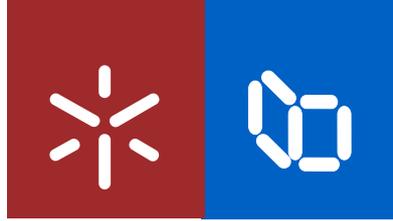




Universidade do Minho
Instituto de Letras e Ciências Humanas

Tiffany Dantas Fernandes

**Tradução de Expressões Idiomáticas Chinesas
para Aplicações de Flashcards na VocApp**



Universidade do Minho
Instituto de Letras e Ciências Humanas

Tiffany Dantas Fernandes

Tradução de Expressões Idiomáticas Chinesas para Aplicações de Flashcards na VocApp

Relatório de Estágio Curricular
Mestrado em Estudos Interculturais Português/Chinês:
Formação, Tradução e Comunicação Empresarial

Trabalho efetuado sob a orientação da
Professora Bruna Peixoto

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do repositório da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição

CC BY

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Agradecimentos

Gostaria de aproveitar esta oportunidade para agradecer a todos aqueles que contribuíram, direta ou indiretamente, para a realização deste relatório de estágio e que me apoiaram incondicionalmente ao longo do meu percurso académico.

Deste modo, agradeço profundamente à Professora Bruna Peixoto pela orientação que me deu, que me ajudou a concluir este trabalho.

Agradeço à Professora Sun Lam, pois sem a sua dedicação e tenacidade não teria podido frequentar a licenciatura em Línguas e Culturas Orientais, nem o Mestrado.

Ao Rafal Młodzki, fundador da empresa VocApp, e ao Maciek Kubiak, meu orientador na empresa, pela oportunidade de estágio que me proporcionou alguma experiência profissional.

Aos meus pais e irmão, que sempre se mantiveram do meu lado. Agradeço o apoio incessante que me deram ao longo da minha vida académica e a confiança que depositaram em mim.

Aos meus colegas de trabalho e amigos, que me ajudaram e apoiaram em todos os momentos com o seu humor e brincadeiras.

Por último, mas certamente não menos importante, às minhas caras amigas Alexandra Morais e Bárbara Marques, que me mantiveram no caminho certo, fizeram-me viver e tornaram esta experiência na Polónia inesquecível. Agradeço toda ajuda, apoio, conforto, paciência, ideias e críticas que me proporcionaram ao longo destes cinco meses de estágio.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Tradução de Expressões Idiomáticas Chinesas para Aplicações de Flashcards na VocApp

Resumo

O presente relatório tem como foco o estágio curricular de cinco meses realizado na empresa polaca VocApp, no âmbito do Mestrado em Estudos Interculturais Português/Chinês: Tradução, Formação e Comunicação Empresarial da Universidade do Minho e visa descrever a minha experiência como tradutora na mesma.

No relatório apresento algumas teorias e informações que têm como objeto de estudo a tradução nas suas diversas formas, aplicando-as à tradução de provérbios chineses e portugueses e expressões idiomáticas, a serem aprendidas através de *flashcards*. Serão também apresentadas outras atividades desenvolvidas ao longo do estágio, sendo estas a criação de descrições de marketing, a pesquisa de palavras-chave e descrições de *SEO - Search Engine Optimization*, que permite a uma empresa aparecer na primeira página dos motores de busca, a revisão de cursos da aplicação e por fim trabalhar com JSGF – *Java Speech Grammar Format*, uma representação textual de gramáticas usada para gerar diferentes variações de descrições SEO.

Para além disso, são não só analisados a metodologia de tradução, recursos e ferramentas utilizadas, como também problemas encontrados durante o processo de tradução.

Palavras-chave: tradução, cartões de memória, expressