socializar), *have* (ter), *head* (deslocar), *insist* (insistir), *live* (morar), *love* (amar), *make up* (compor), *play* (jogar), *remain* (continuar), *say* (dizer), *speak* (falar), *suffer* (sofrer), *take* (utilizar), *tend* (tender), *travel* (viajar), *will* (verbo auxiliar que forma o futuro). Abaixo, temos uma breve análise dos quatro principais *clusters* de *Brazilians*.

##### 4.1.2.1 Brazilians are

O verbo *to be* ocorre 12 vezes em nosso subcorpus posposto a *Brazilians*, 11 dessas ocorrências na forma afirmativa e no presente simples e apenas uma na negativa; encontramos

somente uma ocorrência do verbo flexionado no passado simples. Um ponto interessante de analisar as linhas com esse verbo é que elas indicam como os brasileiros são descritos.

Alguns adjetivos utilizados para descrever os brasileiros são: *exasperated* (enfurecido), *fervent football fans* (fãs fervorosos de futebol), *fond of sharing* (generosos), *world-famous party professionals* (famosos mundialmente por saberem festejar) e *kind* (gentis).

(33) Brazilians are exasperated by their country's corruption, but can be defensive if foreigners criticize their government or talk about poverty or religion. (Os brasileiros ficam enfurecidos com a corrupção no país, mas podem adotar uma postura defensiva se estrangeiros criticarem o governo ou falarem da pobreza ou de religião.).

O trecho acima aborda, precisamente, a inconformidade da população brasileira com a corrupção na política.

(34) Brazilians are fervent football fans, and going to a soccer game here is an invigorating experience, characterized by unanimous chanting and passionate displays of emotion (Os brasileiros são fãs fervorosos de futebol e a ida ao estádio é uma experiência revigorante, marcada por gritos de torcida e demonstrações de emoção.).

No fragmento acima, o guia discorre sobre a importância do futebol para o brasileiro.

(35) Heavy German immigration in the 1800s brought Reinheitsgebot, Germany's beer purity law, and these German-Brazilians aren't too fond of sharing. (A forte imigração alemã no século XIX trouxe a Reinheitsgebot, a lei da pureza da cerveja, e os teuto-brasileiros não são muito fãs de compartilhá-la.).

No trecho acima, temos o guia da *Lonely Planet* abordando a imigração europeia para o País e suas contribuições para o povo brasileiro.

(36) *Brazilians are world-famous party professionals.* (Os brasileiros são famosos mundialmente por adorarem festas.).

O último trecho aqui descreve o povo brasileiro como um povo que, no geral, gosta de festa.

#### 4.1.2.2 *Brazilians are* + advérbio

Alguns advérbios que ocorrem na estrutura *Brazilians are* são: *also* (também), *deeply* (profundamente), *incredibly* (incrivelmente), *pretty* (bem), e *very* (muito), e foram usados para enfatizar o adjetivo antecedente, como podemos observar nos exemplos a seguir:

(37) *Brazilians are also generous hosts, ensuring that guests' glasses, plates, or coffee cups are never empty.* (Os brasileiros também são anfitriões generosos, e sempre mantêm as taças, pratos ou xícaras de café dos convidados cheias.)

(38) *Brazilians are deeply Catholic and often conservative people.* (Os brasileiros são profundamente católicos e geralmente conservadores.)

(39) *Brazilians are incredibly kind people in general.* (No geral, os brasileiros são incrivelmente gentis.)

(40) *Brazilians are pretty informal, but there are a few key rules of etiquette.* (Os brasileiros são bem informais, mas existem algumas regras importantes de etiqueta.)

(41) *Brazilians are pretty laid-back when it comes to most sexual issues, and homosexuality is more accepted here than in any other part of Latin America.* (Os brasileiros são mais despreocupados em relação à maioria das questões sexuais e a homossexualidade é mais aceita aqui do que em qualquer outro país da América Latina.)

(42) *Brazilians are very fashion-conscious, but are casual dressers.* (Os brasileiros são ligados na moda, mas são bem casuais.)

A única forma do verbo no passado simples também é seguida de um advérbio, e destaca a derrota do Brasil para a Alemanha na Copa de 2018, como se nota em:

(43) *Many Brazilians were so disappointed that they even booed their own players as they left the field.* (Muitos brasileiros ficaram tão decepcionados que até vaiaram os próprios jogadores quando eles deixaram o campo.)

Os guias fazem uma descrição bastante genérica, porém válida, da população brasileira, que é apresentada como um povo acolhedor, religioso e informal.

#### 4.1.2.3 *Brazilians tend*

O uso do verbo *tend* (tender; costumar) foi encontrado apenas em seções que reportam os costumes do povo brasileiro. Foram observadas quatro ocorrências.

(44) *Brazilians tend to be friendly and open.* (Os brasileiros tendem a ser simpáticos e sociáveis.)

(45) *Brazilians tend to eat pizza with knife and fork.* (Os brasileiros costumam comer pizza com garfo e faca.)

(46) *Brazilians tend to have a small café (coffee) with milk and a sweet or savory baked good.* (Os brasileiros costumam beber café com leite acompanhado de uma iguaria doce ou salgada.)

(47) *Brazilians tend to use umbrellas more than raincoats.* (Os brasileiros tendem a usar mais guarda-chuva do que capa de chuva.)

Os trechos acima indicam o comportamento que a maioria dos brasileiros está propensa a ter e que, supostamente, por serem discriminados nos textos em inglês, despertam

a curiosidade do estrangeiro. Isto é, nos Estados Unidos é bastante comum comer pizza com a mão, o que não é usual no Brasil, principalmente em restaurantes. O cafezinho tomado diversas vezes ao longo do dia não é um costume nos Estados Unidos ou Inglaterra (origem de alguns dos colaboradores dos guias), sendo a Inglaterra mundialmente conhecida pelo “chá da tarde” e os Estados Unidos por consumirem copos altos de café mais diluído e muitas vezes gelado, assemelhando-se a uma sobremesa. Além disso, a capa de chuva é um acessório bem típico desses dois países e talvez não seja habitual no Brasil devido ao fato de que os períodos mais chuvosos, em grande parte do País, acontecem justamente nos meses de verão.

#### 4.1.2.4 *Brazilians can*

*Brazilians can* tem três ocorrências, cada uma descreve um aspecto diferente sobre os brasileiros: poder aquisitivo, comportamento e costume. Duas delas ocorrem em textos sobre transporte e apenas uma em seção sobre costumes brasileiros.

(48) *Since just a small percentage of Brazilians can afford cars, public transportation is used a great deal.* (Uma vez que apenas uma pequena parcela dos brasileiros pode comprar um carro, a utilização do transporte público é bastante comum.).

(49) *Be aware, however, that Brazilians can be aggressive drivers.* (Tenha em mente, entretanto, que os brasileiros podem ser agressivos no trânsito.).

(50) *Generally speaking, social customs in Brazil are not vastly different from those you will find in ‘Western’ countries, but Brazilians can be both awkwardly formal and disarmingly informal.* (Em linhas gerais, os costumes brasileiros não são muito diferentes daqueles encontrados em países ocidentais. No entanto, os brasileiros podem ser constrangedoramente formais ou desconsertadamente informais.).

Dois trechos acima destacam o aspecto do trânsito; o primeiro é que a forma de locomoção da maioria dos brasileiros é o transporte público; o segundo refere-se ao modo de dirigir. A terceira passagem destaca a inconsistência em relação à formalidade ou falta dela.

#### 4.1.2.5 *Brazilians love*

A construção *Brazilians love* tem três ocorrências e cada uma delas trata de um aspecto diferente, como família, natureza e lazer.

(51) *Brazilians love children, and they tolerate them to an extent that can occasionally exceed limits expected by some other cultures.* (Os brasileiros amam crianças a tal ponto de tolerar certos comportamentos que excedem os limites impostos por outras culturas.).

A informação sobre certos comportamentos infantis informa ao turista estrangeiro que é possível ter alguma experiência desagradável em locais com muitas crianças.

(52) *Brazilians love their waterfalls, and it's no wonder.* (Os brasileiros amam suas cachoeiras e é fácil de entender o porquê.).

A passagem acima destaca que os brasileiros valorizam a natureza no seu País.

(53) *Brazilians love to drink – and by that we don't just mean alcohol.* (Os brasileiros amam beber – e não só bebidas alcóolicas.).

O terceiro excerto salienta o hábito de os brasileiros beberem líquidos em geral, o que também pode ser um indicativo da variedade de sucos de frutas –exóticas” encontrados com relativa facilidade no País.

No caso de *Brazilians*, observa-se ênfase dada à hospitalidade, à informalidade e ao espírito festivo do povo brasileiro. Também encontramos menção à paixão do povo brasileiro pelo futebol, por crianças e pela natureza. A agressividade no trânsito foi a única característica negativa usada para descrever os brasileiros.

#### 4.1.3 Brazilian

**Figura 22 – Clusters de Brazilian**

Concordance				Concordance Plot	File View	Clusters/N-Grams
Total No. of Cluster Types				182	Total No. of Clusters	
Rank	Freq	Range	Cluster			
1	12	3	brazilian music			
2	8	3	brazilian cities			
3	7	3	brazilian and			
4	7	1	brazilian society			
5	6	2	brazilian culture			

Fonte: *Print screen* da ferramenta *clusters* no programa *AntConc*.

Os primeiros *clusters* encontrados são: *Brazilian music*, com 12 ocorrências; *Brazilian cities*, com 8; *Brazilian and*, com 7; *Brazilian society*, com 7; e *Brazilian culture*, com 6. Destacamos que a construção –*Brazilian and*” é a única que não forma uma combinação adjetiva.

##### 4.1.3.1 Brazilian music

Os estilos musicais que se destacam na descrição da música brasileira são a Bossa Nova, MPB e o Samba. Sobre o primeiro, encontramos:

(54) *Música Popular Brasileira (MPB) is a catchphrase to describe all popular Brazilian music after bossa nova.* (MPB é um slogan para descrever todas as músicas populares brasileiras depois da Bossa Nova.) (linha 1).

A respeito do Samba, observamos a seguinte ocorrência:

(55) *All **Brazilian music** has roots in samba; even [...].* (Toda a música brasileira tem raiz no samba, até mesmo [...].) (linha 6).

Os trechos destacam a MPB, a bossa nova e o samba, todavia, nota-se que outros estilos musicais brasileiros, que atualmente estão em voga, foram negligenciados, citando apenas os mais tradicionais.

#### 4.1.3.2 *Brazilian cities*

Quanto às cidades brasileiras, destacam-se três pontos: transporte, arquitetura e água.

O ônibus é descrito como a principal forma de deslocamento nas cidades brasileiras, como observamos em:

(56) *In most **Brazilian cities** and towns, the main mode of transportation is the bus and its variations, such as minivans and minibuses.* (Na maioria das cidades brasileiras, o principal meio de transporte é o ônibus e suas variantes, como minivans e micro-ônibus.).

A questão do transporte público foi previamente verificada, mas parece ser uma informação importante para o turista que precisará utilizá-lo para se locomover.

Em relação à arquitetura das cidades brasileiras, encontramos:

(57) *[...] art deco created a more simplified, streamlined aesthetic. It was also better suited to the increasingly vertical urban landscapes as population growth began to rapidly accelerate in **Brazilian cities**. Art deco design became widespread in Brazil.* ([...] a arte déco criou uma estética mais simples e enxuta, sendo também mais adequada para o aumento cada vez maior da verticalização das paisagens urbanas à medida que o crescimento populacional começou a acelerar rapidamente nas cidades brasileiras. Foi assim que a arte déco se popularizou no Brasil) (linha 3).

A arquitetura da cidade parece ser uma temática bastante recorrente sobre as cidades brasileiras que serão analisadas nos dados a seguir.

A respeito da água, nota-se:

(58) *Tap water in **Brazilian cities** such as Rio and São Paulo is generally safe to drink, but it tastes awful.* (A água de torneira nas cidades brasileiras como Rio e São Paulo geralmente é segura para o consumo, mas o sabor é horrível.) (linha 4).

No trecho acima, identifica-se preocupação com a pureza da água no País. Ou seja, que ela não seja contaminada, que não cause doenças. Por isso a informação sobre seu consumo é destacada para o turista estrangeiro.

#### 4.1.3.3 *Brazilian and*

Essa construção apresenta sete ocorrências: duas delas seguidas de *international* (internacional), uma vez de *foreign* (estrangeiro), uma vez de *or* (ou) e outra de *other* (outro) e outras.

No caso de *Brazilian and international* destaca-se nas linhas 2 e 3, respectivamente, a culinária e os escritores estrangeiros contemporâneos.

(59) *With great pizzerias, sushi bars and restaurants serving first-rate Brazilian and international fare, you won't go hungry in Sampa.* (Com excelentes pizzarias, restaurantes japoneses e de comida brasileira e internacional de primeira, você não passará fome em Sampa) (linha 2).

O trecho anterior destaca a diversidade gastronômica na cidade de São Paulo, conhecida por ter os melhores restaurantes do País.

(60) *If you're here in August, visit the annual Festa Literária Internacional de Paraty, which draws **Brazilian and** international writers, and the Pinga Festival, when samples of local cachaça (Brazilian rum), regional food, and live music are on offer.* (Caso venha no mês de agosto, visite a Festa Literária Internacional de Paraty, que atrai escritores brasileiros e estrangeiros, e o Festival da Pinga, onde é possível provar a cachaça local, comida regional e música ao vivo.).

No exemplo acima, observamos o uso de “~~rum~~”, uma tradução anglocêntrica para “eachaça”. Isto é, verificamos a domesticação de um termo culturalmente marcado, que acarretou no apagamento de uma bebida tipicamente brasileira (REBECHI, 2012) em um texto exclusivamente sobre o Brasil, cujo objetivo deveria ser exalta aquilo que é brasileiro para o leitor.

Em *Brazilian and/or*, encontramos uma passagem relativa às crenças brasileiras.

(61) *Many Brazilians who are nominally Catholic attend both Afro-**Brazilian and/or** spiritual and Christian rites.* (Muitos brasileiros que se consideram católicos frequentam cerimônias afro-brasileiros ou espíritas.) (linha 5).

Na passagem acima, é destacada a diversidade religiosa brasileira e a influência de religiões de matriz africana no Brasil, o que não é verificado, por exemplo, nos Estados Unidos ou Inglaterra, que são países majoritariamente protestantes.

#### 4.1.3.4 *Brazilian society*

A construção apresenta sete ocorrências e a temática que prevalece nas linhas de concordância é o período de escravidão e a contribuição que a cultura africana deu para a sociedade brasileira.

(62) *Pernambuco's sugar plantations revolutionized Brazilian thinking about the African contribution to **Brazilian society**.* (Os canaviais de cana de açúcar em Pernambuco revolucionaram o pensamento brasileiro sobre as contribuições africanas para a sociedade brasileira.) (linha 4).

No excerto anterior, temos mais uma vez o destaque da contribuição africana para a sociedade brasileira.

Além dessas, encontramos, novamente, uma referência ao futebol.

(63) [...] *the way that football has shaped Brazilian society. The Clubs Brazil has a staggering number of league teams [...].* ([...] a forma como o futebol moldou a sociedade brasileira. O Brasil tem um altíssimo número de times de liga [...].) (linha 6).

No fragmento acima, nota-se que os guias destacam, novamente, a importância do futebol para a sociedade brasileira.

#### 4.1.3.5 *Brazilian culture*

Todas as ocorrências de **Brazilian culture** são precedidas de *afro* e em três das seis linhas de concordância a cidade de Salvador é citada como *–the best introduction*” (a melhor introdução à), *–the center*” (o centro de) e *–heady dose of*” (deliciosa dose da) *–Afro-Brazilian culture*” (cultura afro-brasileira).

Na passagem abaixo, é possível observar um desses usos:

(64) *Fly into Salvador for the best introduction to **Afro-Brazilian culture**. Buy an acarajé (a deep-fried bean snack) from traditionally dressed Bahian women, and set off to explore the historic crown jewel of Brazil: the Pelourinho.* (Pegue um avião com destino a Salvador para ter a melhor introdução à cultura afro-brasileira. Compre um acarajé (bolinho frito de massa de feijão) de uma das mulheres com trajes típicos de baiana e explore a histórica joia da coroa do Brasil: o Pelourinho.) (linha 1).

As combinações adjetivas geradas a partir do adjetivo *–Brazilian*” destacam aspectos da sociedade brasileira que são interessantes para estrangeiros. Acerca da combinação *–Brazilian music*” observamos o destaque do samba e MPB. A combinação *–Brazilian cities*” mostrou que, diferente de outros países onde a maioria da população pode ter um carro próprio, a brasileira se desloca usando o ônibus. A mesma combinação também destacou característica da arquitetura das cidades e o consumo de água de torneira, que não é tão usual no País quanto em outras nações. A combinação *–Brazilian society*” mostrou que, para o estrangeiro, o futebol é um elemento fortemente presente na constituição da identidade brasileira e a combinação *–Brazilian culture*” destacou a importância da cultura afro-brasileira para o País.



## 4.2 COMBINAÇÕES ADJETIVAS DE FOZ DO IGUAÇU

Foz do Iguaçu apresentou adjetivos em inglês nas seguintes categorias: **arredores**, **alimentos**, **cômodos** e **comércio**; em língua portuguesa obtivemos apenas em **arredores**.

A seguir, apresentamos uma tabela com todos os adjetivos em inglês e português encontrados no *corpus* de Foz do Iguaçu (Tabela 4).

**Tabela 4** – Adjetivos em inglês e português encontrados no *corpus* de Foz do Iguaçu

<u>Categoria</u>	<u>Inglês</u>	<u>Ocorrências</u>	<u>Português</u>	<u>Ocorrências</u>
<b>Arredores</b>	<i>Brazilian</i> (brasileiro)	26	Paranaense	5
	<i>Argentinian</i> (argentino)	5	Binacional	12
	<i>National</i> (nacional)	6	Nacional	42
	<i>Main</i> (principal)	7	Turísticos	10
	<i>Spectacular</i> (espetacular)	10	Atlântica	8
	<i>Largest</i> (maior)	6	Privilegiada	5
	<i>Majestic</i> (majestoso)	5		
<b>Alimentos</b>	<i>Excellent</i> (excellent)	6	∅	
<b>Cômodos</b>	<i>Pleasant</i> (agradável)	4	∅	

Fonte: Criado pelo autor.

### 4.2.1 Análise da categoria *arredores*

A tabela acima mostra que há não só mais adjetivos na descrição de Foz do Iguaçu em inglês, como também adjetivos que recaem em outros grupos (como **alimentos** e **pessoas**) quando comparamos com os resultados em português.

Os adjetivos da categoria **arredores** foram divididos em dois grupos, a saber: **adjetivos gentílicos e de coletividade** e **atrações turísticas**.

#### 4.2.1.1 *Brazilian*, *Argentinian*, *national* e paraense, binacional, nacional

**Brazilian** ocorre, frequentemente, para indicar aquilo que está localizado no lado brasileiro. No entanto, também observamos ocorrências que fazem referência à fauna do Brasil. As combinações de **paranaense** ocorrem para descrever regiões no estado do Paraná. Além do uso semelhante a *Brazilian*, *Argentinian* indica cidades na Argentina. As combinações de **binacional** fazem referência à hidroelétrica de Itaipu. Todas as ocorrências com o adjetivo **national** ocorrem com o substantivo “*park(s)*”; **nacional** além de ter 37 ocorrências com “*prque*”, também ocorre com outro substantivo.

A seguir temos algumas combinações com **Brazilian**, **national** e **nacional**.

Com relação ao adjetivo **Brazilian**, os exemplos 1 e 2 indicam onde o turista pode conhecer as famosas churrascarias brasileiras e obter informações sobre as aves do Brasil.

(65) *On the **Brazilian side**, all-you-can-eat churrascarias (barbecue restaurants) dominate, though you'll find plenty of Middle Eastern (Foz is home to a large population of Lebanese immigrants) and a decent selection of Asian restaurants.* (No lado brasileiro, os rodízios nas churrascarias são muito comuns, embora seja possível encontrar vários restaurantes árabes (Foz é a casa de uma grande população de imigrantes Libaneses) e uma seleção interessante de restaurantes asiáticos.).

(66) *Located close to the main entrance of the Parque Nacional do Iguacu, the Parque das Aves serves as an introduction to **Brazilian birdlife**.* (Localizado próximo da entrada principal do Parque Nacional do Iguacu, o Parque das Aves serve como uma introdução às aves brasileiras.).

Algumas combinações com **Brazilian**: **Brazilian** ~~park~~” (parque) / ~~city(ies)~~” (cidade(s)) / ~~species~~” (espécies).

O adjetivo **Argentinian** indica localização (assim como, também, o adjetivo anterior); a diferença é que ele ocorre para fazer referência a localidades na Argentina, como se observa a seguir.

(67) *The falls are located near the Brazilian city of Foz do Iguacu and the sleepy **Argentinian town** of Puerto Iguazú.* (As cataratas ficam localizadas próximo à cidade de Foz do Iguacu e da pacata cidade argentina de Puerto Iguazú.).

Algumas combinações de **Argentinian**: **Argentinian** ~~side~~” (lado) / ~~park~~”.  
**National** combina apenas com a substantivo ~~park(s)~~”.

(68) *Both **national parks** are also abundant with wildlife.* (Ambos os parques também estão repletos de animais selvagens.).

Em nosso *corpus*, o adjetivo **paranaense**, combina com os substantivos que remetem a localização.

(69) Com aproximadamente 260 mil habitantes, Foz do Iguacu está localizada no extremo **Oeste paranaense**, na chamada tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina.

Outra combinação com **paranaense**: ~~região~~” **paranaense**.

As combinações com **binacional** ocorrem para descrever aspectos relativos à hidroelétrica de Itaipu e à ponte Internacional da Fraternidade, que liga o Brasil à Argentina.

(70) Toda essa energia produzida garante à **Itaipu Binacional** o título de maior usina hidrelétrica do mundo em geração de energia limpa e renovável.

Algumas outras combinações com **binacional**: ~~Itaipu~~” / ~~segurança~~” / ~~emissão~~”  
**binacional**.

**Nacional** apresenta uso semelhante a *national*, ocorrendo frequentemente com *-parque*”, mas também ocorre com *-roteiro*”, não apresentando, assim, um caráter de combinação tão exclusivo quanto o correspondente em inglês.

(71) Está planejando um **roteiro nacional** de viagem?

Outra combinação com **nacional**: *-Parque*” **nacional**.

Observa-se, portanto, que, no geral, as combinações em inglês e português trazem informações para o leitor a sobre a localização de atrações turísticas e sobre a fauna brasileira.

#### 4.2.1.2 *Main, spectacular, largest, majestic* e turístico, atlântica, privilegiada

**Main** ocorre principalmente para descrever as principais atrações turísticas da cidade de Foz do Iguaçu. O adjetivo *spectacular* ocorre com frequência para descrever as quedas d’água de Foz. As combinações com *largest* apontam que o adjetivo é usado na descrição da hidroelétrica, quedas d’água e Mata Atlântica. **Turístico\***<sup>6</sup> ocorre para descrever locais que são destinados à visitação. **Atlântica** faz referência à floresta tropical na costa do litoral brasileiro. Por fim, temos **privilegiada**, cujas combinações caracterizam o visual proporcionado por atrações turísticas e tem uso semelhante ao do adjetivo *spectacular*, pois descrevem paisagens.

Em seguida, temos dois exemplos que ilustram o uso do adjetivo *main* em nosso *corpus*.

(72) *Today, Foz is an excellent base from which to visit the city’s main attraction, the spectacular waterfalls located to the east.* (Hoje em dia, Foz é um ótimo local para se hospedar e visitar a principal atração: as espetaculares quedas d’água localizadas ao leste.).

(73) *Although the Brazilian side is best for panoramic views, it is easier to get closer to the main cataracts from the trails on the Argentinian side.* (Apesar de o lado brasileiro ter as melhores vistas panorâmicas, é mais fácil chegar mais perto das cataratas principais a partir das trilhas localizadas no lado Argentino.).

Algumas outras combinações com *main*: *main -waterfall*” / *-trail*”.

Nota-se o uso frequente do adjetivo *main* para retratar as Cataratas do Iguaçu.

O adjetivo **turístico\*** ocorre para descrever a cidade de Foz como um polo de turismo ou a hidroelétrica de Itaipu como atrativo turístico. Essas ocorrências estão presentes tanto em textos da prefeitura quanto naqueles redigidos pelo governo estadual e federal. A seguir, oferecemos alguns exemplos com combinações com **turístico\***.

<sup>6</sup> O uso do asterisco (\*) no decorrer do texto refere-se à flexão de gênero e número do adjetivo indicado em português.

(74) A cidade é **centro turístico** e econômico do oeste do Paraná e é um dos mais importantes destinos turísticos brasileiros.

(75) O Complexo Turístico Itaipu é muito mais que um **atrativo turístico**.

Algumas outras combinações de **turístico\***: **–Complexo” turístico**.

Observamos que o adjetivo *main* ocorre em nosso *corpus* para descrever as Cataratas do Iguaçu como uma das principais atrações turísticas. Além disso, o excerto apresenta informações voltadas para o turismo, como indicação da cidade de Foz como uma base para estadia e também maneiras de chegar mais próximo das principais quedas d’água da atração. No caso das combinações em língua portuguesa extraídas de textos das três esferas governamentais, essas destacam a cidade de Foz de Iguaçu como ponto turístico, mas também informam ao leitor sobre a importância econômica da cidade para o oeste paranaense e sobre a relevância da hidroelétrica para a geração de energia renovável para o País.

*Spectacular* ocorre para descrever o visual proporcionado pela atração bem como as próprias quedas d’água. Destacamos que o adjetivo *spectacular* ocorre apenas nas cidades do Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu e *majestic* ocorre exclusivamente nas descrições da cidade de Foz do Iguaçu.

(76) *You’ll find spectacular views from the Sheraton on the Argentine side.* (Você encontrará vistas espetaculares no Hotel Sheraton no lado argentino.).

(77) *Nearly nothing wows like the breathtaking roar of the Rio Iguaçu splicing the edge of Brazil and Argentina, creating the spectacular Iguaçu Falls.* (Quase nada surpreende tanto quanto o troar impressionante do Rio Iguaçu unindo a margem do Brasil e Argentina, criando as espetaculares Cataratas do Iguaçu.).

Algumas outras combinações com *spectacular*: *spectacular –panoramic view” / –Garganta del Diabo” / –waterfalls”*.

As combinações com *majestic* ocorrem para descrever o visual das quedas d’água do Iguaçu ou da região que circunda as cataratas, como observamos em:

(78) *Parque Nacional do Iguaçu (Brazil), Brazil’s second-oldest national park, created in 1939, protects one of South America’s most magical and majestic sights, Iguaçu Falls, part of the largest waterfall system in the world.* (Criado em 1939, o Parque Nacional do Iguaçu (Brasil) é o segundo parque nacional mais antigo e protege uma das vistas mais mágicas e majestosas da América do Sul: as Cataratas do Iguaçu, que faz parte do maior sistema de quedas d’água do mundo.).

(79) *The falls are located near the Brazilian city of Foz do Iguaçu and the sleepy Argentinian town of Puerto Iguazú. This majestic area has excellent access roads and tourist facilities...* (As quedas d’água estão localizadas perto da cidade brasileira de Foz do Iguaçu e da pacata cidade de Puerto Iguazú. Essa majestosa área tem um acesso excelente a rodovias e recursos turísticos.).

Observa-se que os materiais em língua inglesa ressaltam bastante a grandeza das Cataratas do Iguaçu por meio de adjetivos. Em português, os textos governamentais da esfera federal descrevem as cataratas, por vezes, por meios de substantivos que enfatizam essa característica de grandeza, como se observa em:

(80) [...] altamente exigentes quanto à qualidade de água, que é ainda melhor após o rio se derramar nos **paredões das Cataratas**.

(81) O Parque Nacional do Iguaçu é uma Unidade de Conservação Federal que tem por objetivo proteger um dos mais significativos remanescentes da Mata Atlântica na América do Sul, **palco do espetáculo das Cataratas do Rio Iguaçu**.

Além disso, em busca pelas linhas de concordância de “-ataratas”, foi possível observar a ocorrência de adjetivos antepostos ao substantivo para designar ênfase (GARCIA, 2011). É importante frisar que esses adjetivos, destacados a seguir, não foram verificados em nossa lista de palavras-chave, mas foram revelados pela análise qualitativa das linhas de concordância.

(82) O Parque Nacional do Iguaçu, berço das **magníficas Cataratas**, atrai durante todo o ano milhares de turistas brasileiros e estrangeiros.

(83) As **majestosas Cataratas do Iguaçu**, com o estrondoso barulho de suas quedas e o magnífico balé dos andorinhões [...].

**Privilegiada** ocorre em nosso *corpus* para descrever o visual da usina de Itaipu ou da cidade de Foz. Todas as ocorrências da combinação “-vista/visão **privilegiada**” estão presentes nos textos redigidos pelo governo federal, órgão responsável pela construção da hidroelétrica juntamente com o governo paraguaio.

(84) Além da **visão privilegiada** do vertedouro ao topo da barragem, o trajeto ainda permite o contato com a natureza e belas paisagens dentro do Complexo Turístico Itaipu.

Outra combinação com **privilegiada**: “-vista” **privilegiada**.

**Atlântica** combina com “-mata” apenas. No geral, as ocorrências dessa combinação apontam para as partes remanescentes de preservação da floresta em território brasileiro e para sua biodiversidade. Foi observado que todas as ocorrências da combinação “-mata atlântica” em nosso *corpus* de língua portuguesa ocorreram em textos do governo federal, não havendo tido ocorrências da combinação em textos da prefeitura ou governo do estado.

(85) Um dos últimos e mais importantes remanescentes de **Mata Atlântica** a resistir o desmatamento, hoje o Parque Nacional do Iguaçu compõe, juntamente ao Parque Nacional Iguazú, na Argentina, o mais importante contínuo biológico do Centro-Sul da América do Sul.

Um padrão semelhante foi observado nas ocorrências de **mata atlântica** em língua inglesa.

(86) *The two preserves of Brazil's Parque Nacional do Iguacu and Argentina's Parque Nacional Iguazú contain one of the largest surviving tracts of **Atlantic Forest** in South America.* (Ambas as reservas do Parque Nacional do Iguacu, no Brasil, e do Parque Nacional do Iguazú, na Argentina, têm uma das maiores áreas remanescentes de mata atlântica na América do Sul.).

**Largest** ocorre para descrever a hidroelétrica de Itaipu e áreas remanescentes da mata atlântica.

(87) *Its southern extension, Serra da Graciosa, is one of the **largest remaining areas of Mata Atlântica** (Atlantic rainforest) in southern Brazil.* (A Serra da Graciosa localizada na extensão territorial sul é uma das maiores áreas de mata atlântica remanescentes do sudeste brasileiro.).

(88) *The Itaipú dam was a joint construction project shared between Brazil and Paraguay, and is currently the world's **largest hydroelectric plant**.* (A represa de Itaipú foi um projeto de construção bilateral entre Brasil e Paraguai que resultou na maior hidroelétrica do mundo da atualidade.).

Nota-se que o uso dos adjetivos *spectacular* e *majestic* ocorre quase que exclusivamente para descrever o visual proporcionado pelas Cataratas do Iguacu, ao passo que **privilegiada** ocorre na descrição da vista proporcionada pela hidroelétrica de Itaipu e da cidade de Foz. A ênfase dada em textos governamentais pode ser explicada pelo fato de a obra ter sido erguida pelo governo federal na década de 1970.

Ainda sobre as Cataratas do Iguacu nos materiais em língua portuguesa, verificamos a recorrência do uso de substantivos para descrever a grandiosidade da mesma, como é o caso do substantivo “espetáculo” que denota a mesma coisa do adjetivo “*spectacular*”, em inglês. Sobre a posição do adjetivo em português, foi observado uso de adjetivos em posição anteposta para apresentar a atração, posição diferente da normal em língua portuguesa, que é à direita do substantivo.

Em relação a **atlântica**, os dois *corpora* enfatizam a questão da importância de áreas de preservação da floresta.

#### 4.2.2 Análise das categorias *alimentos* e *cômodos*

Aqui, analisaremos as duas categorias em uma única seção tendo em vista que nosso *corpus* gerou apenas dados em língua inglesa para as categorias **alimentos** e **cômodos**.

Os adjetivos acima foram agregados a partir do número de combinações que se enquadram em uma das seis categorias. Por exemplo, *excellent* apresentou duas combinações

na categoria alimentos, as demais descrevem um acesso a trilhas (**arredores**), um *site*, a cidade de Foz como um ponto para hospedagem e outra não forma combinação. Sendo assim, optamos por acrescentar o adjetivo ao grupo alimentos, uma vez que este foi o grupo com maior número de combinações. A mesma regra foi seguida para *pleasant*.

A combinação a seguir com *excellent* descreve as bebidas servidas em um bar.

(89) *Outstanding bar serving up excellent cocktails and live music that spans the gamut from grunge to reggae.* (Um bar extraordinário que serve coquetéis e música ao vivo que vão desde o grunge até o reggae.).

Outras combinações com *excellent*: *excellent -buffet*”.

*Pleasant* descreve um terraço em um restaurante localizado próximo ao Rio Iguaçu, as demais ocorrências não formam combinações.

(90) *This spot has a pleasant terrace overlooking the river just before it descends into the maelstrom – a great spot for a beer – and a good buffet lunch with plenty of salads and hot dishes.* (Esse restaurante tem um agradável terraço que dá vista para o rio antes dele desembocar no turbilhão de água – ótimo lugar para tomar uma cerveja – e um ótimo buffet no almoço com bastante salada e pratos quentes.).

Os materiais de turismo de Foz do Iguaçu, em inglês e português, da categoria **arredores**, apresentam algumas divergências. Enquanto os textos em língua inglesa dão maior destaque às Cataratas do Iguaçu – isso pôde ser observado devido à grande quantidade de termos utilizados para se referir a essa atração (*Iguaçu Falls, Garganta del Diabo, cataracts, waterfalls, part/side of the waterfalls/falls*, etc.) presentes no texto – e a menção sobre a fauna brasileira, nosso *corpus* do português enfatiza a hidroelétrica de Itaipu. Isso foi notado principalmente a partir da presença de combinações com **privilegiada**, que ressaltam o visual na hidroelétrica. Em relação às convergências encontradas, notamos que tanto os textos em língua inglesa quanto em língua portuguesa tratam da questão da importância da preservação da mata atlântica em território brasileiro. Isto é, os trechos de preservação também são atrações turísticas de Foz do Iguaçu valorizadas pelos turistas estrangeiros e brasileiros.

Foram encontrados, nos materiais em língua inglesa sobre a cidade de Foz do Iguaçu, adjetivos que recaem nas categorias de **alimentos** e **cômodos**, que apontam que os guias em inglês valorizam bebidas alcoólicas e cômodos amplos. A partir das linhas de concordância dessas combinações, também foi possível inferir uma ligeira valorização por ambientes com música ao vivo e locais para hospedagem que dispõem de piscina.

Um ponto importante a ser frisado é que não há indicação direta de informações acerca de hospedagem, alimentação ou comércio nos textos sobre Foz do Iguaçu provenientes dos

órgãos governamentais e isso pode ser uma justificativa para a ausências de adjetivos que poderiam ser enquadrados em outras categorias além de **arredores**.

#### 4.3 COMBINAÇÕES ADJETIVAS DE FLORIANÓPOLIS

Em inglês, a cidade de Florianópolis apresentou adjetivos nas seguintes categorias: **alimentos, arredores, cômodos e pessoas** (Tabela 2). Em português, temos as seguintes categorias: **alimentos, arredores, expressões artísticas e eventos e pessoas**. A ausência da categoria **cômodos** pode ter sido causada pela falta de sugestões de acomodações por parte dos órgãos governamentais.

Dentre as cinco categorias que apresentaram adjetivos, **arredores** é a que apresenta mais termos dessa classe e, no geral, eles foram mais recorrentes nos materiais de turismo em inglês.

A seguir, apresentamos uma tabela com todos os adjetivos em inglês e português encontrados no *corpus* de Florianópolis.

**Tabela 5** – Adjetivos em inglês e português encontrados no *corpus* de Florianópolis

<b>Categoria</b>	<b>Inglês</b>	<b>Ocorrências</b>	<b>Português</b>	<b>Ocorrências</b>
Arredores	<i>Fishing</i> (pescador)	20	Histórico	64
	<i>Popular</i>	18	Catarinense	46
	<i>Surfing</i> (de surfe)	18	Antig*	38
	<i>Beautiful</i> (lindo)	16	Religiosa*	24
	<i>Small</i> (pequeno)	15	Municipal	16
	<i>Gay</i>	13	Arquitetônicas	11
	<i>Brazilian</i> (brasileiro)	13	Centenária	10
	<i>Pretty</i> (belo)	13	Colônia*	14
	<i>Colonial</i>	10	Origina*	15
	<i>Colorful</i> (colorido)	10	Imponente	7
	<i>Historic</i> (histórico)	10	Belos	6
	<i>Calm</i> (calmo)	9	Turísticos	11
	<i>Great</i> (ótimo)	6		
	<i>Oldest</i>	6		
	<i>Sandy</i> (arenoso)	6		
	Alimentos	<i>Peaceful</i> (sossegado)	5	
<i>Rocky</i> (rochoso)		5		
<i>Scenic</i>		5		
(cinematográfico)				
<b>Alimentos</b>	<i>Excellent</i> (excelente)	8	Artesanal	5



	<i>Fresh</i> (fresco)	7		
	<i>Italian</i> (italiano)	7		
	<i>Fantastic</i> (fantástico)	6		
<b>Cômodos</b>	<i>Spacious</i> (amplo)	12	∅	
<b>Expressões artísticas e eventos e pessoas</b>	∅		Artístico*	47
			Nacionais	10
			Sacra	8
<b>Pessoas</b>	<i>Azorean</i> (açoriano)	17	Açorianos	5

\*Refere-se à flexão de gênero e número do adjetivo em português.

Fonte: Criado pelo autor.

#### 4.3.1 Análise da categoria *arredores*

A tabela anterior mostra que há cinco adjetivos a mais nesta categoria em inglês em comparação ao português. Em língua inglesa, o adjetivo com maior número de combinações é *pretty*; em português, **histórico**.

Para a apresentação das análises, os adjetivos em ambos os idiomas foram divididos nos seguintes grupos: **avaliação, época, descrição física e outros**.

##### 4.3.1.1 Avaliação: *beautiful, pretty, calm, scenic, great, peaceful* e belo

Os adjetivos de avaliação foram mais frequentes em nosso *corpus* de língua inglesa em comparação aos materiais da prefeitura de Florianópolis e do governo do estado de Santa Catarina.

As combinações com *beautiful* e *pretty* descrevem corpos d'água e vistas. Todas as combinações com *calm* são com corpos d'água; a única combinação com *scenic* ocorre com o substantivo *waters*. *Great* ocorre na descrição de locais. Em português, temos o adjetivo **belo**, que descreve a beleza do local.

A seguir, oferecemos um exemplo de ocorrência com uma combinação com *beautiful* e *pretty*.

(91) *That's not to say there are no redeeming qualities here – beautiful beaches like Praia do Santinho and Praia dos Ingleses maintain a slow and easy quality.* (Isso não quer dizer que não haja qualidades compensadoras aqui – as lindas praias do Santinho e dos Ingleses têm um ritmo calmo e tranquilo [...]).

Outras combinações com *beautiful*: *beautiful untouched beaches*” (praias incólumes) / *freshwater lake*” (lago) / *views*” (vistas) / *spot*” (local).

(92) *Forested hills form a fabulous backdrop for the pretty lagoon.* (Os morros arborizados formam um incrível plano de fundo para a bela lagoa.).

Outras combinações com *pretty*: *pretty –setting*” / *–beaches*” (praias).

*Calm* ocorre exclusivamente com substantivos aquáticos e a única combinação com *scenic* segue o mesmo padrão.

(93) *Calm waters and a family atmosphere are found at Daniela beach or Lagoinha de Ponta das Canas. (A Praia de Daniela ou Lagoinha de Ponta das Canas têm águas calmas e um ambiente familiar.)*

Outra combinação com *calm*: *calm –seas*”.

(94) *Boats ply the scenic waters hourly. (Os barcos percorrem as águas cinematográficas de hora em hora.)*

*Great* e *belos* ocorrem na descrição de locais:

(95) *This is a great spot to watch the sunset, with the photogenic Hercilio Luz Bridge as a background. (Esse é um ótimo lugar para assistir ao pôr-do-sol, com a bela Ponte Hercílio Luz como plano de fundo)*

Outra combinação de *great*: *great –place*”.

(96) *Angelina destaca-se por possuir alguns dos mais belos locais de peregrinação do Brasil, o Santuário Nossa Senhora de Angelina.*

Outra combinação de *belos*: *belos –cenários*”.

*Peaceful* ocorre para descrever lugares pacatos:

(97) *The historic heart of downtown Florianópolis is Praça XV de Novembro, a peaceful square shaded with tall palms and giant fig trees. (O coração histórico do centro de Florianópolis é a Praça XV de Novembro, uma praça tranquila e sombreada com altas palmeiras e figueiras gigantes.)*

Outra combinação de *peaceful*: *peaceful –spots*” (locais).

Notou-se que os adjetivos avaliativos em língua inglesa ocorrem frequentemente na descrição de corpos d'água, o que pode ser um indício de que os atrativos aquáticos da cidade são valorizados pelos guias estrangeiros, além de serem adjetivos bastante apelativos e característicos dos textos de turismo, assim como é o uso de pronomes na segunda pessoa, verbos no imperativo, frases curtas e de efeito, imagens ilustrativas etc. (REIS, 1981; SULEIMAN, 2016).

No caso da descrição de locais, os textos em inglês dão ênfase a pontos turísticos, como a Ponte Hercílio Luz, e locais para a prática esportiva. A descrição de locais no texto do governo do estado de Santa Catarina dá destaque a destinos voltados para a celebração de práticas religiosas e lugares turísticos localizados na capital catarinense. Portanto, nota-se que

adjetivos em inglês avaliam as belezas naturais da cidade enquanto os textos governamentais, além disso, também informam o leitor sobre celebrações religiosas na cidade.

#### 4.3.1.2 Época: *colonial*, *historic*, *oldest* e colônia\*, histórico, antigo e centenário.

É possível observar um paralelismo nos adjetivos deste grupo entre as línguas; a única diferença é que em português temos um adjetivo a mais, “centenário”.

**Colonial** e **colônia\*** ocorrem com termos que descrevem construções com características do período histórico brasileiro entre 1530 e 1822. Todas as ocorrências do adjetivo “colônia\*” em português foram encontradas em textos da prefeitura de Florianópolis. A seguir, temos as combinações dos adjetivos em destaque.

(98) *Built between 1600 and 1650, the Igreja de São Benedito remains an excellent example of colonial architecture.* (Construída entre 1600 e 1650, a Igreja de São Benedito continua sendo um ótimo exemplo de arquitetura colonial.).

Outras combinações com **colonial**: **colonial** “homes” (casas) / “appearance” (aspecto) / “house” (casa) / “center” (centro).

Em português temos:

(99) Um dos últimos remanescentes da **arquitetura colonial** [...].

Outras combinações com **colonial**: “período” colonial; “engenhos” / “características” coloniais.

**Historic** e **histórico** têm preferência por termos que designam herança cultural. Essa característica é salientada tanto nos textos da prefeitura quanto do governo do estado de Santa Catarina, o que pode ser uma característica importante da cidade a ser destacada por ambas as esferas governamentais. A seguir, apresentamos exemplos nos dois idiomas dos adjetivos em destaque.

(100) *Today the fortress is open to the public and protected as a historic site of national heritage.* (Atualmente, o forte está aberto ao público e é protegido como um sítio histórico da herança nacional.).

Outras combinações com **historic**: **historic** “center” / “market” / “heart”.

(101) O Coronel da Polícia Militar Antônio de Lara Ribas selecionou as armas apreendidas no Estado, que tivessem **valor histórico** ou de coleção.

Outras combinações com **histórico**: “patrimônio” / “marco” / “centro” / “museu” **histórico**.

*Oldest* ocorre com termos que descrevem diversos aspectos da cidade e **antig\*** descreve prédios de outros tempos na capital catarinense. Em seguida, apresentamos exemplos em inglês e português, respectivamente, dos adjetivos destacados.

(102) *Dating from 1737, the Igreja da Ordem is the city's oldest church and the finest example of Portuguese ecclesiastical architecture in the state.* (De 1737, a Igreja da Ordem é a igreja mais antiga da cidade e o melhor exemplo de arquitetura portuguesa eclesiástica no estado.)

Outras combinações com *oldest*: **oldest -town** / **-buildings** / **-communities**.

(103) Neste **antigo sobrado** de características coloniais luso-brasileiras, nasceu o pintor, desenhista e professor Victor Meirelles de Lima (1832-1903), autor das famosas pinturas: A Primeira Missa no Brasil, Combate Naval do Riachuelo, Passagem de Humaitá, Moema e Casamento da Princesa Isabel.

Outras combinações com **antigo**: **antigo “mercado”**; **Antigos -casarões** / **-móveis**.

A combinação de *-oldest*, *-antigo*, acima, bem como a próxima combinação destacada indicam que a arquitetura é valorizada tanto em inglês quanto em português quando observamos as referências à *-arquitetura portuguesa eclesiástica* e às *-características coloniais luso-brasileiras*.

O adjetivo **centenária** é usado para descrever a arquitetura na cidade e uma figueira. Ambas as ocorrências são de textos produzidos pela prefeitura de Florianópolis.

(104) A **arquitetura centenária** da localidade está preservada por lei municipal desde 1975.

Outra colocação com **centenária**: **-figueira** **centenária**.

Embora ambos os materiais destaquem a arquitetura, observa-se que, em inglês, temos mais palavras do campo semântico da construção civil (*-homes*, *-house*, *-buildings*, *-church*, *-architecture*, *-market* etc.) do que em língua portuguesa, que privilegia termos mais subjetivos (*-patrimônio*, *-valor*, *-marco*, *-período*, *-características* etc.). Além disso, também foi notado que os materiais governamentais fornecem informações sobre figuras históricas importantes para a cidade de Florianópolis.

4.3.1.3 Descrição física: *small, colorful, sandy, rocky* e arquitetônicas, imponente, original

*Small* e *colorful* apresentam combinações que descrevem a natureza e aspectos da cidade no geral.

(105) [...] *simple fishing boats moored on the beach's eastern end near the mouth of the small river.* ([...] barcos simples atracados na extremidade leste da praia próximo à foz do pequeno rio.)

Outras combinações com *small*: *small -gardens*” (jardins) / *-ities*” (cidades).

(106) *Nearby is the colorful village of Ribeirão da Ilha, site of one of the first Azorean settlements on the island, and home to some of the best seafood restaurants. (Próximo fica a vila pitoresca de Ribeirão da Ilha, local de uma das primeiras colônias açorianas na ilha e local onde estão localizados alguns dos melhores restaurantes de frutos do mar.).*

Outras combinações com *colorful*: *colorful: -palm trees*” (palmeira) / *-houses*” (casas) / *-tiles*” (azulejo).

No excerto acima, observamos que os restaurantes são descritos de forma bastante apelativa, através do adjetivo *-best*”, a fim de despertar o interesse do leitor em visitar esse destino. Esse tipo de linguagem é bastante recorrente em textos turísticos, pois a forma como pontos turísticos, itinerários, hospedagens, restaurantes etc. são descritos têm influência direta na escolha do destino a ser visitado (COHEN, 1986).

**Arquitetônicas** e **imponente** apresentam combinações que descrevem construções civis ou descrições da arquitetura de edificações.

(107) De modo geral, a igreja conserva suas **características arquitetônicas** originais, mesclando os estilos barroco e neoclássico.

Outra combinação com **arquitetônicas**: **-linhas**” **arquitetônicas**.

(108) Esta **imponente edificação** foi construída especialmente para abrigar a Escola Normal Catarinense [...].

Outras combinações com **imponente**: **imponente -igreja**” / **-edificação**”.

Verificamos que **-imponente**”, em nosso *corpus*, ocorre sempre em posição anteposta ao substantivo. Ademais, nota-se que as combinações em inglês no geral descrevem moradias, regiões habitacionais e a natureza, enquanto as combinações em português privilegiam a descrição de aspectos físicos de atrações turísticas na cidade. Verifica-se, novamente, pelo adjetivo **-arquitetônico**” o destaque dado a esse aspecto nos textos da prefeitura de Florianópolis.

**Sandy** e **rocky** apresentam combinações que descrevem a natureza; **origina**\* descreve construções ou objetos que mantiveram suas características primárias. Vejamos os exemplos a seguir.

(109) *A number of relaxed beach bars and eateries line the sandy beach, which is also popular with the island's sizable LGBT+ community. (Alguns bares e lanchonetes descontraídas que ocupam a arenosa praia também são populares entre o considerável público LGBT+ da ilha.).*

Outras combinações com *sandy*: *sandy -trails*” (trilhas) / *-mounds*” (morro).

(110) *Dating from the mid-18th century, this fortress looms large on a **rocky hilltop** overlooking the sandy Praia do Forte.* (Datado da metade do século 18, esse forte se põe de maneira imponente no topo da colina com vistas para a arenosa Praia do Forte.).

Outras combinações de **rocky**: **rocky -eliffs**” (penhascos) / **-promontory**” (promontório).

(111) Ao lado, um engenho típico conserva o **maquinário original** da fabricação artesanal da farinha.

Outras combinações com **origina\***: **-portada**” / **-curvatura**” **original**; **-formas**” / **-características**” **originais**.

A partir das combinações geradas, pode-se observar que os guias em língua inglesa privilegiam a descrição da natureza (**-palm trees**”, **-gardens**”, **-trails**”, **-eliffs**”, **-promontory**”, etc.) e os materiais governamentais sobre Florianópolis privilegiam a descrição de construções e objetos (**-igreja**”, **-edificação**”, **-construção**” etc.).

#### 4.3.1.4 Outros: *surfing*, *fishing* e *gay*

Os adjetivos deste grupo caracterizam locais. Abaixo, um trecho com uma combinação com **fishing**.

(112) *This pleasant **fishing village** and beach sits at the mouth of the Rio Barra.* (Essa agradável vila pesqueira e praia está localizada na foz do Rio Barra.).

Outras combinações com **fishing**: **fishing -boats**” (barcos) / **-colony**” (colônia).

**Surfing** apresenta combinações que indicam a ilha de Florianópolis como um lugar ideal para essa prática esportiva.

(113) *Good surf and beautiful people are to be found at Praia Mole and Joaquina, a world-famous **surfing center** that holds international competitions every year.* (Surfe bom e gente bonita são encontrados na Praia Mole e Joaquina, um centro de surfe famoso mundialmente que sedia competições internacionais anualmente.).

Outras combinações de **surfing**: **surfing -center**” (centro) / **-scene**” (cena).

Em seguida, temos um exemplo de combinação com **gay**.

(114) *Floripa is Brazil's second **gay capital** – everything is gay-friendly.* (Floripa é a segunda capital gay do Brasil – tudo aqui é receptivo ao público gay.).

Outra combinação com **gay**: **gay -carnival**” (carnaval).

As combinações deste grupo revelam que a capital catarinense é um ótimo destino para a prática do surfe e é receptiva ao público gay.

### 4.3.2 Análise da categoria *alimentos*

O *corpus* de Florianópolis gerou cinco adjetivos que recaem na categoria **alimentos**; todos eles em inglês. É importante destacar que os *sites* governamentais não privilegiam informações sobre restaurantes na ilha. Ou seja, os *sites* governamentais não salientam empresas comerciais, o que é bastante destacado nos guias redigidos em língua inglesa.

Os adjetivos foram divididos em dois grupos, a saber: **avaliação** e **outros**.

Em seguida, temos a análise dos adjetivos do grupo **avaliação**.

#### 4.3.2.1 Avaliação: *excellent* e *fantastic*

Por ser uma cidade litorânea, na maioria das combinações, os adjetivos deste grupo avaliam pratos feitos com peixes e frutos do mar, como observamos no exemplo a seguir.

(115) *With a terrace located right on the seafront, this acclaimed Azorean-Portuguese restaurant is famous for its excellent oysters.* (Com uma varanda bem de frente ao mar, esse aclamado restaurante açoreno-português é famoso pelas suas excelentes ostras.).

Outras combinações com *excellent*: *excellent –seafood*” (frutos do mar) / *–salt-cod cakes*” (bolinhos de bacalhau) / *–draft beer*” (chope).

(116) *The ‘Black Beard’ does a fantastic pastel de camarão (pastry stuffed with shrimp).* (O Barba Negra tem um fantástico pastel de camarão [massa recheada com camarão]).

Além da menção de frutos do mar, as combinações acima mostram que pratos feitos com peixe, assim como bebidas alcóolicas, são evidenciadas nos textos em inglês.

#### 4.3.2.2 Outros: *Italian* e *fresh*

Este grupo apresenta dois adjetivos em inglês, um referente à procedência, **Italian**, o outro, **fresh**, ocorre principalmente para salientar o frescor dos frutos do mar, peixes e frutas.

(117) *The district has become an island reference for fresh seafood.* (O bairro se tornou uma referência na ilha de frutos do mar frescos.).

Outras combinações de *fresh*: *fresh –bluefish*” (achova) / *–breads*” (pães) / *–produce*” (hortifrutigranjeiros).

(118) *The Italian menu is fused with delicious Mediterranean and Moroccan influences.* (O cardápio italiano se funde com deliciosas influências mediterrâneas e marroquinas.).

Outra combinação com *Italian: Italian –meals*”.

### 4.3.3 Análise da categoria *cômodos*

Essa categoria gerou apenas um adjetivo: *spacious*. Em seguida, oferecemos as duas combinações encontradas em nosso *corpus*.

(119) *Teetering between the charm of a small pousada and the services of a beach hotel, this 22-room choice has an English-speaking reception and **spacious rooms**, all with kitchenettes, indoor BBQs and at least a partial sea view.* (Com um ar de pequena pousada charmosa e serviços de um hotel praiano, essa opção com 22 apartamentos tem recepcionista que fala inglês, quartos amplos, todos com pequenas kitchenettes, churrasqueira interna e, pelo menos, vista parcial do mar.).

(120) *Directly across from the beach, this place has 22 **spacious suites** and *bilevel bungalows*, all with cool tile floors and high ceilings.* (Localizado bem de frente ao mar, esse estabelecimento dispõe de 22 suítes espaçosas e chalés com dois pisos, todos com piso frio e pé direito alto.).

Os exemplos de *cômodos* mostram que apartamentos amplos em estabelecimentos hoteleiros são valorizados nos guias em língua inglesa.

### 4.3.4 Análise da categoria *expressões artísticas e eventos*

Essa categoria gerou apenas três adjetivos (**artístico\***, **nacionais**, **sacra**), todos eles em língua portuguesa. O adjetivo com maior número de combinações é *–artístico\**”, com sete ao todo. Isso pode ser um indício de que os órgãos governamentais valorizam a cultura da cidade em seus textos. Os adjetivos foram reunidos no grupo **miscelânea**.

#### 4.3.4.1 Miscelânea: *artístico\**, *nacionais* e *sacra*

O adjetivo **artístico\*** apresenta maior diversidade de combinações; **nacionais** ocorre na descrição de eventos; **sacra** tem oito ocorrências e ocorre apenas com o substantivo *–arte*”.

Em seguida, temos alguns exemplos com os adjetivos mencionados.

(121) Criada para celebrar o Dia do Orgulho Gay, é animada por carros de som, **performances artísticas** e shows musicais.

Outras combinações com **artístico\***: *–valor*” / *–cultura*” **artístico/a**; *–elementos*” / *–atrações*” *–apresentações*” / *–performance*” / **artísticos/as**.

(122) O surfe é um dos destaques da cidade, reconhecido como um reduto para a prática do esporte no Brasil. Floripa sedia **campeonatos nacionais** e internacionais da modalidade.



Outras combinações com **nacionais**: **–bandas” / –grupos” / –espetáculos” / –festas” nacionais.**

A seguir, temos a única combinação com **sacra**, que obteve oito ocorrências no *corpus*.

(123) Monumento mais visitado da capital, possui um belo acervo de **arte sacra**, órgão de tubos alemão e carrilhão principal com 5 sinos.

(124) *The simple, whitewashed building has undergone renovation and contains a small collection of **sacred art**.* (O simples prédio caiado passou por uma reforma e dispõe de uma pequena coleção de arte sacra.).

Embora o adjetivo *sacred* não esteja presente em nossa lista de palavras-chave, foi observada uma ocorrência dele nos textos em inglês, o que pode ser um indicativo de que esse tipo de arte na cidade de Florianópolis é mais valorizada pelo turista brasileiro do que pelo estrangeiro.

As combinações acima mostram que os materiais governamentais informam aos turistas brasileiros que a capital catarinense é uma cidade receptiva ao público LGBT+, é destino para a prática de esportes aquáticos e dispõe de acervos de arte sacra.

#### 4.3.5 Análise da categoria *pessoas*

Essa categoria gerou o mesmo adjetivo tanto em inglês quanto em português, o diferencial é que *Azorean* apresenta mais combinações do que **açorianos**.

A seguir, oferecemos exemplos dos adjetivos destacados.

(125) *The lifestyle, like the fish-based menu and the accent of local people, is inherited from the **Azorean immigrants** who first arrived on the island in 1750.* (O estilo de vida, como o cardápio à base de peixes e o sotaque local do povo é herança dos imigrantes açorianos, que chegaram à ilha pela primeira vez em 1750.).

Outras combinações com *Azorean*: ***Azorean –women”*** (mulheres) / ***–descent”*** (ascendência).

(126) A igreja ainda abriga a fé da tradicional comunidade pesqueira, descendente dos **imigrantes açorianos** e, inclusive, é palco de festas tradicionais, como a celebração do Divino Espírito Santo e de Nossa Senhora dos Navegantes.

Outra combinação com **açoriano**: ***–Colonizadores” açorianos***.

O excerto acima, em inglês, aponta a importância de informar ao leitor sobre a ancestralidade da comunidade, a fim de esclarecer as características singulares dela. Em português, o uso do adjetivo é similar, mas o enfoque está em reforçar a tradição da fé dos

imigrantes açorianos ao invés de aspectos como alimentação ou sotaque. Isto é, os materiais em português frisam informações de cunho religioso para o turista nacional.

Em linhas gerais, nota-se que um dos principais atrativos de Florianópolis nos materiais em língua inglesa são os corpos d'água da cidade (*–pretty lagoon*”, *–scenic waters*”, *–ealm seas*”, etc.). Por seu turno, os materiais governamentais sobre a cidade destacam atrações como prédios históricos e religiosos, havendo pouca menção aos corpos d'água. Sobre a gastronomia, os guias estrangeiros destacam os alimentos através de adjetivos como *–excellent*” e *–fantastic*”, enfatizando que a gastronomia local é de excelência. Não foram observadas combinações adjetivas nos materiais governamentais. No entanto, na categoria *–expressões artísticas e eventos*”, esses materiais destacam informações sobre a arte sacra na cidade, com a combinação *–arte sacra*” totalizando oito ocorrências. A mesma colocação em língua inglesa gerou apenas uma combinação, o que pode indicar que, para o estrangeiro, diferentemente do turista brasileiro, a estada em Florianópolis não prioriza esse tipo de atração.

#### 4.4 COMBINAÇÕES ADJETIVAS DE SÃO PAULO

A tabela abaixo (Tabela 6) indica as categorias de adjetivos que a cidade de São Paulo apresentou em língua inglesa e portuguesa. São Paulo foi a cidade que gerou o maior número de adjetivos em língua inglesa no grupo **peçoas**, principalmente adjetivos pátrios, o que pode ser um indício de que a metrópole é descrita nesses materiais como um destino cosmopolita.

**Tabela 6** – Adjetivos em inglês e português encontrados no *corpus* de São Paulo

<b>Categoria</b>	<b>Inglês</b>	<b>Ocorrências</b>	<b>Português</b>	<b>Ocorrências</b>
<b>Arredores</b>	<i>Municipal</i>	30	Principais	32
	<i>International</i> (internacional)	21	Paulistan*	34
	<i>Important</i> (importante)	20	Histórico	22
	<i>Famous</i> (famoso)	16	Turístico*	22
	<i>Colonial</i>	13	Famoso	14
	<i>Original</i>	13	Botânico	8
	<i>Public</i> (público)	13		
	<i>Colorful</i> (colorido)	11		
	<i>Industrial</i>	11		
	<i>Beautiful</i> (lindo)	10		
	<i>Biggest</i> (maior)	10		

	<i>Urban</i> (urbano)	9		
	<i>Pretty</i> (belo)	8		
	<i>Economic</i> (econômico)	7		
	<i>Historic</i> (histórico)	7		
	<i>Residential</i> (residencial)	6		
	<i>Leafy</i> (frondoso/nobre)	5		
	<i>Lively</i> (animado)	5		
	<i>Neoclassical</i> (neoclássico)	5		
	<i>Best</i> (melhor)	20		
Alimentos	<i>Excellent</i> (excelente)	19	Tradicionais	21
	<i>Authentic</i> (autêntico)	6	Típica*	16
	<i>Cold</i> (frio)	6	Artesanais	9
	<i>Fresh</i> (fresco)	6	Clássicos	9
	<i>Classic</i> (clássico)	6		
Comércio	<i>Traditional</i> (tradicional)	20	Ø	
	<i>Trendy</i> (da moda)	9		
Cômodos	<i>Retro</i> (retrô)	10	Ø	
Expressões artísticas e eventos	<i>Brazilian</i> (brasileiro)	100	Nacionais	12
	<i>Cultural</i>	39	Culturais	14
	<i>Popular</i>	26	Antigas	9
	<i>Contemporary</i> (contemporâneo)	20	Musicais	9
	<i>Permanent</i> (permanente)	12		
	<i>Fascinating</i> (fascinante)	8		
	<i>Temporary</i> (temporário)	7		
	<i>Extensive</i> (extenso)	6		
	<i>Finest</i> (melhor)	6		
	<i>Significant</i> (importante)	5		

Pessoas	Paulista	73	Italian*	30
	<i>Japanese</i> (japonês)	29		
	<i>Largest</i> (maior)	26		
	<i>Portuguese</i> (Português)	26		
	<i>Italian</i> (italiano)	16		
	<i>European</i> (europeu)	15		
	<i>Gay</i>	13		
	<i>Indigenous</i>	9		
	<i>Foreign</i> (estrangeiro)	7		
	<i>Renowned</i> (renomado)	5		

\*Refere-se à flexão de gênero e número do adjetivo em português.

Fonte: Criado pelo autor.

#### 4.4.1 Análise da categoria *arredores*

Essa categoria gerou 21 adjetivos em língua inglesa, que foram divididos em cinco grupos: **âmbito**, **descrição física e atmosférica**, **estilo**, **finalidade** e **outros**. Em português, foram encontrados oito adjetivos que foram divididos nos seguintes grupos: **estilo**, **finalidade** e **outros**.

##### 4.4.1.1 Âmbito: *international*, *municipal* e *public*

Todos os adjetivos deste grupo foram encontrados apenas em inglês e descrevem alguma coisa que é compreendida dentro de determinado limite. Abaixo, um exemplo da única combinação com *international*.

(127) *Guarucop is the only taxi service allowed to operate from the **international airport** and charges vacation-spoiling prices to the city.* (Guarucop é o único serviço de táxi autorizado a operar no aeroporto internacional e os valores são desanimadores.).

Apresentamos abaixo um excerto de uma combinação com *municipal*.

(128) *The **Municipal Theater** is considered one of the country's most important venues, seating up to 2,200 people.* (O Teatro Municipal é considerado um dos locais mais importantes do país, com ocupação para 2.200 pessoas.).

Outras combinações com *municipal*: *municipal -market* / *-library*

É importante frisar que as combinações com *-municipal*” se tratam de nomes próprios. Além disso, também encontramos nos textos em língua inglesa a combinação em português, *-mercado municipal*”.

Por último, temos um exemplo de combinação com *public*.

(129) *The covered plaza below the museum, popularly known as Vão Livre (“free span”), is intended as a public square.* (A praça coberta abaixo do museu, popularmente chamada de Vão Livre, serve como uma praça pública.).

Outras combinações com *public: public -transport*” (transporte) / *-spaces*” (espaços) / *-institution*” (instituição).

#### 4.4.1.2 Descrição física: *colorful, biggest, pretty, beautiful e lively*

Esse grupo apresentou apenas adjetivos em língua inglesa. A seguir, apresentamos um exemplo com *colorful*.

(130) [...] *São Paulo added another ring of busy business districts and colorful neighborhoods.* ([...] São Paulo se expandiu com a presença de bairros comerciais e pitorescos.).

Outras combinações com *colorful: colorful -places*” (lugares) / *-mural(s)*” (murais).

Destacamos que o trecho acima usa o adjetivo *-colorful*” para descrever os arredores, transmitindo a ideia de algo tropical e que contrasta com a paleta de cores *-europeias*”, com tons que tendem para o bege e marrom.

A seguir, temos um exemplo com *biggest*.

(131) *Shoppers browsing the many aisles of local produce in the bustling Mercado Municipal Brazil’s biggest city [...]* (Os clientes que circulam pelos diversos corredores com produtos locais no movimentado Mercado Municipal da maior cidade do Brasil [...]).

Outras combinações com *biggest: biggest -flower market*” (feira de flores) / *-gay parade*” (parade gay) / *-corporation*” (corporação) / *-industrial park*” (parque industrial) / *-teams*” (times).

Observa-se que combinações com *biggest* ocorrem para descrever os arredores da cidade e fazem jus ao seu tamanho.

*Pretty e beautiful* descrevem substantivos da flora, vistas, habitação e prédios em geral.

(132) *It is also one of the city’s principal tourist attractions, as it is located in a pretty forested garden full of hummingbirds.* (É também uma das principais atrações

turísticas da cidade, pois está localizada em um belo jardim arborizado cheio de beija-flores.).

Outras combinações com *pretty*: *pretty* ~~rose~~ *garden*” / ~~igreja~~ de São Francisco de Assis” / ~~stained-glass~~ *windows*” (vitrais) / ~~two-floor~~ *houses*” (casa de dois andares) / ~~town~~” (cidade de interior).

(133) *Founded in 1896, the park has a playground, good walking trails, and the Pedra Grande viewpoint, which offers a beautiful view of the north of São Paulo city.* (Fundado em 1896, o parque tem um parquinho, boas pistas para caminhada e mirante da Pedra Grande, que proporciona uma bela vista do norte da cidade de São Paulo.).

Outras combinações com *beautiful*: *beautiful* ~~green~~ *peaks*” (picos verdes) / ~~historic~~ *mansion*” (mansão histórica) / ~~neoclassical~~ *building*” (prédio neoclássico) / ~~mess~~” (bagunça).

As combinações do adjetivo *lively* ocorrem principalmente na descrição de endereços, mas também ocorrem para descrever o mercadão e praças na capital paulista, como observamos nos exemplos abaixo.

(134) *A sprawling neighborhood centered around Rua Galvão Bueno, Liberdade, São Paulo’s lively Japanese quarter, is home to 1.5 million Japanese [...].* (Em expansão e centralizado em torno da Rua Galvão Bueno, o bairro da Liberdade é a região nipônica mais movimentada de São Paulo, com cerca de 1,5 milhão de japoneses, a maior comunidade fora do Japão.).

Outras combinações com *lively*: *lively* ~~Pinheiros~~” / ~~Rua 25 de Março~~” / ~~square~~” (praça) / ~~market~~” (mercado).

As combinações acima apontam o potencial turístico da metrópole paulista com atrações diversas que são capazes de oferecer oportunidades de negócios (*biggest corporations*), turismo de compras (*lively 25 de março*), de natureza (*beautiful view; pretty forested garden, picos verdes*), religioso (*pretty Igreja de São Francisco de Assis*), dentre outros. Não foram observados adjetivos de uso semelhantes em textos em português destinados a turistas brasileiros, o que pode indicar que os materiais deveriam apresentar mais informações ao turista que recorre a esse tipo de material com o objetivo de conhecer melhor aquele destino.

#### 4.4.1.3 Estilo: *colonial, original, historic, neoclassical, urban* e histórico

Observou-se, neste grupo, a ocorrência de cinco adjetivos em língua inglesa contra apenas um em português. A seguir, exemplos de combinações com *Colonial, original, neoclassical* e *historic*.

(135) *The exhibits are housed in a large wing of a distinguished **colonial building**, the early 19th-century Mosteiro da Luz. (As exibições ocorrem em um grande corredor do distinto prédio colonial, o Mosteiro da Luz, construído no início do século XIX.).*

Outras combinações com **colonial**: **colonial -furniture**” (móvel) / **-village**” (vila) / **-mansion**” (mansão).

(136) *Upon their return in 1954, the Jesuits immediately built an exact replica of their **original church** and college, which is what stands here today. (Ao retornarem em 1954, os jesuítas construíram imediatamente uma réplica exata da igreja e do colégio original.).*

Outras combinações com **original**: **original -brick wall**” (muro de tijolos) / **-city**” (cidade) / **-altar**” / **-building**” (prédio).

**Historic** ocorre para descrever pontos da cidade que agregam valor histórico.

(137) *Bom Retiro, north of the **historic center**, near Luz station, retains vestiges of its past as São Paulo’s Arab and Lebanese Christian neighborhood. (Bom Retiro, ao norte do centro histórico, próximo à Estação da Luz, preserva vestígios do passado como o bairro árabe-cristão e libanês.).*

Outras combinações com **historic**: **historic -downtown**” (centro) / **-square**” (praça) / **-mansion**”(mansão).

**Neoclassical** informa as características de construções civis, como notamos em:

(138) *Behind the Luz train station and park is the Pinacoteca do Estado, a beautiful **neoclassical building** designed by Ramos de Azevedo in 1905. (Por trás da estação do metrô e parque da Luz, encontra-se a Pinacoteca do Estado, um lindo prédio neoclássico desenhado por Ramos de Azevedo em 1905.).*

As combinações com **histórico** são:

(139) Um dos principais pontos turísticos da cidade, não só pelo **valor histórico**, mas também por sua arquitetura centenária [...].

Outras combinações com **histórico**: **-patrimônio**” / **-complexo**” / **-museu**” / **-centro**” **histórico**.

**Colonial**, **original**, **neoclassical** e **historic** descrevem características de coisas de outros períodos, mas é possível inferir que aquilo que está descrito como **colonial** pode ter passado por algum tipo de restauração, enquanto algumas atrações descritas como **original** não foram alteradas, o que pode ser um diferencial para turistas terem contato com pontos de visita bem preservados. Já **historic** enfatiza aquilo que é importante para a história da cidade de São Paulo. Também destacamos que os usos de **historic** e **histórico** não diferem muito, e ambos indicam aquilo que tem importância para a história de São Paulo.

**Urban** reforça a ideia de São Paulo como uma cidade desenvolvida:

(140) Welcome to the **urban jungle**, baby! (Bem vindos à selva de pedras.).

(141) Parque do Ibirapuera *is the largest green space in central São Paulo, and its native Brazilian woodlands and lakes are a welcome respite from the city's **urban sprawl***. (Parque do Ibirapuera é o maior espaço verde no centro de São Paulo e as vegetação nativa e os lagos são um ótimo refúgio da expansão urbana da cidade.).

(142) *Inside, a fabulous **urban market** specializes in all things edible*. (Dentro, um mercado urbano maravilhoso especializado em gastronomia.).

Na combinação **–urban market**” é possível notar que essa característica urbana é ainda mais ressaltada quando pensamos em **–farmer’s market**” (feira livre), em língua inglesa, que passa uma ideia mais rural.

Os adjetivos deste grupo reforçam a riqueza das características físicas, históricas e urbanísticas da cidade por meio de descrições de prédios, parques e estabelecimentos comerciais.

#### 4.4.1.4 Finalidade: *economic, industrial, residential* e turístico\*

Este grupo é composto por quatro adjetivos, três deles em língua inglesa e apenas um em português.

**Economic** enfatiza a importância do estado e da cidade de São Paulo para a economia brasileira. A seguir, apresentamos dois exemplos de combinações com esse adjetivo.

(143) *Today, the state of São Paulo is Brazil's **economic powerhouse** and as such provides one-third of the country's GNP*. (Atualmente, o estado de São Paulo é a potência econômica do país e é responsável por 1/3 do PNB.).

(144) *Both of these elaborate cast-iron bridges were long synonymous with São Paulo's cultural and **economic ascendancy***. (As duas chamativas pontes de ferro fundido foram por muito tempo sinônimos da ascendência econômica e cultural de São Paulo.).

Outras combinações com **economic**: **economic –econtrasts**” (contrastes) / **–growth**” (crescimento) / **–power**” (poder).

As combinações com **industrial** descrevem São Paulo como um polo industrial.

(145) *The state capital, also São Paulo, is a city of contrasts. Its vast **industrial park**, one of the biggest and most modern in the world, attests [...]*. (A capital do estado homônimo é uma cidade de contrastes. O vasto parque industrial, um dos maiores e mais modernos do mundo confirma[...]).

Outras combinações com **industrial**: **industrial –space**” (espaço) / **–progress**” (progresso) / **–powerhouse**” (potência) / **–expansion**” (expansão).



Observamos que o substantivo *–powerhouse*” é usado com o adjetivo *–economic*” e *–industrial*” nos textos de língua inglesa, o que não foi observado em português por ser uma informação um tanto quanto óbvia para a maioria dos brasileiros.

Agora, apresentamos algumas combinações com *residential*.

(146) *Vila Madelena [sic] is the most traveller-friendly neighborhood for leisure visitors and is home to the majority of hostels (there’s also a solid concentration around the residential neighborhoods of Paraíso and Vila Mariana off the southeastern end of Av. Paulista).* (Vila Madalena é o melhor bairro para turistas que estão a lazer, pois dispõe de vários albergues (também há uma boa quantidade deles nos bairros residenciais do Paraíso, Vila Mariana pertinho da extremidade sul da Av. Paulista).

Outras combinações com *residential*: *residential –district*” (bairro) / *–corner*” (canto) / *–rings*” (regiões).

Em seguida, apresentamos algumas combinações com **turístico\***.

(147) Sua notável arquitetura, marcada por colunas, abóbodas e vitrais, também ajudou a fazer do Mercado Municipal parada obrigatória nos **roteiros turísticos**.

(148) Localizado na Rua Cantareira, no Centro Histórico da capital paulista, o Mercado Municipal de São Paulo, popularmente conhecido como Mercadão, é um dos mais importantes **pontos turísticos** da cidade.

Outras combinações com **turístico\***: *–ponto*” / *–centro*” / *–atrativos*” **turístico(s)**.

**Turístico\*** apresenta algumas semelhanças com *residential*, no entanto, enquanto um informa sobre bairros que são mais receptivos para acomodar turistas (*–residential*”), o outro informa sobre as principais atrações na capital paulista (*–turístico*”). Além disso, notamos que os materiais da prefeitura de São Paulo consideram o Mercado Municipal como uma importante atração turística, que foi descrita por duas combinações distintas.

#### 4.4.1.5 Outros: *important, great, famous, leafy* e principais, paulistan\*, famoso e botânico

Observamos sete adjetivos neste grupo, quatro em língua inglesa e três no vernáculo.

**Important** e **principais** ocorrem em nosso *corpus* para descrever atrações de destaque na cidade de São Paulo.

(149) *This 2018 cultural addition to Av Paulista offers the best free view you’re going to get of the country’s most important avenue: the 17th floor terrace boasts panoramic 360° vistas straight down the belly of the beast.* (Essa nova adição cultural de 2018 na Av. Paulista concede uma das melhores vistas desobstruídas possíveis da avenida mais importante do Brasil: o terraço no 17º andar ostenta um visual panorâmico de 360º do coração da cidade.).

(150) *There are several worthwhile museums and cultural centers of note on and around Av Paulista, including Latin’s (sic) America’s most important Western art*

*museum*, Museu de Arte de São Paulo. (Existem vários museus e centros culturais imperdíveis e que valem a pena conhecer na Av. Paulista, inclusive o mais importante museu de arte ocidental da América Latina, o MASP.).

Outras combinações com *important: important: -park*” (parque) / *-center*” (centro) / *-church*” (igreja).

(151) Localizado no coração da cidade, Avenida Paulista, o Masp – Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand – é um dos mais importantes museus do hemisfério Sul e um dos **principais cartões-postais** da cidade.

Outras combinações com **principais: principais -atrações**” / **-pontos**” / **-torres**”.

Sulaiman (2013) discute a importância da escolha do adjetivo para que se atinja o objetivo desejado no leitor. Nesse caso, observamos o que os textos em inglês e português atingem seus respectivos objetivos: o de informar ao leitor que essa é uma atração imperdível na capital paulista, através de adjetivos que apresentam sentido semântico semelhante, *-important*” e *-principais*”.

*Famous* e **famoso** destacam pontos turísticos em São Paulo. **Paulistan\*** descreve locais ou atrações que são típicas dessa localidade. Vejamos alguns exemplos a seguir.

(152) *Spectacular street art on the famous Beco do Batman*. (Arte de rua sensacional no famoso Beco do Batman.).

Outras combinações com *famous: famous: -Praça da Sé*” / *-spot*” (lugar) / *-place*” (lugar).

Verificamos que os textos em língua inglesa evidenciam pontos turísticos a partir do adjetivo *-famous*”. O mesmo uso ocorreu nos textos redigidos em língua portuguesa, como notamos abaixo.

(153) Bem no comecinho desse **famoso cartão postal**, outro lugar que os turistas não podem deixar de conferir é a Casa das Rosas, um espaço dedicado as mais diversas manifestações culturais, com enfoque em poesia e literatura.

Outras combinações com **famoso: famoso -ponto turístico**” / **-Mosteiro de São Bento**” / **-centro de comércio**” / **-shopping**”.

Ainda sobre as ocorrências com o adjetivo *-famoso*”, temos:

(154) Claro que não poderia faltar o **Beco mais famoso** da cidade, o Beco do Batman!!!!

No exemplo acima, não há formação de uma combinação adjetiva, mas constatou-se que o mesmo atributo usado em língua inglesa ocorre para descrever a mesma atração turística em português.

Ademais, apesar de o adjetivo *–famosa*” não estar presente em nossa lista de palavras-chave, ele, assim como em inglês, é usado para descrever a Praça da Sé. A seguir, apresentamos um exemplo com *–famosa*” seguido de um exemplo com *–famous*”.

(155) Inicie na estação de metrô Sé para visitar a **famosa Catedral e Praça da Sé**, que abriga o marco zero da cidade.

(156) *Just beyond the controversial statue of a Frenchman kissing an indigenous woman in front of the College of Law is Senador Feijó, leading to the famous Praça da Sé.* (Um pouco depois da polêmica estátua de um homem francês beijando uma mulher indígena em frente à Faculdade de Direito encontramos o Senador Feijó, que leva à famosa Praça da Sé.).

Agora, temos uma combinação com o adjetivo **Paulistan\***.

(157) De acordo com a rede americana CNN e o National Geographic, a **noite paulistana** é a quarta melhor entre as capitais do planeta.

Outras combinações com **Paulistan\***: *–capital*” paulistana; *–bairros*” / *–pubs*” (bares) / *“vilas” Paulistanos/as*.

No geral, *–botânico*” e *leafy* apresentam combinações que descrevem atrações turísticas. Entretanto, destacamos que também encontramos dois outros sentidos para o adjetivo *leafy*, sendo eles: frondoso/arborizado/verdejante e nobre/rico/afluente.

(158) Atualmente, o **Jardim Botânico** faz parte do Instituto de Botânica de São Paulo e está, geograficamente, inserido no Parque Estadual das Fontes do Ipiranga, conhecido como Parque do Estado.

É importante destacar que todas as ocorrências da combinação *–jardim botânico*” formam um nome próprio.

Outra combinação com **botânico**: *–museu*” botânico.

Abaixo, temos um exemplo de combinação com *–leafy*” em que o adjetivo expressa o sentido de frondoso.

(159) *The event is held during even-numbered years, generally from September or October to December, in a sprawling pavilion designed by modernist master Oscar Niemeyer in the leafy Parque Ibirapuera.* (O evento ocorre durante os anos pares, geralmente em setembro ou outubro, em um pavilhão extenso desenhado pelo mestre modernista Oscar Niemeyer no frondoso Parque Ibirapuera.).

Em oposição, temos um exemplo em que o mesmo adjetivo expressa o sentido de nobre na descrição da Rua Oscar Freire.

(160) *Take a stroll down Brazil’s ‘Rodeo Drive’, a leafy, tree-lined thoroughfare brimming with cafes, concept stores and flagship boutiques, top-end restaurants, beautiful people and usually a celebrity or two.* (Dê uma volta na ‘Rodeo Drive’ brasileira, uma rua afluente e arborizada cheia de cafés, lojas conceituais e das

principais boutiques, restaurantes de altíssima qualidade, gente bonita e uma ou outra celebridade.).

Sobre o significado de *-leafy*” como afluente, nobre, próspero etc., a linguista norte-americana Lynne Murphy (2016) explica que o uso do adjetivo é mais frequente no inglês britânico, pois a maneira como as cidades inglesas se desenvolveram resultou na menor presença de áreas arborizadas, sendo aquelas com maior presença de vegetação as mais valorizadas. Além disso, destacamos que todas as ocorrências do adjetivo em nosso *corpus* ocorreram com bairros de classe média alta ou de alto padrão, como Higienópolis, Jardins e Morumbi. Outro ponto que nos chama a atenção é que o adjetivo *tree-lined* (arborizado) está posicionado depois de *-leafy*”, o que já é um indicativo de que se a rua mencionada fosse apenas o *-arborizada*”, o redator teria omitido o uso do adjetivo *-leafy*”. Mais um ponto que reforça o uso do significado de *-afluente*”, *-próspero*”, no excerto acima é a comparação com a Rodeo Drive, em Los Angeles, nos Estados Unidos, um distrito de compras famoso pela presença de lojas de artigos de luxo.

Outras combinações com *leafy*: *leafy -neighborhood*” (bairro) / *-district*” (bairro) / *-suburb*” (bairro nobre).

A categoria *-arredores*” revelou que os materiais redigidos em inglês descrevem a capital paulista como uma metrópole de suma importância econômica e industrial para o Brasil, com a presença de importantes museus, atrações históricas para visitação, destinos de compra, assim como lugares para apreciação da natureza. Os materiais produzidos pela prefeitura de São Paulo para turistas brasileiros destacam a importância histórica da cidade, sobretudo através de atrações turísticas de cunho religioso (talvez por boa parte da população brasileira ser católica) e ressalta a vida noturna da cidade.

#### 4.4.2 Análise da categoria *alimentos*

Totalizaram-se seis adjetivos nesta categoria, sendo quatro em língua inglesa e dois no vernáculo. Posteriormente, os adjetivos foram divididos em três grupos: **avaliação**, **tipo de prato** e **modo de servir**.

A seguir, temos a análise dos adjetivos no grupo **tipo de prato**.

##### 4.4.2.1 Tipo de prato: *classic*, *authentic*, *traditional* e clássicos e típicas

Em nosso *corpus*, *classic* ocorre uma vez com pizza e outra para indicar o modo de preparo de um *drink*; *clássicos* apresenta combinações que descrevem bebidas, pratos e condimentos.

(161) *Silva shakes and stirs 15 years of European experience into his fine concoctions, which actually come out cheaper (R\$ 29) than classic preparations (R\$ 31).* (Silva utiliza seus 15 anos de experiência na Europa no preparo de drinks de sua própria autoria, que saem mais baratos [R\$ 29] que as preparações clássicas [R\$ 31]).

Outra combinação com *classic*: *classic* –pizza paulistana”.

(162) Igreja Café foi criado há três anos com a ideia de um lugar confortável e despretensioso, com cadeiras de –easa de vó” e *drinks clássicos* no bairro da Consolação.

Outras colocações de *clássicos*: –pratos” / –temperos” *clássicos*.

O trecho em inglês acima descreve o modo de preparo, em que se valoriza a experiência do profissional; em português temos a descrição de uma bebida clássica sem muitas informações sobre como ou quem prepara o *drink*. No trecho em inglês observa-se uma aproximação maior com o leitor através do fornecimento de mais informações sobre o preparo de bebidas e os textos da prefeitura de São Paulo fornecem informações mais genéricas.

No caso de *authentic*, *traditional*, *tradicional* e *típica\**, observamos que esses termos ocorrem com iguarias internacionais e nacionais, indistintamente.

(163) *Here you'll find fantastic and juicy burgers, gourmet pastrami and roast-beef sandwiches, bagels and lox, and authentic cheesecake.* (Aqui, você encontrará fantásticos hambúrgueres suculentos, sanduíches de pastrami e rosbife, *bagels* e fatias de salmão e o autêntico *cheesecake*.).

Outras combinações com *authentic*: *authentic* –sushi” / –*Koren food*” (comida coreana) / –*Italian food*” (comida italiana).

Apresentamos agora algumas combinações com *típica\**.

(164) O restaurante Nahná, de culinária árabe afetiva, tem *receitas típicas* de dar água na boca, como quibe frito, cru ou assado, cafta, falafel, shawarmas, hosto, charuto de repolho e muito mais.

(165) São apresentados no local *clássicos* como caranguejada, camarão seco, pato no tucupi, maniçoba (conhecida como feijoada indígena) e, é claro, *frutas típicas* como açaí, cajá e cupuaçu.

Outras combinações com *típica\**: –*ulinária*” / –*sobremesas*” / –*comida*”.

Observamos que os textos em inglês avaliam positivamente a gastronomia internacional e os textos produzidos pela prefeitura de São Paulo, além de destacar a gastronomia brasileira traz informações sobre onde o turista doméstico pode encontrar pratos de outras regiões do Brasil.

Abaixo, temos algumas combinações do adjetivo *tradicional*, em português.

(166) Mercado Municipal: uma ótima opção na região para almoço ou lanche, famoso pelo **tradicional sanduíche de mortadela**, pastel de bacalhau, além de uma grande variedade de frutas de excelente qualidade, carnes, temperos, etc.

Outras combinações com **tradicional**: **tradicional -feijoadá**” / **-cafezinho**” / **-brigadeiro**”.

#### 4.4.2.2 Avaliação e modo de servir: *excellent, cold e fresh*

Aqui, temos três adjetivos em língua inglesa. Eis algumas combinações com *excellent*.

(167) Dona Onça *is one of downtown's best bars, not only for the packed crowds and excellent drinks, but for lauded chef Janaina Rueda's kitchen that churns out extraordinary Brazilian-heartland fare.* (Dona Onça é um dos melhores bares no centro, não só por está sempre cheio ou pelos excelentes drinks, mas também pela cozinha da admirável chefe Janaina Rueda, que serve pratos brasileiros para ninguém colocar defeito.).

Outras combinações com *excellent*: *excellent -food*” (comida) / *-wines*” (vinhos).

Em seguida, temos as combinações com *cold*.

(168) *It is made up of 39 "boxes" or shops selling spices, cheese, cold cuts, fruit, and vegetables.* (Formado por 39 barracas ou lojas que vendem especiarias, frios, frutas e vegetais.).

Outras combinações com *cold*: *cold -brew*” (café) / *-beer*” (cerveja) / *-draft beer*” (chope).

Foi verificado que os guias redigidos em inglês para turistas estrangeiros valorizam a diversidade gastronômica da cidade, capaz de oferecer aos visitantes culinária brasileira e internacional autênticas. O material da prefeitura da cidade privilegia pratos da culinária brasileira e dá informações ao leitor sobre restaurantes especializados em comidas de outras regiões, apesar de também apresentar opções de pratos internacionais, mas não parece ser o foco principal.

#### 4.4.2.3 Comércio: *traditional e trendy*

Neste grupo, foram observados apenas dois adjetivos em língua inglesa. Em nosso corpus, *traditional* e *trendy* ocorrem com maior frequência para descrever estabelecimentos comerciais gastronômicos (com cinco ocorrências), embora também apareçam na descrição de lojas (duas ocorrências) e hotéis (com uma ocorrência).

(169) *On charming and romantic Rua Avanhandava – a leafy, almost European-feeling side street in Centro – this traditional trattoria is one of the city's most atmospheric, with throngs of Chianti fiasco hanging from the ceiling and an old-school family-style Italian ambience.* (Localizada na charmosa e romântica Rua

Avanhandava – uma rua arborizada com ares europeus no centro – essa tradicional tratoria é uma das mais agradáveis na cidade, com muitas garrafas de Chianti fiascos penduradas no teto e um ambiente familiar italiano à moda antiga.).

Outras combinações com *traditional*: *traditional* ~~–restaurant~~” (restaurante) / ~~–bar~~” / ~~–Japanese shops~~” (lojas japonesas).

(170) *There are no big ticket sights in these parts, but Vila Madelena [sic] is a destination in itself, home to trendy bars and cafés [...].* (Não tem grandes atrações turísticas nessas partes da cidade, mas Vila Madalena é por si só um destino por ter vários bares e cafés da moda.).

Outras combinações com *trendy*: *trendy* ~~–hotel~~” / ~~–canteen~~” (cantina).

Verificou-se que os estabelecimentos comerciais tradicionais e que estão em voga na cidade de São Paulo são valorizados em língua inglesa. Não houve ocorrências de adjetivos nesta categoria em língua portuguesa, pois a prefeitura não enfatizou esse tipo de informação no *site*.

#### 4.4.3 Análise da categoria *cômodos*

Esta categoria gerou apenas um adjetivo em língua inglesa, *retro*:

(171) *The legitimately retro space, fueled by a holier-than-thou indie soundtrack, excels at burgers [...].* (O espaço verdadeiramente retrô, estimulado por uma trilha sonora indie impecável, se destaca pelos hambúrgueres[...]).

Outras combinações com *retro*: *retro* ~~–lounge~~” (salão) / ~~–furniture~~” (móvel) / ~~–antiques~~” (antiquidades).

#### 4.4.4 Análise da categoria *expressões artísticas e eventos*

Foram obtidos adjetivos tanto em inglês quanto em português que foram divididos em três grupos: **tipo de arte/evento**, **avaliação** e **descrição de coleção/acervo**.

A seguir, apresentamos a análise do grupo **tipo de arte/evento**.

4.4.4.1 Tipo de arte/evento: *Brazilian*, *popular*, *contemporary*, *cultural* e nacionais, musicais, antigas, culturais

Foram observados oito adjetivos neste grupo, quatro em cada idioma. Em seguida, apresentamos as combinações com *Brazilian* e **nacionais**.

*Brazilian* apresenta combinações que descrevem arte, artistas e movimentos artísticos.

(172) *Brazil's oldest modern-art museum possesses a fine permanent collection of Brazilian modernists such as Anita Malfatti and Di Cavalcanti [...].* (O museu de

arte moderna mais antigo do Brasil dispõe de uma excelente coleção permanente de modernistas brasileiros, como Anita Malfatti e Di Cavalcanti.).

Outras combinações com *Brazilian*: *Brazilian -art*” (arte) / *-artists*” (artistas) / *-modernism*” (modernismo) / *-baroque*” (barroco) / *-sculpture*” (escultura) / *-paintings*” (pinturas) / *-literature*” (literatura).

A quantidade de combinações geradas pelo adjetivo *Brazilian* revela que a capital paulista é uma cidade percebida como um centro artístico brasileiro.

Abaixo, um trecho contendo uma combinação com o adjetivo **nacionais**.

(173) Como **exposições nacionais** e internacionais de arte contemporânea, fotografia, design e arquitetura que se revezam durante o ano, trazendo ao público um universo de imagens.

Outras combinações com **nacionais**: *-shows*” / *-galerias*”.

A seguir, oferecemos exemplos com as combinações com *popular* e **musicais**.

(174) *São Paulo's most famous and popular street art collection can be found on Beco do Batman.* (A coleção de arte de rua mais famosa e popular pode ser vista no Beco do Batman.).

Outras combinações com *popular*: *popular -recitals*” / *-samba music*” (pagode) *-artists*” (artistas).

Abaixo, temos uma combinação com **musicais**.

(175) O estabelecimento ainda possui um teatro, no qual são realizados **concertos musicais** e eventos em geral.

Outras combinações com **musicais**: *-instrumentos*” / *-apresentações*” / *-coletivos*” / *-projetos*”.

Nota-se que os textos da prefeitura de São Paulo apresentam combinações voltadas para o universo musical; as combinações geradas em língua inglesa destacam a arte de rua e um estilo de música brasileira.

*Contemporary* ocorre frequentemente com palavras do campo semântico das artes, como observamos abaixo:

(176) *Linked to the pavilion by an undulating breezeway, the Museu de Arte Moderna plays host to changing exhibitions of work by Brazil's contemporary sculptors and painters.* (Conectado ao pavilhão por um corredor ondulante, o Museu de Arte Moderna é anfitrião de exposições cambiantes de obras de escultores e pintores do Brasil.).

Outras combinações com *contemporary*: *contemporary -art(s)*” (arte[s]) / *-exhibition(s)*” (exposição/ões).



**Antigas** ocorre na descrição de obras e artefatos em exposições em museus. Em seguida:

(177) O Theatro Municipal [...] passou por uma complexa reforma que levou quase três anos, restaurando o palco, centenas de **pinturas antigas** e mais de 14 mil vitrais [...].

Outras combinações com **antigas**: **–porcelanas**” / **–moedas**” / **–éedulas**”.

As combinações em inglês com **–contemporary**” destacam artes, exposições e artistas, enquanto em português focam na descrição de obras de arte e artefatos.

As combinações com **cultural** e **culturais** apresentam usos semelhantes e descrevem quase sempre centros e eventos culturais:

(178) *Located in a tough area just north of the city center, Luz has become an unlikely **cultural hub** thanks to major restoration of a series of grand turn-of-the-century buildings around the Parque da Luz.* (Localizado em uma região violenta ao norte do centro da cidade, a Luz se tornou um centro cultural improvável graças à enorme restauração de uma série de majestosos prédios da virada século em torno do Parque da Luz.).

Outras combinações com **cultural**: **cultural –center(s)**” (centro[s]) / **–events**” (eventos) / **–attractions**” (atrações).

(179) Inaugurado em 2001 pelo arquiteto Luiz Telles, o Centro Cultural Banco do Brasil é um dos **polos culturais** de São Paulo, concentrando diversas atividades artísticas como exposições, cinema, teatro, literatura, dança e música.

Outras combinações com **culturais**: **–centros**” / **–espaços**” / **–atividade**” / **–manifestações**” / **–apresentações**” / **–atrações**”.

#### 4.4.4.2 Avaliação: *fascinating*, *finest* e *significant*

O grupo gerou adjetivos avaliativos apenas em língua inglesa. Destacamos que todos eles apresentam prosódia semântica positiva. A seguir, temos uma combinação com ***fascinating***.

(180) *This modest but **fascinating museum**, on the 7th floor of a Liberdade office building, documents the arrival and integration of the Japanese community.* (Esse modesto, porém fascinante museu localizado no 7º andar em um prédio de escritórios documenta a chegada e integração da comunidade japonesa.).

Outras combinações com ***fascinating***: ***fascinating –ollection***” (coleção) / **–exhibits**” (exposição).

Em seguida, temos uma combinação adjetiva com ***finest***.

(181) *Often overlooked by visitors, this small museum has one of the **finest collections** of religious artifacts in the Americas.* (Frequentemente ignorado pelos visitantes, esse museu pequeno tem umas das melhores coleções de artefatos religiosos nas Américas.).

Outras combinações com *finest: finest –paintings*” (pinturas) / *–acoustics*” (acústica).

Agora, apresentamos uma combinação com *significant*.

(182) *The Pinacoteca is a **significant repository** of Brazilian art, with an archive of over 10,000 paintings and sculptures representing all major artists and artistic movements.* (A Pinacoteca é um repositório importante de arte brasileira, com um catálogo de mais de 10 mil pinturas e esculturas representantes de todos os principais artistas e movimentos artísticos.).

Outras combinações com *significant: significant –collection*” / *–Modernists*” (modernistas).

#### 4.4.4.3 Descrição acervo e coleção: *permanent, temporary e extensive*

Verificaram-se três adjetivos neste grupo, todos eles em língua inglesa. Dois adjetivos concernem à perenidade dos substantivos caracterizados e o outro ao tamanho da exposição.

Abaixo, oferecemos uma combinação com *permanent*.

(183) *The **permanent collection** is housed in glass panels wedged in concrete bases, an original Bo Bardi design that was taken away in 1996 but returned in 2015.* (A coleção permanente encontra-se em painéis de vidro fixados em bases de concreto, um desenho original de Bo Bardi que foi retirado em 1996, mas devolvido em 2015).

Outras combinações com *permanent: permanent –exhibitions*” (exposições) / *–exhibits*” (exibição).

(184) *It includes an **extensive sculpture collection**, paintings, prints, photographs and objects d’art.* (Inclui uma extensa coleção de esculturas, pinturas, gravuras, fotografias e artefatos.).

Outras combinações com *extensive: extensive –collection*” / *–archive*” (acervo).

No geral, observa-se uma valorização das coleções, acervos e obras de arte nos materiais em inglês, ao passo que os materiais da prefeitura privilegiam concertos musicais.

#### 4.4.5 Análise da categoria *pessoas*

A categoria **pessoas** gerou diversos adjetivos gentílicos, que representam o caldeirão cultural que é a população paulistana. Os adjetivos foram divididos em dois grupos: **gentílicos** e **outros**.

#### 4.4.5.1 Gentílicos: *Italian, Paulista, Japanese, Portuguese, European* e *italian\**

Neste grupo foram observados seis adjetivos, cinco deles em inglês e apenas um em português.

Abaixo temos as combinações com ***Italian*** e ***italian\****.

(185) *Nearby, on Avenida São João, is the 30-story Edifício Martinelli, the first great status symbol of São Paulo's **Italian population**, it was inaugurated in 1929.* (Próximo, na Avenida São João, encontra-se o Edifício Martinelli com 30 andares, o primeiro grande símbolo de status da população italiana de São Paulo.).

Outras combinações com ***Italian***: ***Italian -artists***” (artistas) / ***-eritic***” (crítico) / ***-sculptor***” (escultor).

(186) Fundado em 13 de abril de 1911, a associação tinha como objetivo representar os interesses da **comunidade italiana** em São Paulo.

Outras combinações com ***italian\****: ***-colônia***” / ***-comunidade***” / ***-imigrantes***” / ***-pintor***” / ***-erítico***” ***-empresário***” **italiano**.

Observa-se que ambos os exemplos destacam diferentes prédios na cidade de São Paulo como símbolos da comunidade italiana. No entanto, verificamos que, ao contrário dos textos em inglês, as ocorrências com **“Edifício Martinelli”** nos textos da prefeitura não associam o prédio à imigração italiana.

(187) Siga pela Rua São Bento até a Avenida São João para visitar o Edifício Martinelli, tão grande que possui entrada por três ruas, e é também outra opção para uma visita panorâmica e fotos incríveis (consulte horários).

***Paulista*** ocorre em inglês para indicar pessoas ou grupo de pessoas.

(188) *Run by two **Paulista cousins**, there's one eight-bed mixed dorm with its own private bath.* (Gerido por dois primos paulistas, o hostel tem um quarto misto com oito leitos e um banheiro.).

Outras combinações com ***paulista***: ***Paulista -advisers***” (conselheiros) / ***-Association of Art Critics***” (Associação Paulista de Críticos de Arte)

As combinações com ***Japanese*** destacam a importância dessa comunidade para a cidade.

(189) *São Paulo is home to a very large **Japanese population**.* (São Paulo é o lar de uma população japonesa imensa.).

Outras combinações com ***Japanese***: ***Japanese -immigrant(s)***” (imigrante(s) / ***-immigration***” (imigração) / ***-community***” (comunidade) / ***-clientele***” (clientela).

A maioria das combinações com *Portuguese* passa informações ao turista sobre quando o Brasil era colônia portuguesa.

(190) *Portuguese explorer* Martim Afonso de Sousa established São Vicente on the coast in 1532, the first permanent Portuguese settlement in Brazil – the captaincy of São Vicente was the precursor of the modern state of São Paulo. (O explorador português Martim Afonso de Sousa fundou São Vicente na costa litorânea em 1532, o primeiro assentamento permanente português no Brasil – a capitania de São Vicente foi a precursora do moderno estado de São Paulo.).

Outras combinações com *Portuguese: Portuguese –scholar*” (acadêmico) / *–emperor*” (imperador) / *–immigrants*” (imigrantes).

As combinações com *European* informam o início de sua imigração para a cidade de São Paulo.

(191) *Meanwhile, the labor-shortage problem was solved with large-scale European immigration, which began in the 1870s following a systematic campaign to attract settlers.* (Entrementes, a falta de mão de obra foi resolvida com uma imigração em larga escala, que se iniciou na década de 1870 após uma campanha sistemática para atrair colonizadores.).

Outras combinações com *European: European –immigration*” (imigração) / *–immigrants*” (imigrantes) / *–women*” (mulheres).

#### 4.4.5.2 Outros: *gay, indigenous, foreign* e *renowned*

O grupo apresenta quatro adjetivos, todos em língua inglesa. Em seguida, apresentamos as combinações com *gay*.

(192) *Bars on Rua da Consolação (between Alameda Jacé [sic] and Alameda Tietê) generally cater to a gay clientele.* (Os bares na Rua da Consolação (entre Alameda Jacé e Alameda Tietê) geralmente atendem a clientela gay.).

Outra combinação com *gay: gay –community*” / *–men*” (homens).

Em seguida, oferecemos uma combinação com *indigenous*.

(193) *In the Tupi-Guarani language, Anhangabaú means Demon’s Valley, and indigenous peoples believed evil spirits dwelled there.* (Em tupi-guarani, Anhangabaú significa Vale do Demônio, e os povos indígenas acreditavam que espíritos malignos residiam ali.).

Outras combinações com *indigenous: indigenous –communities*” (comunidade) / *–peoples*” (pessoas) / *–woman*” (mulher) / *–artists*” (artistas).

Agora, temos uma combinação com *foreign*.

(194) *Good wine, light meals and a simple but elegant design built around a cleverly serpentine bar, this Jardins delight is especially popular with well-heeled*

*designers, foreign correspondents and artists.* (Um bom vinho, refeições leves e um design simples, mas elegante ao redor do balcão sinuoso, esse encanto no Jardins é popular principalmente entre os designers mais endinheirados, correspondentes internacionais e artistas.).

Outras combinações com *foreign: foreign –visitor*” (visitantes) / *–immigration*” (imigração) / *–job seekers*” (pessoa à procura de emprego).

Abaixo, apresentamos um exemplo de combinação com *renowned*.

(195) *Designed by renowned landscape architect Roberto Burle Marx, Parque Ibirapuera was inaugurated in 1954 to commemorate the city's 400th anniversary.* (Projetado pelo renomado arquiteto-paisagista Roberto Burle Marx, o Parque Ibirapuera foi inaugurado em 1954 para celebrar o 400º aniversário da cidade.).

Outras combinações com *renowned: renowned –eritic*” (crítico) / *–shutterbugs*” (fotógrafos) / *–18th-century sculptor*” (escultor do século XVIII).

A partir das combinações geradas dos materiais em língua inglesa, nota-se que a cidade de São Paulo é representada como uma potência econômica, industrial, turística e artística no Brasil. Já nas combinações geradas a partir dos textos da prefeitura da cidade, notou-se uma ligeira preferência em informar o turista doméstico acerca da importância histórica da cidade para o País, uma vez que as informações frisadas nos materiais em inglês já são de conhecimento por boa parte da população.

Em relação à arquitetura, os materiais em língua inglesa evidenciam as características coloniais e originais de pontos turísticos, o que parece ser algo que chama a atenção do público estrangeiro. Já os materiais da prefeitura informam ao turista brasileiro a importância histórica de construções civis para a cidade.

A gastronomia é destaque nos textos em inglês e português e, no geral, também gerou diferenças. Os guias redigidos para turistas estrangeiros privilegiam a cozinha internacional encontrada em São Paulo, destacando-a como *–autêntica*”, o que pode ser uma indicação indireta para os viajantes que preferem optar por opções gastronômicas já conhecidas. Algo semelhante ocorre nos textos da prefeitura, que retrata a presença da culinária de outras regiões do País. Além de ressaltar a riqueza culinária da cidade, essas informações podem ter a mesma finalidade: informar aos leitores a disponibilidade de algo que eles já conhecem (ou não) e que pode ser desfrutado na cidade. Além disso, observou-se que os materiais da prefeitura dão grande ênfase à cozinha nacional.

No tocante à categoria **expressões artísticas e eventos**, também foi notado que, enquanto os materiais da prefeitura de São Paulo destacam para o turista brasileiro artefatos

(moedas, cédulas, porcelanas etc.) e eventos (shows, apresentações etc), os guias redigidos em língua inglesa para turistas estrangeiros informam ao leitor as coleções, exposições e acervos.

Por último, temos a categoria **pessoas**; nela os materiais em língua inglesa destacam a diversidade populacional da cidade, explicando sua constituição desde a chegada de imigrantes à cidade no século XVIII até os dias atuais. O material em língua portuguesa da prefeitura de São Paulo enfatiza aquilo que se refere à cidade de São Paulo, através de adjetivos como paulista e paulistano.

#### 4.5 COMBINAÇÕES ADJETIVAS DO RIO DE JANEIRO

Em seguida, apresentamos a tabela com os adjetivos da cidade do Rio de Janeiro organizados por categorias (Tabela 7).

**Tabela 7** – Adjetivos em inglês e português encontrados no *corpus* da cidade do Rio de Janeiro

<b>Categoria</b>	<b>Inglês</b>	<b>Ocorrências</b>	<b>Português</b>	<b>Ocorrências</b>
<b>Arredores</b>	<i>Great</i> (ótimo)	51	Carioca	142
	<i>Cultural</i>	48	Ideal	68
	<i>Famous</i> (famoso)	38	Histórico	20
	<i>Major</i> (principal)	20	Turístico*	38
	<i>Modern</i> (moderno)	33	Privilegiada	23
	<i>Beautiful</i> (belo)	33	Botânico	21
	<i>Tropical</i>	28	Famosa	19
	<i>Historic</i> (histórico)	26	Charmosa	29
	<i>Imperial</i>	26	Tropical	15
	<i>Largest</i> (maior)	26	Portuária	14
	<i>Colorful</i> (colorido)	24	Maravilhosa	12
	<i>Iconic</i> (icônico)	20	Deslumbrante	12
	<i>Restored</i> (restaurado)	19	Coloniais	8
	<i>Spectacular</i> (espetacular)	17	Belos	7
	<i>Lovely</i> (lindo)	15		
	<i>Baroque</i> (barroco)	13		
	<i>Tranquil</i> (tranquilo)	13		
	<i>Lush</i> (exuberante)	12		
	<i>Urban</i> (urbano)	12		
	<i>Magnificent</i> (magnífica)	11		
<i>Scenic</i> (cinematográfica)	11			
<i>Bohemian</i> (boêmio)	7			
<b>Alimentos</b>	<i>Excellent</i> (excelente)	51	Especiais	39
	<i>Grilled</i> (grelhado)	37	Tradicional*	68
	<i>Delicious</i> (delicioso)	12	Artesana*	30
	<i>Tasty</i> (saboroso)	8	Naturais	16
	<i>Delectable</i> (delicioso)	8	Contemporânea	14
			Crocante	14
			Deliciosos*	40
			Frescos	14
			Gelada	10
			Cremoso	8
<b>Comércio</b>	<i>Popular</i> (54)	54	Agradável	10
	<i>Outdoor</i> (externo) (29)	29	Elegante	7
	<i>Stylish</i> (sofisticado)	14		

	<i>Lively</i> (animado)	13		
	<i>Charming</i> (charmoso)	12		
	<i>Elegant</i> (elegante)	9		
<b>Cômodos</b>	<i>Small</i> (pequeno)	27	Confortável*	10
	<i>Attractive</i> (atraente)	13		
	<i>Spacious</i> (espaçoso)	9		
<b>Expressões artísticas e eventos</b>	<i>Free</i> (gratuito)	46	Cultura*	143
	<i>International</i> (internacional)	33	Nacionais	20
			Artístico*	21
<b>Pessoas</b>	<i>Brazilian</i> (brasileiro)	141	Português	20
	<i>Portuguese</i> (português)	34		
	<i>Indigenous</i> (indígena)	19		
	<i>European</i> (europeu)	12		

\*Refere-se à flexão de gênero e número do adjetivo em português.

Fonte: Criado pelo autor.

O Rio de Janeiro foi a única cidade brasileira que obteve adjetivos em todas as categorias. Isso se deveu ao fato de que, entre todas as cidades estudadas, a cidade do Rio de Janeiro é essencialmente turística, seja para turistas brasileiros ou estrangeiros. Além disso, o *site* da prefeitura do Rio foi o único que ofereceu informações sobre hospedagem e turismo de compras de forma direta.

A Tabela 7 indica que os materiais redigidos em língua inglesa e destinados ao turista estrangeiro geraram mais adjetivos nas categorias de **arredores**, **comércio**, **cômodo** e **pessoas**. Em contrapartida, os textos elaborados pela prefeitura carioca geraram mais adjetivos nas categorias **alimentos** e **expressões artísticas e eventos**.

Em seguida, apresentamos as combinações adjetivas da categoria **arredores**.

#### 4.5.1 Análise da categoria *arredores*

Contabilizaram-se 22 adjetivos em língua inglesa e 14 em língua portuguesa. Posteriormente, os adjetivos foram divididos em grupos, a saber: **descrição física**, **estilo**, **ponto turístico**, **apreciação** e **outros**.

Em seguida, temos a análise de dados do grupo **descrição física**.

##### 4.5.1.1 Descrição física: *colorful* e *largest*

Foram observados dois adjetivos em inglês neste grupo.

“*Colorful*” (colorido) não apresenta uma preferência combinatória evidente, mas ocorre frequentemente com termos que remetem a habitação, como “~~shanty~~*towns*” (favelas), “~~neighborhoods~~” (bairros), “~~buildings~~” (prédios) e “~~houses~~” (casas).

(196) *The inhabitants of these colorful shantytowns mostly have low-wage jobs in wealthier areas, while some make a living from small local businesses.* (A maioria

dos moradores dessas favelas coloridas tem empregos com baixos salários nas áreas ricas da cidade, enquanto outros tiram o sustento de pequenos negócios.).

Outras combinações com *colorful*: *colorful -neighborhoods*” (bairros) / *-buildings*” (prédios) / *-houses*” (casas) / *-sidewalk(s)*” (calçada(s)).

Dando seguimento aos termos analisados desta categoria, temos *largest*, utilizado para indicar aquilo que é maior na capital carioca.

(197) *Rocinha (Little Farm), Rio's largest favela, first sprouted in the 1940s, and is now a swarming anthill of narrow alleys, built on the side of a steep hill. (A Rocinha é a maior favela carioca, que começou a se formar na década de 1940 e agora é um formigueiro fervilhante de becos estreitos construídos na lateral de um morro íngreme.).*

Outras combinações com *largest*: *largest -aquarium*” (aquário) / *-firms*” (firmas) / *-urban forest*” (floresta urbana) / *-library*” (biblioteca) / *-shopping centers*” (shoppings).

Os trechos acima revelam que as favelas cariocas são destacadas com frequência nos guias de turismo e são inclusive retratadas como um ponto turístico para visitação, o que indica que são abordadas de forma positiva nesses materiais, como se observa no trecho abaixo.

(198) *Up to 250,000 people live in Rocinha. In many ways, the favela is the heartbeat of Brazil's cities, a hotbed of musical talent, and the home of many of its most creative residents. The cultural input of the favela is rarely acknowledged. (Estima-se que até 250.000 pessoas residam na Rocinha. Em muitos aspectos, a favela   a pulsa o das cidades brasileiras, um viveiro de talento musical e o lar de muitos de seus residentes criativos. O insumo cultural das favelas   raramente reconhecido.).*

#### 4.5.1.2 Estilo: *imperial, historic, restored, baroque, modern, urban* e colonial, histórico

Neste grupo, temos seis adjetivos em língua inglesa contra dois em português.

A seguir, temos as combina es com *imperial*, que apresenta combina es que descrevem resquícios do período do império português na cidade do Rio de Janeiro.

(199) *The Imperial Palace has been the backdrop for many key events in Brazilian history, including the signing of the Lei Aurea, or Golden Law, in 1888. (O Palácio Imperial foi o cenário de eventos importantes na história brasileira, como a assinatura da Lei Aurea em 1888.).*

Outras combina es com *imperial*: *imperial -mansion*” (mansão) / *-building*” (prédio).

Agora temos algumas combina es com **colonial**.

(200) A casa construída em 1904 passou por restaura es sem comprometer sua autenticidade e conservou a fachada de cor amarela e o **telhado colonial**.



Outra combinação com **colonial**: **-mansão**” **colonial**.

Observa-se que, nos exemplos acima, tanto o material redigido em língua inglesa quando em língua portuguesa dão destaque às construções civis, enaltecendo seus respectivos estilos.

**Historic** e **histórico** apresentam ocorrências semelhantes em ambas as línguas, como se observa abaixo.

(201) *Today, the square and the surrounding area are packed with historic buildings and streets.* (Atualmente, a praça e seus arredores estão repletos de prédios e ruas históricos.

Outras combinações com **historic**: **historic -streetcars**” (bondes) / **-edifice**” (edifício) / **-mansions**” (mansões) / **-house**” (casa) / **-center**” (centro).

(202) A Biblioteca Nacional possui várias áreas de atendimento ao público, oferecendo serviços aos visitantes, pesquisadores e acadêmicos que desejam consultar e pesquisar seu acervo, ou simplesmente conhecer o belo **prédio histórico** que abriga tantas obras.

Outras combinações com **histórico**: **-prédio**” / **-casarão**” / **-museu**” / **-centro**” **histórico**.

**Restored** (restaurado) parece ter preferência por palavras do campo da arquitetura. O adjetivo é frequentemente acompanhado por advérbios.

(203) *Housed in a beautifully restored 1906 building, the Centro Cultural Banco do Brasil hosts some of Rio's top exhibitions.* (Localizado em um prédio de 1906 lindamente restaurado, o Centro Cultural Banco do Brasil abriga algumas das melhores exposições cariocas.).

Outras combinações com **restored**: **restored -mansion**” / **-palace**” / **-church**” (igreja). **Baroque** descreve o estilo de edificações.

(204) *Rio's bustling commercial district, Centro is a blend of high-rise office buildings with baroque churches, wide plazas and cobblestone streets, remnants of its grand past.* (O movimentado distrito comercial do Rio é uma mistura de altos prédios de escritórios com igrejas barrocas, amplas praças e ruas de paralelepípedo, vestígios do esplendoroso passado.).

Outras combinações com **baroque**: **baroque -buildings**” / **-construction**” (construção).

A combinação com **modern** a seguir também destaca o contraste do centro arquitetônico do Rio de Janeiro.

(205) *Best for historic and futuristic modern architecture, and city-center buzz.* (O melhor da arquitetura histórica e moderna futurística e a agitação do centro da cidade.).

A seguir, temos as combinações com *modern*.

Outras combinações com *modern: modern –skyscrapers*” (arranha-céus) / *–buildings*” / *–area*” (área) / *–Metropolitan Cathedral*” (Catedral Metropolitana).

As combinações com *baroque* e *modern* acima destacam que o contraste arquitetônico do centro do Rio de Janeiro é um atrativo interessante para o estrangeiro.

A combinação com *urban* destaca a inauguração do Cristo e revela mais um contraste frisado pelos guias em língua inglesa: a forte presença de áreas arborizadas na cidade.

(206) *Officially inaugurated in 1931 to mark the centenary of Brazil's independence, the enormous statue sits in the center of the tropical jungle of Parque Nacional da Tijuca (which contains the world's largest urban forest).* (Oficialmente inaugurado em 1931 para marcar o centenário da independência brasileira, a estátua de proporções enormes está no centro de uma floresta tropical do Parque nacional da Tijuca, onde se encontra a maior floresta urbana do mundo).

Outras combinações com *urban: urban –park*” (parque) / *–architecture*” (arquitetura).

Em português, a descrição do mesmo ponto turístico dá maior importância à vista proporcionada pelo local do que à vegetação que o circunda.

(207) Está situado no Parque Nacional da Tijuca, a 710 metros do nível do mar, de onde se pode apreciar uma das mais **belas vistas** da cidade.

Ambos os materiais privilegiam bastante a riqueza arquitetônica da capital carioca; entretanto, os materiais em língua inglesa enfatizam o contraste do novo com o velho na cidade e do urbano com o natural, o que não foi observado nos textos da prefeitura do Rio de Janeiro.

#### 4.5.1.3 Pontos turísticos: *famous*, *iconic* e famosa, turístico\*

Temos quatro adjetivos neste grupo: dois em inglês e dois em português.

A seguir apresentamos, respectivamente, combinações com *famous* e *iconic*, que descrevem a distinção e fama da atração turística.

(208) *Undoubtedly the most famous landmark on Guanabara Bay is Pão de Açúcar.* (Indubitavelmente, o ponto turístico mais famoso na Baía da Guanabara é o Pão de Açúcar.).

Outras combinações com *famous: famous –statue of Cristo Redentor*” (estátua do Cristo Redentor) / *–landscape*” (paisagem) / *–neighborhoods*” (bairros) / *–stretches of sand*” (trechos de areia).

Agora, temos as combinações com **famosa**.

(209) Localizado a meia quadra do metrô e a três da **famosa praia de Copacabana**, o *hostel* possui oito dormitórios, seis banheiros e cozinha.

Outras combinações com **famosa**: **famosa –escultura de Art Deco” / –estátua” / –trilha”**.

Verificou-se que as combinações com destacadas apresentaram o adjetivo **–famosa”** anteposto aos substantivos, indicando ênfase (GARCIA, 2011).

Em seguida, temos uma combinação com **iconic**.

(210) *On the summit, the iconic Cristo Redentor statue towers over Rio.* (No cume, a icônica estátua do Cristo Redentor eleva-se sobre o Rio).

Outras combinações com **iconic**: **iconic –Arcos viaduct”** (Arcos da Lapa) / **–steps”** (escadaria) / **–Sugar Loaf Mountain”** (Pão de Açúcar).

Nos textos da prefeitura do Rio, os substantivos descritos como **–icônicos”** são apenas o gramado do Estádio do Maracanã e o calçadão de Copacabana: o primeiro, por ter sido o local que sediou grandes partidas de futebol, e o segundo, por ser a marca registrada da Praia de Copacabana, como se observa nas passagens a seguir.

(211) Seu **icônico calçadão** de pedras portuguesas, cujas curvas simulam as ondas do mar, são um dos símbolos da cidade.

(212) O vestiário, as salas de aquecimento e imprensa e o **icônico gramado** também fazem parte do tour, que pode ser acompanhado por guias bilíngues ou feito individualmente.

Passamos agora para a última combinação deste grupo, **turístico\***, que descreve o passeio Transcarioca.

(213) O mais novo **atrativo turístico** da cidade possui 180 km de extensão e conecta a Barra de Guaratiba, na zona oeste, ao Pão de Açúcar, na zona sul, passando pelos principais atrativos naturais, históricos e culturais de sete unidades de conservação.

Outras combinações com **turístico**: **–polo” / –potencial” / –ponto” / –roteiros” / –passeios” turístico(s)**.

Os adjetivos **famous** e **famosa** não apresentaram grandes diferenças em suas combinações. Entretanto, o que é considerado icônico para o estrangeiro na capital carioca é diferente daquilo descrito nos textos da prefeitura do Rio, que destaca o interesse do brasileiro pelo futebol.

4.5.1.4 Apreciação: *beautiful, spectacular, magnificent, lovely, great, scenic* e belos, deslumbrante, privilegiada, maravilhosa

O grupo apresenta nove adjetivos: seis em inglês e quatro em português.

*Beautiful* ocorre principalmente com substantivos de corpos d'água, vegetações, e vistas do Rio.

(214) *If you want to be in the heart of the action and don't mind paying for it, stay in Ipanema or Leblon, where there are beautiful beaches and excellent restaurants, shopping and nightlife.* (Caso queira ficar onde tudo acontece e o preço não é um problema para você, hospede-se em Ipanema ou Leblon onde há belas praias e restaurantes, shopping e vida noturna excelentes.).

Outras combinações com *beautiful*: *-views*" (vistas) / *-park*" (parque) / *-trees*" (árvores) / *-pool*" (piscina) / *-gardens*" (jardins) / *-extraordinarily beautiful view*" (vista extraordinariamente bonita) / *-wildly beautiful beaches*" (praias incrivelmente bonitas).

Observou-se que o adjetivo algumas vezes é precedido por um advérbio para enfatizar a beleza descrita. É importante frisar que, em português, os materiais da prefeitura do Rio optam por descrever as praias como disputadas e conhecidas em detrimento de enfatizar a beleza desses locais, como se pode notar no exemplo a seguir.

(215) A disputada praia do Pepê dá as boas-vindas à zona oeste.

Em seguida, oferecemos uma combinação com **belos**.

(216) Além de servir como uma pista de caminhadas e corridas possui um dos mais **belos mirantes** que acompanham todo o percurso, rodeado pelo mar, por uma flora admirável e pelo Morro da Urca.

Outra combinação com **belos**: **belos -cartões-postais**".

*Spectacular* e **deslumbrante** apresentam, no geral, combinações bastante semelhantes. Vejamos abaixo.

(217) *Trips across the bay to the city of Niterói on the far side, or to the islands within the bay, offer spectacular vistas looking back at Rio.* (As viagens para o outro lado da baía para a cidade de Niterói do outro lado ou para as ilhas dentro da baía proporcionam vistas espetaculares do Rio.).

Outras combinações com *spectacular*: *spectacular -panorama*" / *-settings*" (cenários) / *-landscape*" (paisagem) / *-views*" (vistas).

(218) Como bônus, a **vista deslumbrante** da cidade, do alto das ladeiras de Santa Teresa.

Outras combinações com **deslumbrante**: **-vista**” / **-paisagem**” / **-visual**” **deslumbrante**.

**Privilegiada** e *magnificent* seguem padrão semelhante ao das combinações anteriores, mas ocorrem com alguns outros substantivos além daqueles que remetem ao visual:

(219) Com 714 metros, o Morro do Queimado tem uma **vista privilegiada** das zonas norte e sul da cidade.

Outras combinações com **privilegiada**: **-vista**” / **-visão**” / **-posição**” / **-região**” / **-localização**” **privilegiada**.

(220) *None of Rio's magnificent views are more breathtaking than those from the top of the 1,312-ft (400-m) granite and quartz Pão de Açúcar (Sugar Loaf), which looms at the mouth of Guanabara Bay.* (Nenhuma das magníficas vistas do Rio é mais impressionante do que aquelas de cima do Pão de Açúcar de granito e quartzo com 400m de altura, que se agiganta sobre a Baía da Guanabara).

Outras combinações com *magnificent*: *magnificent -ocean views*” (vista do mar) / *-ehurch*” (igreja) / *-beach*” (praia).

As ocorrências com *lovely* e *great* descrevem ambientes externos e não apresentam uma preferência combinatória óbvia. Vejamos os exemplos abaixo:

(221) *At the entrance there's a lovely pool, ringed with tropical foliage and mango trees.* (Na entrada, encontramos uma bela piscina rodeada por vegetação tropical e mangueiras.).

Algumas outras combinações com *lovely*: *lovely -views*” (vistas) / *-areas*” (ambientes) / *-gardens*” (jardins) / *-property*” (propriedade) / *-eolonial building*” (prédio colonial).

(222) *Copacabana has many more options (and better prices), plus a great beach and many restaurants and bars.* (Copacabana tem muito mais opções (e melhores preços) e uma ótima praia e diversos restaurantes e bares).

Outras combinações com *great*: *great -view*” / *“spot”* (local) / *-location*” (localização) / *-setting*” (cenário).

**Maravilhosa** ocorre 11 vezes em nosso *corpus* da cidade do Rio de Janeiro, 10 delas com o substantivo **-idade**”, pois é a forma como a cidade é conhecida, e apenas uma com **-vista**”.

(223) Depois de admirar todos esses pontos da **cidade maravilhosa**, é possível comprar ingressos para o bondinho e subir mais ainda até o Pão de Açúcar, assim como fazer o caminho inverso e retornar à Praia Vermelha.

A seguir, temos uma passagem com *scenic*.

(224) *The Prainha & Grumari tour consists of a hike between scenic beaches in Rio's little-visited western beaches.* (O passeio por Prainha e Grumari consiste em uma caminhada pelas praias cinematográficas numa região pouco visitada no oeste do Rio.).

Outras combinações com *scenic*: *scenic -bay*” (baía) / *-plaza*” (praça) / *-stroll*” (passeio) / *-Arcos da Lapa*” / *-views*” (vistas).

Neste grupo, verificou-se grande destaque dos visuais proporcionados pela cidade do Rio de Janeiro.

4.5.1.5 Outros: *tropical, lush, cultural, major, tranquil, bohemian* e *tropical*, botânico, portuária, ideal, carioca, charmosa

Esse grupo tem 12 adjetivos: seis em inglês e seis em português.

A seguir temos as combinações com *tropical*, em inglês e, posteriormente, português.

(225) *The scenic ride climbs through tropical foliage, with views of the mountain and city below.* (O passeio cinematográfico pela vegetação tropical com vistas da montanha e da cidade em baixo.).

Outras combinações com *tropical*: *tropical -verdure*” (vegetação) / *-jungle*” (selva) / *-foliage*” (folhagem) / *-greenery*” (área verde) / *-rain forest*” (floresta tropical) / *-plants*” (planta) / *-garden*” (jardim).

Observa-se, em inglês, uma preferência combinatória de *tropical* com palavras do campo semântico da flora, embora o termo também coocorra com substantivos como *flavor* (sabor) e *fruits* (frutas).

(226) Entre uma mangueira, bananeiras e bambus, numa rua de paralelepípedos no bairro de Santa Teresa do Rio de Janeiro, a Villa Leonor é um **paraíso tropical** no coração da Cidade Maravilhosa.

Outras combinações com *tropical*: *-elima*” / *-jardim*” **tropical**.

Nota-se que, em inglês, o adjetivo é usado para descrever a vegetação encontrada na cidade; em português, foi observada apenas uma ocorrência referente à vegetação (com o substantivo *-jardim*”), o que pode ser um indício de que os materiais de turismo produzidos pela prefeitura do Rio de Janeiro não associam o adjetivo *-tropical*” com vegetação, como observado em inglês, mas privilegiam a descrição climática e paisagística da cidade para o turista brasileiro. É possível, portanto, inferir que, para o turista estrangeiro, a vegetação tropical da cidade é bastante valorizada.

Em nosso *corpus*, *lush* e **botânico** ocorrem exclusivamente com palavras do campo semântico da flora.

(227) *The estate's lush vegetation includes thousands of plant species, some of which are rare varieties from different corners of the globe.* (A vegetação exuberante da propriedade inclui milhares de espécies de plantas, algumas delas são variedades raras de diferentes lugares do mundo.).

Outras combinações com *lush*: *lush “vegetation”* (vegetação) / *–greenery”* (área verde) / *–grounds of Jardim Botânico”* (áreas do Jardim Botânico) / *–green rainforest”* (floresta tropical verde) / *–garden”* (jardim) / *–park”* (parque).

(228) O **Jardim Botânico** do Rio de Janeiro é considerado um dos mais ricos e importantes do mundo.

As combinações com *cultural* descrevem locais destinados a atividades de cunho artístico, como se observa abaixo.

(229) *The nearby Fundação Eva Klabin is one of Rio's prolific cultural centers and museums.* (Localizada próxima, a Fundação Eva Klabin é um dos vários centros culturais e museus cariocas produtivos.).

Outras combinações com *cultural*: *cultural –spaces”* (espaços) / *–venue”* (locais) / *–corridor”* (corredor).

A parte **portuária** da cidade é descrita como ponto turístico.

(230) A **zona portuária** é uma galeria de arte a céu aberto.

Outra combinação de **portuária**: *–região” portuária.*

**Major** ocorre para descrever pontos importantes.

(231) *The first major beach you'll reach heading west of Leblon is Praia do Pepino in São Conrado.* (A primeira praia principal que você encontrará em direção ao oeste do Leblon é Praia do Pepino, em São Conrado.).

Outras combinações com *major*: *major –hotels”* (hotéis) / *–center”* (centro) / *–malls”* (shopping), *–venue”* (local).

A seguir, temos um exemplo com **ideal**, que descreve locais adequados para atividades turísticas.

(232) Conhecido não apenas por sua arquitetura e flora apuradas, o Parque Lage é o **cenário ideal** para tardes agradáveis de relaxamento ou para um elaborado café da manhã em um dos estabelecimentos do espaço.

Outras combinações com **ideal**: *–praia”* / *–ponto”* / *–local”* / *–destino”*.

A seguir, temos um exemplo com uma combinação de **tranquil**.

(233) *The tranquil garden is a refreshing respite from the heat and urban rush and tumble of Rio, and it deserves a long, studied walk through its many and varied examples of tropical greenery.* (O jardim tranquilo é um refúgio refrescante do calor

e da correria e confusão do Rio, e merece uma boa caminhada diligente pelos vários e muitos exemplos de vegetação tropical).

Outras combinações com *tranquil: tranquil –streets*” (ruas) / *–setting*” (localização) / *–place*” (lugar).

No excerto acima, nota-se que, mais uma vez, a vegetação é destacada nos guias em língua inglesa.

Em seguida, temos um exemplo de combinação com **charmosa**.

(234) A ala de apartamentos fica numa casa de arquitetura Portuguesa construída nos primeiros anos do século XX, pertinho do Largo das Neves, a **charmosa pracinha** por onde passa o famoso bonde e onde milhares de pessoas vêm a pé do sambódromo toda noite durante o carnaval para continuar a festa até a madrugada.

Outra combinação com **charmosa: charmosa –praia**”.

*Bohemian* descreve localizações apenas no bairro da Lapa e Santa Tereza.

(235) *From the bohemian lanes of old Santa Teresa to the village charm of Urca, Rio's colonial streets, magnificent churches and leafy plazas provide urban wanderers with days of exploration.* (Das travessas boêmias do antigo bairro de Santa Tereza ao charme das vilas da Urca, as ruas coloniais do Rio, das igrejas magníficas e as praças arborizadas proporcionam aos visitantes muito a explorar na cidade).

Outras combinações com *bohemian: bohemian –Santa Tereza*” / *–spots*” (locais) / *–playground*” / *–spirit*” (espírito).

Os resultados da categoria **arredores** apresentam pontos em comuns e divergentes entre os materiais analisados.

Foi observado que as favelas são representadas de forma positiva nos guias, que, além disso, destacam as cores de construções habitacionais no Rio. Também se observou que ambos os materiais valorizam a arquitetura na cidade, porém, os guias em língua inglesa destacam, repetidas vezes, o contraste de prédios antigos e históricos com arranha-céus modernos no centro da cidade como uma característica interessante para esse turista conhecer.

Em relação ao uso de adjetivos para descrever pontos turísticos, nota-se uma ligeira diferença entre os guias redigidos para estrangeiros e os materiais para turistas nacionais. No tocante ao uso dos adjetivos *iconic* e *icônico*, verificou-se que as atrações que apresentavam essa característica eram diferentes entre as línguas. Todavia, ambos os materiais enfatizam as vistas proporcionadas pela cidade. Por fim, constatou-se que os guias estrangeiros dão grande ênfase à vegetação encontrada no Rio, mas o mesmo não foi observado com tanta exaltação nos materiais produzidos pela prefeitura do Rio de Janeiro.



#### 4.5.2 Análise da categoria *alimentos*

Essa categoria gerou 15 adjetivos ao todo, cinco deles em inglês e o restante em português. Posteriormente, os adjetivos foram separados em quatro grupos. São eles: **avaliação, tipo de comida, descrição física e outros.**

##### 4.5.2.1 Avaliação: *delicious, excellent, tasty, delectable* e *delicios\**

A seguir, temos as combinações com *delicious* e *delicios\**, respectivamente.

(236) *At other times, this 100% vegan eatery serves a 10-dish lunch buffet, while the evening à la carte menu features pizzas, vegetable sandwiches, oat pancakes with shiitake mushrooms and delicious salads.* (Em outros dias, essa lanchonete 100% vegana serve um *buffet* no horário do almoço com 10 pratos; à noite, o cardápio à la carte oferece *pizzas*, sanduíches de vegetais, panquecas de aveia com cogumelo *shiitake* e deliciosas saladas.).

Outras combinações com *delicious*: *delicious*: ~~–vegetarian dishes~~” (pratos veganos) / ~~–snacks~~” (petiscos) / ~~–bowl of Brazil’s national dish~~” (tigela do prato nacional brasileiro) / ~~–kussa mehchie~~” (abobrinha recheada com arroz e carne).

(237) Então, nos lembramos das melhores trattorias italianas – **pratos deliciosos**, ingredientes de primeira, ambiente acolhedor e preços acessíveis – e transportamos o modelo para o mundo das gelaterias.

Outras combinações com *delicios\**: ~~–sanduíches~~” / ~~–hambúrgueres~~” / ~~–pratos~~” **deliciosos**.

Nota-se nos excertos e nas combinações acima que, nos guias redigidos para turistas estrangeiros, há uma leve preferência por pratos vegetarianos, enquanto as combinações geradas a partir dos materiais da prefeitura do Rio parecem privilegiar a culinária italiana e refeições rápidas.

*Excellent* ocorre com diversos tipos de prato, como se observa a seguir.

(238) *Favela Hype also serves creative Brazilian fare, including an excellent feijoada (bean-and-meat stew).* (O Favela Hype também serve comida brasileira criativa, inclusive uma **deliciosa feijoada** (ensopado de feijão com carne).).

Outras combinações com *excellent*: *excellent* ~~–caipirinhas~~” / ~~–cocktails~~” (coquetéis) / ~~–offee~~” (café) / ~~–seafood~~” (frutos do mar) / ~~–codfish balls~~” (bolinhos de bacalhao) / ~~–vegetarian options~~” (opções vegetarianas).

*Tasty* qualifica pratos, ingredientes e refeições.

(239) *Joaquina has much to recommend it: a great ocean-facing location with outdoor seating, excellent caipirinhas that don’t stint on the fresh fruit, and tasty*

*Brazilian fare at fair prices.* (Há muita coisa boa para se falar a respeito de Joaquina: o restaurante tem uma ótima localização de frente ao mar, mesas em ambiente externo, excelentes caipirinhas com bastante fruta e comida brasileira saborosa com preço justo).

Outras combinações com *tasty*: *tasty –lentil salad*” (salada de lentilha) / *–lunchtime specials*” (pratos especiais para o almoço) / *–plates of acarajé*” (pratos de acarajé).

*Delectable* destaca pratos da gastronomia internacional e brasileira.

(240) *Azumi’s sushiman (sushi chef) masterfully prepares delectable sushi and sashimi, and the tempuras and soups are also excellent.* (O chefe de sushi da Azumi prepara magistralmente sushi e sashimi deliciosos e tempurás e sopas que também são excelentes.).

Outras combinações com *delectable*: *delectable –seafood stew*” (moquequinha) / *–Bahian-fare*” (comida baiana) / *–Brazilian cooking*” (cozinha brasileira) / *–beers*” (cervejas) / *–sandwich*” (sanduíche).

No geral, o grupo revelou que os guias redigidos para turistas estrangeiros destacam a culinária brasileira de forma positiva.

#### 4.5.2.2 Tipo de comida: contemporânea, tradicional\*, artesanal e especial

O grupo tem quatro adjetivos, todos em língua portuguesa. Isso pode ser resultado da coleta de materiais do *site* da prefeitura do Rio de Janeiro, que, diferentemente das demais, indica estabelecimentos para alimentação e hospedagem.

Apesar de o adjetivo **contemporânea** também ocorrer com arte, a ferramenta indicou três combinações no campo da culinária, como se observa no exemplo abaixo.

(241) Tudo isso ao degustar uma **gastronomia contemporânea** com assinatura de chef e um bom drinque.

Outras combinações com **contemporânea**: *–cozinha*” / *–culinária*” **brasileira**.

**Tradicional\*** foi encontrado na forma plural e singular e com preferência combinatória, em nosso *corpus*, por alimentos.

(242) O cardápio também oferece entradas, como o Glavlax, prato típico viking que consiste em uma porção de salmão curado com molho de Dill e torradinhas, além das **tradicional batatas fritas**.

Outras combinações com **tradicional**: *–mortadela*” / *–requeijão*” / *–pão*” / *–picadinho*” **tradicional**; *–drinques*” / *–pratos*” / *“waffles”* **tradicionalis**.

**Artesana\*** ocorre frequentemente com alimentos para indicar o diferencial na forma como os produtos são produzidos em contraste com aqueles fabricados industrialmente e comercializados em larga escala.

(243) A degustação de **cachaças artesanais** e uma carta de cervejas especiais também pode ser apreciada no espaço.

Outras combinações com **artesana\***: **-brownie**” / **-geleia**” / **-goma**” / **-linguiça**” / **-xarope**” artesanal; **-ervejas**” / **-ehopes**” / **-ingredientes**” / **-massas**” / **-sorvetes**” / **-pães**” / **-produtos**” / **-queijos**” artesanais.

**Especiais** descreve palavras do campo semântico da gastronomia que apresentam características diferenciadas das convencionais.

(244) O bar e restaurante serve especialidades regionais e **caipirinhas especiais**.

Outras combinações com **especiais**: **-sashimis**” / **-jantares**” / **-eardápios**” / **-eafés**” / **-temperos**” / **-molhos**” / **-ehopes**” / **-ervejas**” / **-pães**” / **-pratos**”.

O grupo destaca principalmente a gastronomia nacional e alimentos feitos artesanalmente.

#### 4.5.2.3 Descrição física: gelada, crocante e cremoso

O grupo apresenta apenas três adjetivos, todos em língua portuguesa.

**Gelada** apresenta apenas três combinações, uma com o substantivo **-erveja**”, outra com a mesma palavra flexionada no diminutivo e a terceira com **-água de coco**”.

(245) Sanduíches deliciosos e **cerveja gelada**.

Outra combinação de **gelada**: **-ervejinha**” / **-água de coco**” gelada.

**Crocante** é empregado para descrever alimentos:

(246) Belga Brasserie, charmoso restaurante no *lobby* do hotel, está aberto aos hóspedes e clientes externos, oferecendo os deliciosos waffles tradicionais, a **batata frita crocante**, o deliciosos [*sic*] chocolate e as mundialmente conhecidas cervejas belgas.

Outras combinações com **crocante**: **-bacon**” / **-huchu**” / **-farofa**” / **-frango**” **crocante**.

**Cremoso**, em nosso *corpus*, ocorre exclusivamente na descrição de alimentos.

(247) Os mais famintos podem optar pelos pratos principais como o Salmão grelhado na manteiga servido com **purê cremoso** de cará, o Marreco com

bratkartoffeln, um magret de marreco grelhado acompanhado de salada quente de batata e bacon e o Ribeye grelhado servido com ketchup caseiro e fritas).

Outras combinações com **cremoso**: **-ovo mexido**” / **-requeijão**” / **-bolo**” **cremoso**.

#### 4.5.2.4 Outros: *grilled*, frescos e naturais

Temos três adjetivos neste grupo, um em inglês e dois em língua portuguesa.

**Grilled** descreve a forma de preparo de alimentos.

(248) *Its top picks are fresh oysters, **grilled seafood** with vegetables and moqueca (seafood stew cooked in coconut milk) dishes.* (Os mais pedidos são ostras frescas, frutos do mar grelhado com vegetais e moqueca (ensopado de frutos do mar cozinhados no leite de coco).

Outras combinações com **grilled**: **grilled -namorado**” / **-veggies**” (legumes) / **-trout**” (truta) / **-scallops**” (vieiras) / **-octopus**” (povo) / **-tuna**” (atum) / **-prawns**” (camarões) / **-salmon**” (salmão) / **-squid**” (lula) / **-octopus**” (povo) / **-heart palm**” (palmito) / **-pumpkin**” (abóbora) / **-spit-roasted birds**” (galetos) / **-rump steak**” (picanha) / **-meats**” (carne) / **-dishes**” (pratos).

Nota-se que **grilled** apresenta um grande número de combinações e que isso pode ser um indicativo do modo de preparo preferido pelo turista estrangeiro. Ademais, nota-se um grande número de combinações com frutos do mar e peixe, o que pode ser explicado pelo fato de o Rio de Janeiro ser uma cidade litorânea.

O adjetivo **frescos** ocorre, em nosso *corpus*, para descrever a qualidade de um alimento que foi colhido ou preparado recentemente.

(249) Bruschettas de ovo caipira com **aspargos frescos** e azeite de trufa abrem o cardápio, que tem ainda o Risoto de espinafre com gorgonzola e tiras de filet mignon, e Tiramissu de frutas vermelhas para fechar.

Outras combinações com **frescos**: **-camarões**” / **“alimentos**” / **-sucos**” / **-ingredientes**” / **-produtos**” **frescos**.

A seguir, é oferecido um exemplo com o adjetivo **naturais**.

(250) O café da manhã com croissants, **sucos naturais** e bolos feitos no dia é servido diariamente e pode também ser pedido no quarto.

Outras combinações com **naturais**: **-sanduíches**” / **-comidas**” / **-produtos**” / **“ingredientes**” **naturais**.

A categoria **alimentos** indicou que os textos destinados aos turistas estrangeiros apresentaram mais adjetivos avaliativos, o que pode ser uma forma de orientar o turista que

desconhece a culinária brasileira sobre o que pedir em restaurantes do Rio de Janeiro. O material da prefeitura da capital carioca apresentou menos adjetivos avaliativos, possivelmente por ser um texto que tem como objetivo informar turistas brasileiros, que já estão familiarizados com grande parte dos alimentos oferecidos em estabelecimentos gastronômicos, ou para manter um texto mais objetivo. Também foi verificado que os guias em língua inglesa destacam bastante pratos da culinária brasileira, enquanto nos materiais da prefeitura do Rio de Janeiro temos menção à cozinha italiana e a refeições mais rápidas (sanduíches) e baratas.

Outro ponto que deve ser frisado é que os guias destacam bastante os peixes, frutos do mar e vegetais. Já os materiais da prefeitura destacam alimentos preparados de forma artesanal. Notou-se também que os textos em língua inglesa priorizam informações sobre alimentos grelhados e os textos em português, alimentos frescos e naturais.

#### 4.5.3 Análise da categoria *comércio*

A categoria comércio tem oito adjetivos: seis em inglês e dois em português. Os adjetivos foram divididos em dois grupos, a saber: **descrição física** e **outros**.

##### 4.5.3.1 Descrição física: *elegant, stylish, charming, outdoor* e elegante

Verificou-se a ocorrência de cinco adjetivos neste grupo, quatro em inglês e apenas um em português.

A seguir, temos combinações com *elegant* e **elegante**, respectivamente.

(251) *Also in the park is a pleasant picnic spot (Bom Retiro) and two restaurants (the **elegant** Restaurante Os Esquilos and Restaurante Barão a Floresta), which are near the Ruínas do Archer (the ruins of Major Archer's house).* (Também há no parque uma área agradável para piquenique (Bom Retiro) e dois restaurantes (o elegante restaurante Os Esquilos e o restaurante Barão a Floresta), que estão localizados próximos às Ruínas do Archer (as ruínas da casa do Major Archer).

Outras combinações com *elegant*: *elegant +rooms*” (apartamentos) / *-decor*” (decoração).

(252) Com clima de lounge o bar chama atenção pelo cobogó dividindo o ambiente, além de uma **iluminação elegante** e charmosa, com lâmpadas decorativas.

Outras combinações com **elegante**: *-ambiente*” / *-área*” **elegante**.

Nota-se nos excertos acima que os adjetivos destacados descrevem um restaurante e um bar.

Em nosso *corpus*, *stylish* é usado para descrever estabelecimentos como hotéis e bares.

(253) *This **stylish bar** with outdoor seating has lovely views over the city (looking north).* (Esse sofisticado bar com mesas ao ar livre tem vistas belíssimas para o lado norte da cidade.).

Outra combinação de *stylish: stylish ~~hotel~~*.

*Charming* descreve diversos tipos de estabelecimentos comerciais alimentícios.

(254) *A gorgeous multilevel garden with fairy lights is the centerpiece of this **charming cocktail bar**.* (Um belo jardim com vários níveis e com luzes decorativas é o atrativo desse charmoso bar de drinques.).

Algumas outras combinações com *charming: charming ~~café~~* (cafeteria) / *~~bar~~* / *~~bistro~~* (bistrô).

*Outdoor* ocorre para descrever ambientes externos, sobretudo em cafés, bares e restaurantes.

(255) *The setting channels a bit of old-world Spain, with rustic stone and brick walls, **outdoor tables** on the sidewalk, and ample bar seating, which is a fine spot for watching the dexterous bartenders in action.* (O ambiente lembra a Espanha do velho mundo, com pedras rústicas e paredes de tijolos, mesas ao ar livre nas calçadas e vários bancos no bar, que são um ótimo lugar para assistir os habilidosos bartenders trabalharem.).

Outras combinações com *outdoor: outdoor ~~cafes~~* (cafeteria) / *~~bars~~* (bares) / *~~restaurants~~* (restaurantes).

As combinações nesta categoria apontam que os materiais em inglês e português privilegiam a elegância e os guias em inglês valorizam ambientes comerciais com áreas externas, que podem desfrutadas o ano todo, ao contrário da Europa e dos Estados Unidos, por exemplo.

#### 4.5.3.2 Outros: *popular, lively* e agradável

O grupo é formado por três adjetivos: dois em inglês e um em português.

*Popular*, em nosso *corpus*, ocorre com palavras de diversos campos semânticos, mas observou-se uma ligeira preferência para descrever estabelecimentos comerciais conhecidos no Rio de Janeiro.

(256) *On Ipanema's gayest street, this **popular bar** is a great after-beach spot.* (Na rua mais *gay* de Ipanema, esse bar popular é um ótimo local para ir depois da praia.).

Outras combinações com *popular: popular ~~nightclub(s)~~* (boate(s)) / *~~restaurants~~* / *~~branch~~* (filial) / *~~lunch spot~~* (lugar para almoço) / *~~snack stand~~* (baraca) / *~~trailers~~*.

*Lively* ocorre principalmente na descrição de bares.

(257) *The go-to spot for all your underground hipster needs, the tiny Void is a shop by day and a lively beer-drinking spot by night.* (O local ideal para as necessidades do público jovem hipster, o pequeno Void funciona como uma loja de dia e um lugar animado para beber cerveja à noite).

Outras combinações com *lively*: *-bar*” (bar) / *-restaurant*” (restaurante).

**Agradável** ocorre 10 vezes em nosso *corpus* acompanhado do substantivo *-ambiente*” na descrição apenas de restaurantes.

(258) Com mais de 80 anos de trajetória, o prédio possui um bar sofisticado no térreo e restaurante com dois andares, ambos com **ambiente agradável** e vista privilegiada para a Baía de Guanabara, Ilha Fiscal, Aeroporto Santos Dumont e da Ponte Rio-Niterói.

O excerto acima, além de destacar a tradição do restaurante, enfatiza a vista privilegiada que o local proporciona.

(259) Parador Bistrô é referência de bons pratos e **ambiente agradável**.

(260) Com arquitetura assinada pelo renomado Ricardo Campos, assim como o espaço em Icaraí, que tem um quê de bistrô parisiense, o local já se torna um ponto de encontro para quem aprecia boa comida e **ambiente agradável**.

Nos últimos dois excertos valorizam-se, além do *-ambiente agradável*”, a referência gastronômica e a arquitetura dos estabelecimentos descritos.

De modo geral, é possível concluir a partir das combinações analisadas que tanto os guias em inglês quanto os materiais produzidos pela prefeitura do Rio privilegiam a elegância, sobretudo de restaurantes. Em inglês, foi observada uma preferência por ambientes a céu aberto e animados, ao passo que em português valorizam-se, nos materiais da prefeitura da capital carioca, aqueles com ambientação mais agradável.

#### 4.5.4 Análise da categoria *cômodos*

Foram contabilizados quatro adjetivos neste grupo: um em português e três em inglês. Posteriormente, esses adjetivos foram organizados em dois grupos: **tamanho** e **outros**.

Em seguida, temos as combinações dos adjetivos do grupo **tamanho**.

##### 4.5.4.1 Tamanho: *small* e *spacious*

Os adjetivos deste grupo indicam que o tamanho dos cômodos parece ser uma característica importante para os turistas estrangeiros. Agora, vejamos o que as combinações com *small* revelam.

(261) *All rooms have a small bathroom.* (Todos os quartos dispõem de um pequeno banheiro.).

Outras combinações com *small*: *small -front deck*” (deque da frente) / *-terrace*” (terraço) / *-kitchen units*” (cozinha) / *-verandas*” (varandas) / *-rooms*” (apartamentos).

Em seguida, temos uma combinação com *spacious*.

(262) *Today accommodations range from deluxe rooms to spacious suites with balconies.* (Atualmente, o hotel dispõe de acomodações que vão desde quartos de luxo até suítes espaçosas com varandas.).

Outras combinações com *spacious*: *spacious -rooms*” / *-dining room*” (salão de jantar) / *-bathrooms*” (banheiros) / *-verandas*” / *-balconies*” (varandas) / *-sundeck*” (solário).

A partir das combinações acima, nota-se que os cômodos externos são ligeiramente mais valorizados que os internos nos guias em língua inglesa.

#### 4.5.4.2 Outros: *attractive* e confortável\*

O grupo tem dois adjetivos: um em inglês e outro em português.

(263) *Friendly, knowledgeable hosts offer just two attractive rooms and one bungalow overlooking the garden; the place is in high demand so book early.* (Os simpáticos e experientes donos oferecem apenas dois belos apartamentos e um chalé com vista para o jardim; o local é muito procurado, então, faça a reserva com antecedência.).

Outra combinação de *attractive*: *attractive “lobby”* (saguão).

Abaixo, temos a única combinação com **confortável**.

(264) A guest house oferece quatro **quartos confortáveis** todos com tv, ar condicionado e wi-fi.

Destacamos, entretanto, que o adjetivo ocorre frequentemente na descrição de alojamentos, mas sem formar uma combinação adjetiva.

(265) Berço da Bossa Nova e fonte de inspiração da canção brasileira mais conhecida no mundo, o Praia Ipanema Hotel oferece 100 **quartos confortáveis** que refletem o estilo de vida de Ipanema, além de um terraço com vista panorâmica e piscina aquecida de borda infinita.

(266) A casa, da década de 40, foi reformada e modernizada em 2014 e possui três **confortáveis** e bem equipadas **suítes**.

A combinação *-attractive room(s)*” é relativamente frequente em nosso *corpus*, e as linhas de concordância revelam que o adjetivo *-confortável*” ocorre com certa frequência na descrição de alojamentos. Isso pode ser um indicativo de que os materiais de turismo



redigidos em inglês para turistas estrangeiros privilegiam beleza e tamanho dos cômodos, enquanto os materiais produzidos pela prefeitura do Rio lançam mão do adjetivo “-confortável”, que é mais genérico e parece ser uma característica importante para o turista brasileiro.

#### 4.5.5 Análise da categoria *expressões artísticas e eventos*

Nesta categoria, temos quatro adjetivos, dois em língua inglesa e dois em português. Os adjetivos estão agregados em um único grupo: **tipo de evento/arte**.

##### 4.5.5.1 Tipo de evento/arte: *free, international* e nacionais, artistic\*

O grupo tem quatro adjetivos, dois em cada idioma.

Em seguida, temos as combinações com *free*.

(267) *It has English-style gardens, little lakes, and a mansion that houses the Escola de Artes Visuais (School of Visual Arts), which hosts free art exhibitions and occasional performances.* (A Escola de Artes Visuais tem um jardim no estilo inglês, com um pequeno lago e uma mansão que abriga a instituição, que oferece exposições de obras de arte gratuitamente e realiza performances ocasionalmente).

Outras combinações com *free*: *free -concert*” (concerto) / *-guided multilingual tour*” (passeio guiado multilíngue).

*International* descreve eventos e artistas, apesar de apresentar também combinações com *airport* (aeroporto).

(268) *Several international regatas have been held here.* (Muitas regatas internacionais foram sediadas aqui.).

Outras combinações com *international*: *international -performers*” (artistas) / *-exhibits*” (exposições) / *-film festival*” (festival de cinema).

**Naciona\*** é o adjetivo que apresenta maior número de combinações neste grupo.

(269) Os visitantes irão mergulhar na cultura do Brasil e da América Latina através dos 40 painéis desenhados nas paredes por **artistas plásticos nacionais** e internacionais.

Outras combinações com **naciona\***: *-literatura*” / *-monumento*” / *-museu*” / **nacional**; *-autores*” / *-artes visuais*” **nacionais**.

Em seguida, temos **artistic\***.

(270) Ela é um ponto de encontro da comunidade, um lugar acessível onde se estimula a leitura e a construção de saberes, onde são desenvolvidas **produções artísticas**.

Outras combinações com **artístico\***: **-evento**” artístico; **-interação**” artística; **-atrações**” / **-línguagens**” / **-manifestações**” / **“apresentações**” artísticas.

As combinações encontradas em língua portuguesa sobre a cidade do Rio de Janeiro indicam que ela é descrita artisticamente como um local com eventos internacionais e musicais para os turistas estrangeiros. Por outro lado, os textos da prefeitura da capital carioca sinalizam ao turista brasileiro que a cidade oferece atividades de cunho mais cultural. Ademais, a gratuidade parece ser vista como algo positivo nos materiais.

#### 4.5.6 Análise da categoria *peessoas*

A categoria pessoas apresentou cinco adjetivos, quatro em língua inglesa e um em língua portuguesa. Posteriormente, os adjetivos foram agregados em dois grupos, **gentílicos** e **outros**.

##### 4.5.6.1 Gentílicos: *Portuguese, Brazilian, European* e português

A seguir, apresentamos as combinações com **Portuguese** e **português**, respectivamente.

(271) *In 1807 the Portuguese prince regent (later known as Dom João VI) and his entire court of 15,000 set sail for Brazil to escape the impending invasion of Napoleon Bonaparte. (Em 1807, o príncipe português regente (futuramente conhecido como Dom João VI) e toda a sua corte de 15.000 pessoas partiu rumo ao Brasil para escapar da invasão iminente de Napoleão Bonaparte).*

Outras combinações com **Portuguese**: **Portuguese -erown**” (coroa) / **-rulers**” (governantes) / **-pirates**” (piratas) / **-fishermen**” (pescadores) / **-empire**” (império) / **-explorer**” (explorados).

Para **português**, temos:

(272) Outros detalhes importantes do interior são o altar-mor do brasileiro Archimedes Memoria, os vitrais alemães e os enormes púlpitos em estilo art nouveau do **escultor português** Rodolfo Pinto do Couto (1931).

Outras combinações com **português**: **-império**” / **-militar**” / **-residente**”.

É possível observar, a partir dos excertos acima, que o uso dos adjetivos em inglês e português oferece informações históricas para o leitor, considerando que o Rio de Janeiro foi uma das capitais brasileiras no passado. Todavia, nota-se que os guias redigidos para turistas estrangeiros apresentam maior número de combinações, supostamente pela necessidade de apresentar mais conhecimento sobre a história brasileira para esse turista.

**Brazilian** aparece para descrever profissionais ou figuras que têm ou tiveram impacto na sociedade brasileira.

(273) *Designed by famous Brazilian landscaper Burle Marx (who also landscaped Brasília), the park features some 170,000 trees of 300 different species.* (Desenhado pelo famoso paisagista Burle Marx (quem também projetou Brasília), o parque tem 170.000 árvores de 300 espécies diferentes.).

Outras combinações com **Brazilian**: / **-politics**” (políticos) / **-moguls**” (magnatas) / **-entrepreneur**” (empreendedor) / **-heiress**” (herdeira) / **-royal family**” (família real) / **-presidents**” (presidentes) / **-painters**” (pintores) / **-artists**” (artistas) / **-architect**” (arquiteto) / **-people**” (povo).

**European** ocorre para descrever a constituição da população carioca desde o tempo em que o Brasil era colônia de Portugal.

(274) *At the end of the 19th century the city's population exploded as a result of European immigration and internal migration (mostly of ex-slaves from the declining coffee and sugar regions).* (No fim do século XIX, a população da cidade explodiu resultado da imigração europeia e migração interna (grande parte de ex-escravos de regiões cafeeiras ou açucareiras em declínio).).

Outras combinações com **European**: **European -masters**” (senhores) / **-musicians**” (musicistas) / **-residents**” (residentes) / **-monarch**” (monarca).

#### 4.5.6.2 Outros: *indigenous*

Apresentamos a seguir as combinações com **indigenous**.

(275) *Many of the park's 150-odd trails were originally made by Brazil's indigenous people and enslaved people from Africa.* (Muitas das 150 trilhas peculiares foram feitas por povos indígenas brasileiros e povos escravizados vindos da África.).

Outras combinações com **indigenous**: **indigenous -groups**” (grupos) / **-leader**” (líder) / **“peoples**” (povos).

No geral, as combinações indicam que os guias em língua inglesa se referem à constituição da sociedade brasileira.

Em **arredores**, constatou-se o maior número de adjetivos nas duas línguas. Isso pode ser um indicativo de que os entornos da cidade são valorizados tanto nos materiais para o turista estrangeiro quanto naqueles para o turista nacional. Também foi observado que ambos os idiomas dão destaque à arquitetura da capital carioca. Sobre o uso de adjetivos na descrição de pontos turísticos, notou-se que o que é descrito como **-iemonic**” nos guias em língua inglesa não ocorre nos materiais da prefeitura do Rio de Janeiro, que descreve o gramado do estádio

do Maracanã como tal. Ainda foi observado que, nos dois idiomas, os visuais proporcionados pela cidade são destaques nos textos. Entretanto, verificou-se grande ênfase dada à vegetação nos materiais em inglês.

Constatou-se também que, na categoria **alimentos**, os adjetivos avaliativos foram mais recorrentes nos textos de língua inglesa. Ademais, também foi verificado nos guias estrangeiros bastante destaque à culinária brasileira; em português privilegiaram-se refeições mais baratas e rápidas. Também foi possível observar que os frutos do mar, peixes e vegetais são frequentemente mencionados nos guias em inglês e que a descrição de alimentos artesanais é mais recorrente nos materiais destinados ao turista doméstico. Também se constatou uma preferência por alimentos grelhados nos guias em língua estrangeira, enquanto os materiais da prefeitura destacam alimentos frescos e naturais.

Verificou-se ainda que os guias, na categoria **comércio**, parecem privilegiar estabelecimentos animados (sobretudo bares), ao passo que os materiais redigidos pela prefeitura da capital carioca privilegiam ambientes mais aconchegantes (principalmente restaurantes). Outro atrativo nos guias estrangeiros no que tange a categoria **cômodos** é o destaque dado ao tamanho e beleza; nos materiais destinados ao turista doméstico, valoriza-se o conforto.

## 5 PROPOSTA DE TRADUÇÃO FUNCIONAL

A partir do enfoque nas ideias de tradução funcionalista de Christiane Nord (1997) e nas análises das combinações do *corpus*, buscou-se elaborar as traduções em língua inglesa de dois textos de turismo da cidade de Foz do Iguaçu considerando as funções comunicativas, e não só os elementos estruturais isolados. O critério de seleção dos textos foi o fato de o *site* do governo do estado do Paraná ainda não disponibilizar uma tradução em inglês de conteúdo.

Para tanto, levou-se em conta que os textos escritos em português foram redigidos para um leitor brasileiro e que apresentam propósitos comunicativos próprios. Dessa forma, para a realização de uma tradução que buscasse atender à teoria funcionalista, foi necessário lançar mão de conhecimentos linguísticos e culturais de ambas as culturas. Conseqüentemente, os textos meta apresentaram diferenças, uma vez que em determinadas passagens o propósito comunicativo da tradução não coincide com o do original.

De acordo com Nord (1997), também tomamos por base ao longo do processo tradutório, os elementos extralinguísticos (tais como: “qual o propósito do texto?”, “quem é o receptor?”, “qual a função?”, dentre outros) e intralinguísticos (escolha lexical, sintaxe, estrutura, efeito do texto etc.) propostos pela mesma autora.

A seguir, temos os textos originais extraídos do *site* de turismo do Governo do Estado do Paraná localizados à esquerda, com sua respectiva tradução funcionalista à direita. As alterações realizadas no texto estão enumeradas e justificadas abaixo.

**Quadro 1** – Proposta de tradução funcional para a língua inglesa do texto “Terra das Cataratas”

<b>Texto fonte: Terra das Cataratas</b>	<b>Texto meta: <i>The land of the Cataracts</i></b>
Com aproximadamente 260 mil habitantes, Foz do Iguaçu está localizada no extremo Oeste paranaense, na chamada tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina. A cidade é um dos destinos turísticos mais importantes do Brasil e o mais visitado por estrangeiros do Paraná.	<i>Foz do Iguaçu (also referred to just as Foz) (1) is a middle-sized city (2) with approximately 260,000 inhabitants and 637km (396 mi) (3) west of Curitiba, the capital of the state. Foz is located where the borders of Argentina, Brazil and Paraguay meet. It is one of the main tourist destinations in the country due to its majestic sights and lush vegetation (4).</i>
Foz do Iguaçu possui também um transporte de qualidade. A cidade dispõe atualmente de uma média de 27 voos diários. A Terra das Cataratas também possui um dos maiores parques hoteleiros do país. São ofertados aproximadamente 28 mil leitos. A realização de eventos também movimentam o destino. Centros de convenções locais podem atender simultaneamente 29 [sic] participantes.	<i>The city has a good transportation system and currently operates on average 27 flights daily. Foz also offers pleasant (5) accommodations to its tourists and has one of the biggest hotel industries in Brazil with almost 28 thousand beds available. Holding an event in Foz is quite easy as the local convention centers can handle up to 29,000 (6) attendees simultaneously – making the city bustle with visitors.</i>
O principal cartão postal da cidade é [sic] as Cataratas do Iguaçu, um complexo de 275 quedas que se estendem por quase cinco quilômetros do Rio Iguaçu. É, sem dúvida, a	<i>Foz’s main attraction (7) are (8) the Iguaçu Falls, a complex of waterfalls made up of around 275 individual drops that stretch for almost 5km (3.1mi) along the Iguaçu River. It is by far the most stunning</i>

<p>atração que mais encanta os visitantes. A cidade também abriga a Hidrelétrica de Itaipu, a maior do mundo em geração de energia, o Parque das Aves, o Marco das 3 Fronteiras e outros atrativos.</p>	<p><i>attraction (8) in the city. Nevertheless, Foz is also home to the Itaipu dam, the world's largest hydroelectric power station plant (9); Parque das Aves, a bird park with huge aviaries (10); the Triple Border Landmark, which provides spectacular views of the Iguazu and Paraná rivers (11); and much more.</i></p>
---	--

Fonte: <https://www.viajeparana.com/Foz-do-Iguacu>. Acesso em: 30 abr. 2022.

Abaixo listamos as justificativas das escolhas tradutórias do Quadro 1:

- (1) Considerou-se relevante informar o leitor estrangeiro sobre o apelido de Foz do Iguazu, uma vez que é assim que nos referimos à cidade.
- (2) Julgou-se que seria interessante destacar a diferença cultural sobre os tamanhos da cidade, pois, em alguns países, como nos EUA, por exemplo, uma cidade com mais de 50 mil habitantes já é considerada “grande”.
- (3) Concluiu-se que manter as informações em dois sistemas métricos seria proveitoso para o leitor estrangeiro, a fim de evitar quaisquer dúvidas. A escolha também foi respaldada no fato de que os materiais turísticos redigidos em língua inglesa analisados também apresentavam esse padrão.
- (4) Optou-se por omitir a informação sobre Foz como sendo o destino turístico mais frequentado por estrangeiros no Paraná, pois se julgou que a informação de ser um dos principais destinos turísticos do Brasil seria suficiente para o leitor estrangeiro. Além disso, foi dada ênfase à natureza da cidade, que é uma atração bastante valorizada nos guias estrangeiros por meio de colocações encontradas no *corpus* (*majestic sights e lush vegetation*).
- (5) Utilizou-se o único adjetivo que ocorre no *corpus* em inglês de Foz do Iguazu para descrever os alojamentos na cidade, a fim de informar ao leitor sobre a disponibilidade de acomodações “agradáveis”.
- (6) A tradução corrigiu um erro de falta de informação encontrado no original, que informa ao leitor que os centros de convenção comportam apenas 29 pessoas. Foi possível encontrar, em uma rápida busca *on-line*, que os centros de convenções são capazes de receber 30 mil pessoas, e não apenas 29, informação que não fazia sentido no texto.
- (7) Utilizou-se uma combinação frequente do *corpus* para descrever as cataratas (*main attraction*).
- (8) Correção do original.
- (9) Optou-se por usar uma combinação adjetiva (*stunning attraction*) no lugar de um verbo (encantar) para deixar o texto mais apelativo (REIS, 1971).

- (10) Utilizou-se a combinação encontrada no *corpus* para descrever Itaipu e fornecer informação sobre a represa (*largest hydroelectric power station plant*).
- (11) Acréscimo de informação sobre o que é o Parque das Aves através de um aposto.
- (12) Acréscimo de informação sobre a finalidade turística do marco das três fronteiras e uso de combinação (*spectacular views*) encontrada no *corpus* para descrever a atração.

**Quadro 2 – Proposta de tradução funcional para a língua inglesa do texto –Gastronomia”.**

<b>Texto fonte: GASTRONOMIA</b>	<b>Texto meta: FOOD</b>
O prato típico de Foz do Iguaçu é o Dourado, peixe encontrado no Rio Paraná, de carne branca e macia e com um sabor inigualável. Uma delícia!	<i>The traditional dish (13) of Foz do Iguaçu is Dourado, a fish with white and soft flesh found in the Paraná River. Scrumptious!</i>
Existe uma variedade gastronômica, em Foz do Iguaçu, que surpreende os visitantes. A cidade conta com mais de 150 restaurantes, dos mais diversos cardápios. Em Foz, além da comida baiana, mineira, paulista, gaúcha (com o tradicional churrasco), não falta a boa feijoada brasileira, além de pratos da culinária árabe, indiana, chinesa, entre outras.	<i>Foz offers a huge (14) variety of dishes to suit any palate. The city has over 150 restaurants with wide-ranging menus encompassing foods from the states of Bahia, Minas Gerais, São Paulo and Rio Grande do Sul, with the traditional Brazilian barbecue (15) and also the famous (16) national dish (17), feijoada (a black bean stew with beef and pork) (18). Besides that, you'll (19) find Arab, Indian, Chinese cuisine and a lot more.</i>
Se preferir pode atravessar a fronteira e ir até Puerto Iguazú degustar dos pratos mais tradicionais, como: o succulento bife de chorizo e a tradicional parrillada, que podem ser encontrados em hotéis e restaurantes.	<i>If you prefer you (20) can cross the border and go to Puerto Iguazú, in Argentina (21), to try other traditional dishes such as the succulent chorizo steak and the traditional parrillada (a mixed grilled plate) (22) that can be found in hotels and restaurants.</i>

Fonte: <https://www.viajeparana.com/Foz-do-Iguacu>.

Abaixo listamos as justificativas das escolhas tradutórias do Quadro 2:

- (13) Utilizou-se uma combinação frequente no *corpus* para traduzir “prato típico”, uma vez que a tradução literal não é a tradução adequada.
- (14) Houve o acréscimo do adjetivo “*huge*” para deixar o texto ainda mais apelativo para o leitor.
- (15) Acréscimo de informação sobre o churrasco brasileiro.
- (16) Acréscimo de adjetivo (“*famous*”) para deixar o texto mais apelativo.
- (17) Utilizou-se outra combinação recorrente no *corpus* (*national dish*) e equivalente a “prato típico” para caracterizar a feijoada.
- (18) Acréscimo de informação para listar os ingredientes da feijoada. É importante destacar que esse padrão foi recorrente nos textos dos guias redigidos em inglês.
- (19) Utilizou-se o pronome da segunda pessoa do singular, para aproximar o texto ao leitor, e verbo no futuro simples, com o intuito de levar o leitor a realmente planejar uma visita a Foz do Iguaçu.

- (20) Utilizou-se, novamente, o pronome da segunda pessoa do singular para aproximar o texto do leitor.
- (21) Julgou-se necessário esclarecer a localização da cidade, pois Foz faz fronteira com mais de um país.
- (22) Acréscimo de informação para o leitor sobre o prato.

Como observado acima, os textos meta apresentaram mais informações sobre Foz do Iguaçu do que o texto fonte. Essa diferença ocorre devido à adição de informações não pressupostas pelos turistas brasileiros, mas essenciais aos turistas estrangeiros acerca da cidade de Foz, tais como como apelido da cidade de Foz do Iguaçu, os ingredientes da feijoada, dentre outros. Além disso, buscou-se deixar o texto minimamente relevante para o receptor a partir de correção, acréscimo e omissão de informações. Dessa forma, nota-se que, a partir da análise de combinações adjetivas e respaldo na teoria funcionalista, é possível gerar um texto que atenda às expectativas do leitor e que, por conseguinte, pode trazer contribuições para a indústria do turismo por meio da promoção de destinos através de uma linguagem mais eficiente.

## 5.1 BREVE GUIA DE USO DE ADJETIVOS PARA TEXTOS TURÍSTICOS SOBRE O BRASIL

O objetivo deste material é fornecer um guia que sirva de orientação para profissionais que trabalham com redação ou tradução de textos de turismo no que se refere ao uso de adjetivos para a descrição de atrações turísticas brasileiras, a partir de combinações adjetivas geradas pelo nosso *corpus*.

A seleção dos adjetivos seguiu os seguintes critérios:

1. Exclusividade de uso;
2. Adjetivos que não coincidiam na descrição de atrações turísticas em português e em inglês;
3. Adjetivos em inglês cujo sentido é expresso em língua portuguesa por meio de substantivos;
4. Adjetivos polissêmicos;
5. Alta frequência de ocorrência do adjetivo em nosso *corpus*.

Nas páginas seguintes, encontram-se alguns exemplos gerados a partir da seleção de adjetivos de acordo com os critérios supracitados. Foram contemplados os seguintes termos: *-majestic*”, *-iconic*”, *-bohemian*”, *-stylish*” e *-leafy*”.



### 5.1.1 *Majestic*

**Figura 23** – Cataratas do Iguaçu



Fonte: gauchazh.clicrbs.com.br. Acesso em: 30 abr. 2022.

**Significado em inglês:** *Having or showing impressive beauty or dignity.*

**Possibilidades de tradução:** Majestoso; imponente; grandioso.

Em relação às atrações turísticas brasileiras, em inglês, *majestic* é uma boa escolha de adjetivo para descrever as Cataratas do Iguaçu e/ou o visual proporcionado por elas.

*Aboard sturdy, 20-seater inflatable boats you can see up close the incredible power of the water from the base of these majestic falls* (A bordo em uma robusta embarcação inflável com 20 assentos, pode-se ver de perto a incrível força da água da base dessas majestosas quedas).

*Parque Nacional do Iguaçu (Brazil) Brazil's second-oldest national park, created in 1939, protects one of South America's most magical and majestic sights, Iguazu Falls, part of the largest waterfall system in the world* (O Parque Nacional do Iguaçu no lado brasileiro é o segundo maior parque nacional e foi criado em 1939 para proteger umas das vistas mais encantadoras e majestosas: as Cataratas do Iguaçu, parte de um dos maiores sistemas de quedas d'água do mundo).

Em português, é possível descrever essa atração turística por meio dos adjetivos “majestosas” e “magníficas”. Além disso, pode-se descrever também por meio de substantivos que apresentam significado semelhante, como: **palco do espetáculo das Cataratas do Iguaçu** e **paredões das Cataratas**.

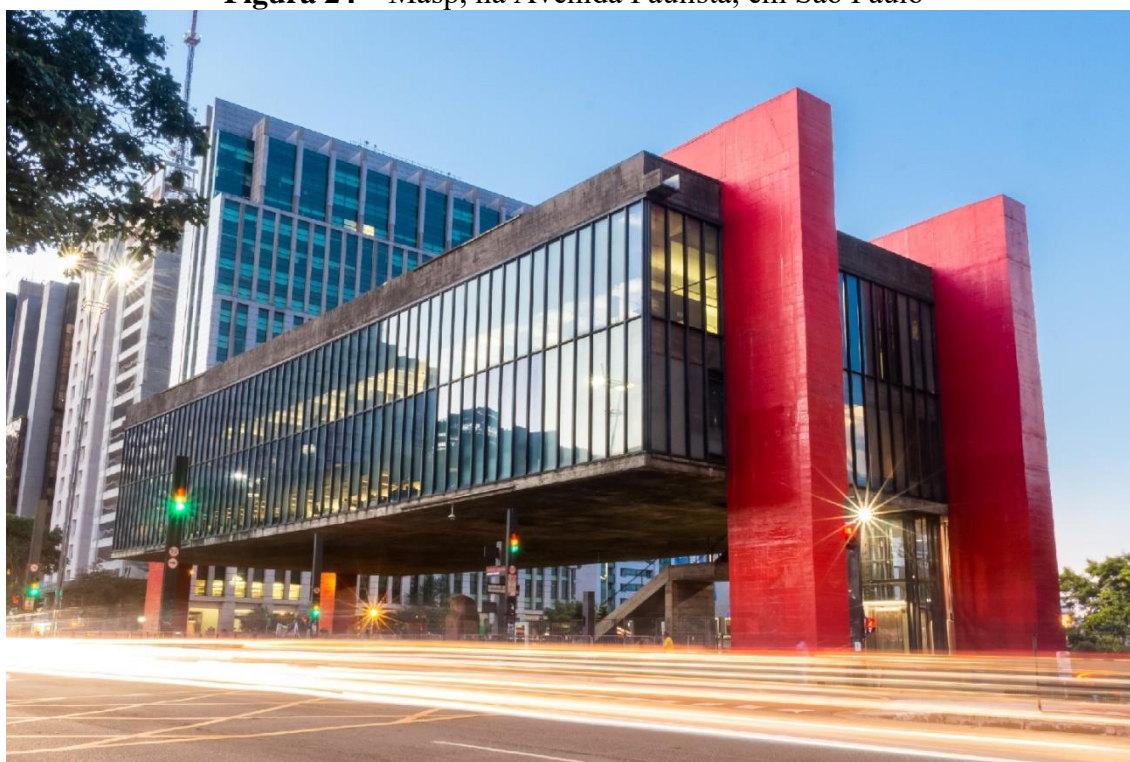
Nessa região o que não falta são passeios ao ar livre. O Parque Nacional do Iguaçu, berço das magníficas Cataratas, atrai durante todo o ano milhares de turistas brasileiros e estrangeiros.

O Parque Nacional do Iguaçu (PARNA Iguaçu) é uma Unidade de Conservação (UC) Federal que tem por objetivo proteger um dos mais significativos remanescentes da Mata Atlântica na América do Sul, **palco do espetáculo das Cataratas do rio Iguaçu** e moradia de espécies importantes da biodiversidade brasileira.

O Rio Iguaçu, depois de cortar todo o Estado do Paraná, recebe as águas purificadas da Bacia do Rio Floriano e outros rios do Parque, onde a floresta contribui com a formação de chuvas que realimentam o sistema hídrico da região, permitindo a existência de espécies raras e altamente exigentes quanto à qualidade de água, que é ainda melhor após o rio se derramar nos **paredões das Cataratas**.

### 5.1.2 *Iconic*

**Figura 24** – Masp, na Avenida Paulista, em São Paulo



Fonte: <https://forbes.com.br/>. Acesso em: 30 abr. 2022.

**Significado em inglês:** *Relating to or of the nature of an icon.*

**Possibilidades de tradução:** Icônico; emblemático; famoso.

Muitas vezes, os materiais de turismo em inglês descrevem como *iconic* apenas aquelas atrações turísticas brasileiras mundialmente conhecidas, como o MASP, em São Paulo; o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar, os Arcos da Lapa e a Escadaria Selarón, no Rio de Janeiro. Portanto, esse adjetivo se mostra como uma escolha apropriada para descrever esses pontos turísticos.

*Her most famous legacy is the **iconic MASP building**, where she applied a daring vision to its interior space. (O legado mais famoso dela é o emblemático prédio do MASP, onde ela usou uma visão ousada em seu interior.).*

*On the summit, the **iconic Cristo Redentor statue** towers over Rio. (No cume, a icônica estátua do Cristo Redentor eleva-se sobre o Rio).*

*These adjacent areas on Guanabara Bay are home to the **iconic Sugar Loaf Mountain** and the magnificent Cristo Redentor atop Morro do Corcovado. (Nas adjacências na Baía de Guanabara encontram-se o icônico Pão de Açúcar e o Cristo Redentor em cima do Morro do Corcovado).*

*Today, powered by electric cables overhead, the open-sided **bondes** travel from downtown Carioca, across the **iconic Arcos viaduct**. (Hoje, alimentados por cabos elétricos suspensos, os bondes abertos percorrem desde o centro Carioca passando pelos famosos Arcos da Lapa).*

*The **iconic steps**, which are a popular photo spot for visitors, provide a shortcut to the Santa Teresa Convent. (A famosa escadaria, local bastante comum onde os turistas tiram fotos, é um atalho para o Convento Santa Teresa).*

### 5.1.3 Bohemian

**Figura 25** – Bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro



Fonte: [www.brasildefato.com.br](http://www.brasildefato.com.br). Acesso em: 30 abr. 2022.

**Significado em inglês:**

*Socially unconventional in an artistic way.*

**Possibilidades de tradução:**

Boêmio.

Em alguns materiais turísticos em língua inglesa, *bohemian* é empregado para descrever os bairros de Santa Teresa e Lapa, na capital carioca. É importante frisar que, apesar de esses usos terem sido verificados recorrentemente em relação a esses bairros, o adjetivo também pode ser empregado para outras localidades que compartilham características semelhantes.

*From the bohemian lanes of old Santa Teresa to the village charm of Urca, Rio's colonial streets, magnificent churches and leafy plazas provide urban wanderers with days of exploration. (Das travessas boêmias do antigo bairro de Santa Tereza ao charme das vilas da Urca, as ruas coloniais do Rio, das magníficas igrejas e as praças arborizadas proporcionam aos visitantes muito a explorar na cidade).*

Em português, **boêmio** também é usado em materiais turísticos para descrever o bairro da Lapa, no Rio de Janeiro.

Situado na região da Lapa, o Books Hostel se mistura à cultura e à paisagem da cidade. O **bairro boêmio** garante a diversão dos hóspedes com muitos bares e restaurantes, durante o dia e noite. Com fácil acesso às praias, através de ônibus ou metrô, o bairro ganha vida à noite com música ao vivo, pessoas na rua e feiras que compõe o cotidiano da região.

#### 5.1.4 Stylish

**Figura 26** – Bar



Fonte: <https://www.barfurniture.eu/top-10-classic-cocktail-bars-in-london/>. Acesso em: 30 abr. 2022.

**Significado em inglês:** *Fashionably elegant and sophisticated.*

**Possibilidades de tradução:** Sofisticado; requintado.

É comum o uso do adjetivo *stylish* na descrição de bares e hotéis em materiais turísticos redigidos em língua inglesa.

*This stylish bar with outdoor seating has lovely views over the city (looking north).*  
(Esse sofisticado bar com mesas ao ar livre tem vistas belíssimas para o lado norte da cidade).

*This stylish 13-story hotel demonstrates real design smarts.* (Esse sofisticado hotel com 13 andares foi muito bem projetado).

No caso de bares, em português, pode-se usar o adjetivo “sofisticado” na descrição desses estabelecimentos, como se observa no exemplo abaixo:

Com mais de 80 anos de trajetória, o prédio possui um **bar sofisticado** no térreo e restaurante com dois andares, ambos com ambiente agradável e vista privilegiada para a Baía de Guanabara, Ilha Fiscal, Aeroporto Santos Dumont e da Ponte Rio-Niterói.

No caso de hotéis, em português, essa característica é frequentemente indicada pelo número de estrelas do estabelecimento ao invés de um adjetivo, como ocorre em língua inglesa.

Com a elegância de um **hotel quatro estrelas** o espaço ainda conta com lobby bar, dois restaurantes, piscina na cobertura, um centro de convenções e acesso direto ao aeroporto.

Para o jantar, surpresas dignas e um **hotel cinco estrelas** com uma culinária rica em sabores que nasce da mistura da gastronomia Brasileira com a Internacional, com forte influência mediterrânea.

### 5.1.5 Leafy

**Figura 27** – Rua Oscar Freire, em São Paulo



Fonte: [www.essemundoenosso.com.br/](http://www.essemundoenosso.com.br/). Acesso em: 30 abr. 2022.

**Significado em inglês:**

1. *Having many leaves or much foliage.*
2. *Affluent; wealthy.*

**Possibilidades de tradução:** Arborizado; frondoso; afluente; nobre; rico.

O uso de *leafy* é comum na descrição de ambientes abertos em materiais de turismo redigidos em língua inglesa sobre o Brasil, pois a flora brasileira é bastante valorizada nesse tipo de texto. Quando o adjetivo apresenta esse significado, geralmente vem acompanhado de palavras como *“plaza”, “parks”, “square”, “surrounds”* etc., ou até mesmo do substantivo *“largo”* em português (vide exemplo abaixo).

*Overlooking leafy Largo do Machado, Adega Portugália has an ideal location for enjoying a bit of open-air drinking and eating in an untouristy corner of Rio. (Com vista para o frondoso Largo do Machado, Adega Portugália tem uma localização ideal para desfrutar de drinques e iguarias em um local aberto sem a forte presença dos turistas da cidade).*

*The event is held during even-numbered years, generally from September or October to December, in a sprawling pavilion designed by modernist master Oscar Niemeyer in the leafy Parque Ibirapuera. (O evento ocorre durante os anos pares, geralmente em setembro ou outubro, em um pavilhão extenso desenhado pelo mestre modernista Oscar Niemeyer no frondoso Parque Ibirapuera).*

Além do possível significado citado acima, *leafy* também pode significar “rico” / “nobre” / “afluente” quando coocorre acompanhado de palavras que designam endereço, como “neighborhood”, “suburb”, “district”, “street”, “thoroughfare”, “lane”.

*Take a stroll down Brazil's 'Rodeo Drive', a leafy, tree-lined thoroughfare brimming with cafes, concept stores and flagship boutiques, top-end restaurants, beautiful people and usually a celebrity or two. (Dê uma volta na 'Rodeo Drive' brasileira, uma rua afluente e arborizada cheia de cafés, lojas conceituais e das principais boutiques, restaurantes de altíssima qualidade, gente bonita e uma ou outra celebridade).*

*The city's top boutique hotels sit in the leafy, upscale district of Jardins, while many top-end business hotels line Av Paulista, Av Faria Lima, Av das Nações Unidas and Parque Ibirapuera. (Os melhores hotéis-boutique estão localizados no bairro nobre dos Jardins, enquanto os hotéis de negócios ficam na Av. Paulista, Av. das Nações Unidas e Parque Ibirapuera).*

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo apontar como as colocações adjetivas utilizadas nas descrições das principais cidades visitadas do Brasil por estrangeiros ocorrem em guias de turismo redigidos em língua inglesa por falantes nativos e em materiais produzidos por nativos de língua portuguesa e publicados por setores da administração pública dessas cidades, a fim de verificar as principais diferenças entre elas e oferecer subsídios de como aplicar as descobertas para gerar textos turísticos mais funcionais. Além disso, o trabalho também objetivou elaborar uma amostra de um guia com os adjetivos que apresentaram comportamentos bastante específicos em nosso *corpus*, com a finalidade de fornecer insumos para profissionais que trabalham na elaboração ou tradução de materiais turísticos em língua inglesa.

Em relação à cidade de Foz do Iguaçu, foi possível observar que, no total, verificaram-se mais combinações adjetivas em língua inglesa do que em língua portuguesa – é importante destacar que esse padrão foi recorrente em todas as cidades estudadas. Observou-se, também, que a categoria “*arredores*” foi a que apresentou maior número de adjetivos nos dois idiomas (sete em inglês contra seis em português). Isso pode ser um indicativo de que os ambientes externos da cidade são valorizados nos materiais redigidos nas duas línguas. Mais detalhadamente, notou-se que o adjetivo “*majestic*” ocorre exclusivamente para descrever as Cataratas do Iguaçu e que “*spectacular*” é usado apenas na descrição da vista das quedas d’águas em Foz e daquelas proporcionadas pela cidade do Rio de Janeiro. No caso dos materiais em português, observou-se o uso do substantivo “*espetáculo*” para descrever a mesma atração, o que pode ser uma pista de que os materiais em língua portuguesa utilizam mais substantivos que adjetivos para comunicar a mesma mensagem. Também foi observada a ocorrência de adjetivos antepostos aos substantivos, com o objetivo de reforçar aquela característica (“*magníficas catarata*”) (SOUZA, 2015; GARCIA, 2010).

Sobre a capital catarinense, foi possível notar que o principal destaque nos guias redigidos em língua inglesa são os corpos d’água (“*beautiful beaches*”, “*pretty lagoon*”, etc.) e que os textos produzidos em português privilegiam construções históricas (“*antigo mercado*”) e religiosas (“*imponente igreja*”), havendo pouca menção às atrações aquáticas. Ademais, os materiais em inglês destacam a Ponte Hercílio Luz e locais para a prática de surfe. Já os materiais governamentais destacam lugares turísticos destinados às celebrações religiosas. Em relação à arte, os materiais governamentais privilegiam a arte sacra como um atrativo na cidade. No entanto, observou-se apenas uma ocorrência da palavra “*sacred*” no



*corpus* em inglês, o que aponta que esse tipo arte não é uma atração relevante para o turista estrangeiro. Outro destaque nos guias em língua inglesa foi a culinária de Florianópolis, que gerou quatro adjetivos, dois deles avaliativos (*-excellent*” e *-fantastic*”), indicando que as opções gastronômicas na cidade podem atender às expectativas do turista estrangeiro.

A cidade de São Paulo obteve 48 adjetivos em inglês contra 15 em português, totalizando 63 adjetivos. Os guias em inglês destacam a importância econômica, (*-economic power/powerhouse*”, *-economic ascendancy*”, etc.) e industrial (*-industrial expansion*”, *-industrial park*”, *-industrial space*”, etc.) para o Brasil. Também se nota que, na categoria *-arredores*”, as combinações adjetivas em inglês destacam a importância de características coloniais (*-colonial mansion*”) e originais na cidade (*-original building*”), ao passo que os textos da Prefeitura de São Paulo ressaltam a importância de construções civis para o desenvolvimento da cidade (*-centro histórico*”, *-complexo histórico*”). No que tange à gastronomia, os guias em inglês enaltecem a gastronomia internacional como autêntica (*-authentic Korean food*”, *-authentic Italian food*”, *-authentic sushi*”, etc.); já os materiais produzidos pela prefeitura de São Paulo, além de destacarem esse tipo de culinária, indicam que a cidade é capaz de oferecer ao turista pratos típicos de outras regiões do País (*-culinária típica*”, *-frutas típicas*”).

Sobre a categoria comércio, foram observados dois adjetivos, todos em língua inglesa, *-traditional*” e *-trendy*”, que indicam que os guias dão ênfase aos estabelecimentos comerciais tradicionalmente conhecidos na cidade ou que estão em voga. No tocante à produção artística e cultural, pode-se inferir que São Paulo é descrita como um centro artístico, devido ao grande número de combinações em ambos os idiomas. Todavia, os guias em língua inglesa indicam uma preferência por exposições e coleções de obras de arte (*-fascinating exhibit/collection*”, *-finest collections*”, *-significant collection*”, *-extensive archive*”, etc.), enquanto os materiais da prefeitura parecem privilegiar shows e apresentações (*-concertos musicais*”, *-apresentações culturais*”). Observou-se também grande número de adjetivos na categoria *-pessoas*” em inglês para informar o leitor acerca da constituição da população paulistana (*-Paulista cousins*”, *-Japanese population*”, *-Portuguese immigrant*”, etc.), o que não foi observado com tanto destaque nos materiais da Prefeitura de São Paulo, que trouxe alguma informação sobre a presença de imigrantes italianos na cidade.

Por último, temos a maior cidade turística do País, o Rio de Janeiro, que obteve o maior número de adjetivos, com 52 em inglês e 31 em português, totalizando 83 adjetivos. Notou-se que ambos os materiais na categoria *-arredores*” destacam a natureza e a arquitetura da cidade, mas o que parece chamar a atenção nos materiais em inglês é o contraste das

construções novas com as velhas encontradas no centro do Rio. Além disso, também foi observado que o uso do adjetivo “~~icônico~~” ocorre de maneira diferente nas duas línguas. Ao passo que os guias em português descrevem o gramado do Maracanã e o calçadão de Copacabana como tal, os materiais em inglês descrevem o Cristo Redentor, o Pão de Açúcar, a Escadaria Selarón e os Arcos da Lapa como “~~iconic~~”. Isso indica uma mudança de perspectiva sobre como as atrações são concebidas nas duas culturas. Ainda nesta categoria, foi observado que os visuais proporcionados pela cidade são destaque em ambas as línguas (“~~spectacular panorama~~”, “~~great view~~”; “~~visual deslumbrante~~”, “~~visão privilegiada~~”).

Em relação à categoria “~~alimentos~~”, constatou-se maior quantidade de adjetivos avaliativos em inglês. Além disso, os guias dão grande ênfase à culinária brasileira (“~~delectable Brazilian cooking~~”, “~~delectable Bahian-fare~~”, “~~tasty plates of acarajé~~”, “~~delicious bowls of Brazil’s national dish~~”, etc.); já os materiais da Prefeitura do Rio de Janeiro privilegiam refeições mais baratas e rápidas (“~~sanduíches deliciosos~~”, “~~sanduíches naturais~~”, etc.). Outra diferença é que peixes, vegetais e frutos do mar são recorrentemente citados nos guias em inglês (“~~grilled tuna~~”, “~~tasty lentil salad~~”, “~~excellent sea food~~”) enquanto que em português o destaque é dado aos alimentos artesanais e frescos (“~~massas artesanais~~”, “~~sucos frescos~~”, etc.). Ainda se constatou uma preferência por pratos grelhados nos guias em língua inglesa (“~~grilled squid / heart palm / scallps / prawns~~” etc).

Na categoria “~~comércio~~”, notou-se que os guias em inglês privilegiam ambientes animados (“~~lively bar~~”, “~~popular nightclub~~”), ao passo que os materiais da prefeitura dão maior ênfase a ambientes mais calmos (“~~ambiente agradável~~”). Além disso, os materiais em língua inglesa privilegiam ambientes externos na cidade do Rio de Janeiro (“~~outdoor café / bar / restaurant~~”), uma vez que turistas oriundos de países do hemisfério norte não conseguem usufruir desse tipo de ambiente ao longo do ano inteiro. Sobre a categoria “~~comodos~~”, observa-se que o tamanho (“~~spacious suites~~”, “~~small rooms~~”) e beleza (“~~attractive lobby~~”) são características salientadas nos textos em inglês e, em português, a característica de maior destaque é o conforto (“~~quartos confortáveis~~”). Sobre as atividades artísticas, foi constatado que os guias descrevem a capital carioca como uma cidade de eventos internacionais (“~~international regatas~~” / “~~film festival~~”, etc.), enquanto os materiais da prefeitura dão destaque a atividades de cunho cultural (“~~apresentações artísticas~~”, “~~museu nacional~~”, etc.). Atividades gratuitas, ou seja, “~~freebies~~”, também foram destacadas nos guias de língua inglesa (“~~free art exhibition~~”, “~~free concert~~” etc.).

Enfim, temos a proposta da tradução funcionalista, que mostrou que é possível lançar mão das combinações adjetivas frequentes juntamente com uma abordagem funcional para

que o material consiga atingir as expectativas do leitor estrangeiro. Acerca da amostra do nosso guia de uso de adjetivos, o documento pretende indicar alguns usos específicos dessa classe de palavras em contexto de turismo, ajudando, assim, profissionais que trabalham com redação ou tradução desse tipo de texto a elaborar redações de maior qualidade.

Por último, as informações levantadas em nosso estudo, no geral, apontam o que é relevante para o estrangeiro e o brasileiro sobre as quatro cidades estudadas, por meio das colocações adjetivas e das análises qualitativas, fatores que podem contribuir, cremos, para criar textos turísticos, em inglês ou em português, que contemplem aspectos que, de fato, possam impulsionar o turismo brasileiro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARNOLD, D. B. S. **Da embaixada ao turismo: avaliando a qualidade da tradução de guias de viagem oficiais virtuais**. 2017. 149 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) – Universidade de Brasília, 2017.
- ANTHONY, Lawrence. Developing AntConc for a New Generation of Corpus Linguists. *In: INTERNATIONAL CORPUS LINGUISTICS CONFERENCE, 7., 2013, Lancaster. Proceedings*. Lancaster: Lancaster University, 2013. p. 14-16.
- BAKER, Paul. Acceptable bias? Using corpus linguistics methods with critical discourse analysis. **Critical Discourse Studies**, [s. l.], v. 9, n. 3, p. 247-256, 2012.
- BARREIROS, Liliâne L. S. O uso de ferramentas computacionais na elaboração do Vocabulário de Eulálio Motta: AntConc e FLEx. **A cor das letras**, Feira de Santana, v. 18, n. 2, p. 216-241, 2017.
- BECHARA, E. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BENNETT, G. R. **Using Corpora in the Language Learning Classroom: Corpus Linguistics for Teachers**. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2010.
- BERBER SARDINHA, T. **Linguística de Corpus**. São Paulo: Manole, 2004.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Boletim informativo do turismo receptivo brasileiro**. Brasil, jun. 2019. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/pdf/11.06.2019-Boletim-Demanda-Turistica-Internacional-2018.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2019.
- CAPELLI, Gloria. The translation of tourism-related websites and localization: problems and perspectives, *In: BAICCHI, A. (ed.). Voices on Translation: Rassegna Italiana di Linguistica Applicata*. Roma: Bulzoni Editore, 2008. p. 97-115.
- CELCE-MURCIA, M.; LARSEN-FREEMAN, D. **The Grammar Book: An ESL/EFL Teacher's Course**. Boston, MA: Heinle and Heinle, 1999.
- CHALKER, Sylvia. **Current English Grammar**. London: MacMillan Publishers, 1984.
- CHIU, C. What's in the name –'Fasmania'? A Discourse Analysis of Tasmania as a Paradise for Tourists of Chinese Origin. **The International Journal of Language Society and Culture**, [s. l.], v. 28, p. 16-24, 2009.
- CLARK, EV. Conventionality and contrast in language and language acquisition. **New Dir. Child Adolesc. Dev.**, Hillsdale, v. 2007, i. 115, p. 11-23, 2007. DOI: 10.1002/cd.179. PMID: 17441544.
- COHEN, E.; COOPER, R. **Language and Tourism**. *Annals of Tourism Research* 13(3), p. 533-563, 1986.

COSTA, A. T. P. **Brasil mostrando a sua cara: estratégias de tradução no material de divulgação cultural – um estudo baseado em corpus**. 2006. 233 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução da Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2006.

CUNHA, C.; CINTRA, L. **Nova gramática do português contemporâneo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2008.

DANN, G. *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford: CAB International, 1996.

DK Eyewitness Brazil. **Eye Witness Travel Guides**. London: Dorling Kindersley, 2020.

EGBERT, J. *et al.* **Doing Linguistics with a Corpus**. Cambridge: University Press, 2020.

ERMAN, B.; WARREN, B. The idiom principle and the open choice principle. **Text**, v. 20, n. 1, p. 29-62, jan. 2000. DOI: 10.1515/text.1.2000.20.1. 29.

FIRTH, J. R. **Papers in linguistics: 1934-1951**. London: New York: Oxford University Press, 1957.

FLORIANÓPOLIS. **Secretaria Municipal de Turismo, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico**. Home. Florianópolis, [202-]. Disponível em: <http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo>. Acesso em: 27 jul. 2021.

FOZ DO IGUAÇU (Município). **Ecoturismo em Foz do Iguaçu**. Experiências. Foz do Iguaçu, [202-]. Disponível em: <https://visitbrasil.com/pt/ecoturismo-foz-do-iguacu-pr/>. Acesso em: 23 jul. 2021.

FOZ DO IGUAÇU (Município). **Foz do Iguaçu: destino do mundo**. Turismo. Foz do Iguaçu, [202-]. Disponível em: <https://www5.pmf.pr.gov.br/>. Acesso em: 23 jul. 2021.

FUCHS, S. N. **Orientações culturais e suas implicações para a Tradução Funcionalista: um estudo na área do turismo à luz da Linguística de Corpus**. 2018. 366 f. Tese (Doutorado em Estudos da Tradução) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas de São Paulo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

GARCIA, A. S. Deslocamento de adjetivos no sintagma nominal do português. **SOLETRAS**, São Gonçalo, ano 10, n. 20, p. 41-64, 2010. Suplemento.

HAVUMETSÄ, N. **The Client Factor: A Study of Client's Expectations Concerning Non-literary Translators and the Quality of Non-literary Translations**. 2012. Tese (Doutorado em Tradução) – Universidad de Helsinki, Helsinki, 2012.

HILL, J. Revising priorities: from grammatical failure to collocational success. *In*: LEWIS, M. (ed.) **Teaching Collocation: Further Developments in the Lexical Approach**. London: Heinle Cengage Learning, 2000. p. 47-69.

HOBİ, E. A. R. A contrastive study of attributive adjectives in English and Arabic. **Journal of Al-Ma'moon College**, Baghdad, i. 17, p. 264-274, 2011.

INSIGHT Guides Brazil. Singapore: APA Publications, 2019.

JAWORSKA, Sylvia. Investigating Media Representations of the Coronavirus in the UK, USA and Germany: What Can a Comparative Corpus-Based Discourse Analysis Contribute to Our Understanding of the COVID-19 Pandemic? *In*: JONES, R. H. (ed.). **Viral Discourse**. Cambridge: Cambridge University Press, 2021. p. 26-36.

KOLLER, W. **The concept of equivalence and the object of translation studies**. In *Target* 7:2, 191-222, 1995.

LEHRER, Adrienne. Polysemy, conventionality, and the structure of the lexicon. **Cognitive Linguistics**, v. 1, n. 2, p. 207-246, 1990. DOI: 10.1515/cogl.1990.1.2.207.

LEWIS, M. **Implementing the Lexical Approach**: Putting theories into practice. London: Language Teaching Publications, 1997.

LOWICK-RUSSELL, H. Notes on the post-position of adjectives in modern English. **Lenguas Modernas**, Santiago, v. 4, p. 45-61, 2017. Disponível em: <https://rhd.uchile.cl/index.php/LM/article/view/45969/47989>. Acesso em: 12 out. 2020.

MAHVELATI, E. H.; MUKUNDAN, J. The role of cognitive style in the collocational knowledge development of Iranian EFL learners through Input Flood treatment. **English Language Teaching**, Toronto, v. 5, n. 10, p. 105-117, oct. 2012.

MANCA, Elena. From phraseology to culture. Qualifying adjectives in the language of tourism. **International Journal of Corpus Linguistics**, Toronto, v. 5, n. 10, p. 368-385, jun., 2008.

MARTINS, J. C. **A terminologia do Ecoturismo como espelho de diferentes visões: agências de turismo, ambientalistas e governo**. 2008. 181f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos e Literários em Inglês – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas de São Paulo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

MARQUEZE, G. M. C. **Proposta de um vocabulário bilíngue de festas populares brasileiras baseada em um estudo de corpus**. 2018. 202 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas de São Paulo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

MAUTNER, G. Mining large corpora for social information: the case of *elderly*. **Language in Society**, v. 36, i. 1, p. 51-72, Jan. 2007.

MURPHY, Lynne. Leafy. **Separated by a common language**. Falmer, 15 jul. 2016. Disponível em: <https://separatedbyacommonlanguage.blogspot.com/2016/07/leafy.html>. Acesso em: 10 abr. 2021.

NAVARRO, S. L. M. **Glossário bilíngue de hotelaria: um modelo à luz da Linguística de Corpus**. 2012. 249 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos e Literários em Inglês)

– Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas de São Paulo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

NESHKOVSKA, Silvana. The “welfare” of English collocations at the hands of Macedonian students of English. *Palmk*, Stip, v. 4, n. 7, p. 241-250, 2019.

NORD, C. **Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained**. Manchester: St. Jerome Publishing, 1997.

PARANÁ (Estado). **Cataratas do Iguaçu e caminhos ao lago de Itaipu**. Regiões turísticas. Curitiba, [202-]. Disponível em: <https://www.viajeparana.com/Cataratas-do-Iguacu-e-Caminhos-ao-Lago-de-Itaipu>. Acesso em: 23 jul. 2021.

PARQUE NACIONAL DO IGUAÇU (Brasil). **PARNA Iguaçu**. Início. Foz do Iguaçu, [202-]. Disponível em: <https://www.icmbio.gov.br/parnaiguacu/>. Acesso em: 23 jul. 2021.

PYM, A. Material text transfer as a key to the purpose of translation. In Albrecht Neubert, Gregory Shreve and Glaus Gommlich (eds.) 1996, *Basic issues in translation studies: Proceedings of the fifth international conference Kent forum on translation studies II*, Kent/Ohio: Institute of Applied Linguistics, 337-346.

REBECHI, R. R. “Cachaça” na tradução de obras literárias brasileiras para a língua inglesa. *Tradterm*, São Paulo, v. 20, p. 95-110, dez. 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49045/53116>. Acesso em: 21 maio 2019.

REISS, Katharina. Type, Kind and Individuality of Text: Decision Making in Translation. In: VENUTI, Lawrence (ed.). **The Translation Study Reader**. London: Routledge, 1971.

RIO DE JANEIRO (Município). **Empresa de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro – RIOTOUR**. História. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://rio.rj.gov.br/web/riotur/historia>. Acesso em: 26 out. 2020.

SANTA CATARINA. **Venha descobrir Santa Catarina**. Grande Florianópolis. Florianópolis, [202-]. Disponível em: <http://turismo.sc.gov.br/destinos/grande-florianopolis/>. Acesso em: 27 jul. 2021.

SÃO PAULO (Município). **São Paulo Turismo S/A**. História. São Paulo, [202-]. Disponível em: <https://cidadedesaopaulo.com/pqsp/historia-landing-page/?lang=pt>. Acesso em: 30 jul. 2021.

SAUDIN, H. **Collocation: theoretical considerations, methods and techniques for teaching it**. [s. l.]: [s. n.], 2015. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/286931005\\_Collocation\\_Theoretical\\_Considerations\\_Methods\\_and\\_Techniques\\_for\\_Teaching\\_It](https://www.researchgate.net/publication/286931005_Collocation_Theoretical_Considerations_Methods_and_Techniques_for_Teaching_It). Acesso em: 29 mar. 2020.

SIMÃO, R. N. **A tradução como ferramenta de promoção do turismo internacional à luz da semiótica**. 2018. 176 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) – Universidade de Brasília, 2018.

SINCLAIRE, J. M. Beginning the study of lexis. *In*: BAZELL, C. E. *et al.* (ed.). **In Memory of J. R. Firth**. London: Longmans, 1966. p. 410-430.

SNELL-HORNY, M. The ultimate confort: word, text and the translation of tourists brochure. *In*: ANDERMAN, G; ROGER, M. (org). **Word, Text and Translation**. Liber Amicorum for Peter Newmark. Clevedon: Multilingual Matters, 1999. p. 95-103.

SOUZA, C. F. *et al.* Uso e posição do adjetivo: uma análise contrastiva nas línguas portuguesa e inglesa. **Revista Philologus**, Rio de Janeiro, ano 21, n. 63, p. 1987-2005, set./dez. 2015. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/rph/ANO21/63supl/0146.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2022.

SULAIMAN, M. Z. **Translating Tourism: A Cultural Journey across Conceptual Spaces**. 2013. 333 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – Universidade de Monash, Melbourne, 2013.

SULAIMAN, M. Z. The Misunderstood Concept of Translation in Tourism Promotion. **The International Journal for Translation and Interpreting Research**, Sydney, n. 1, v. 8, p. 53-68, 2016.

SUMBERG, C. Brand Leadership at Stake: Selling France to British Tourists. **The Translator**, London, v. 10, n. 2, p. 329-352, 2004.

SWAN, Michael; WALTER, Catherine. **The Good Grammar Book**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

SYMINGTON, Andy *et al.* **Brazil**. Melbourne: Lonely Planet, 2019. *E-book* Kindle.

TAGNIN, S. E. O. O humor como quebra na convencionalidade. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 247-257, 2005.

TAGNIN, S. E. O. **O jeito que a gente diz**: combinações consagradas em inglês e português. Barueri: Disal, 2013.

TAGNIN, S. E. O. A linguística de *corpus* na e para a tradução. *In*: TAGNIN, Stella E. O.; VIANA, Vander (org.). **Corpora na tradução**. São Paulo: Hub Editorial, 2015. p. 19-56.

TAGNIN, S. E. O. E a Linguística de *Corpus* vai desbravando Novos Horizontes. *In*: FINATTO, M. J. B. *et al.* (org.). **Linguística de Corpus**: perspectivas. Porto Alegre: Instituto de Letras – UFRGS, 2018. p. 11-15.

TEUBERT, W. My version of corpus linguistics. **International Journal of Corpus Linguistics**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 1-13, oct. 2005.

TOGNINI-BONELLI, E. **Corpus Linguistic at Work**. Amsterdam: Philadelphia: John Benjamins, 2001.

UCHENNA, Oyaly. **A critique of functionalist approaches to translation studies**. *Journal of the Linguistic Association of Nigeria*, v. 18, n.1, p. 51-64, 2015.



WILLIAMS, J.; CHESTERMAN A. **The Map**: A Beginner's Guide to Doing Research. Manchester: St Jerome Publishing, 2002.

XIAO, R. Collocation. *In*: BIBER, D.; REPPEN, R. (ed.). **The Cambridge handbook of English corpus linguistics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. p. 106-124.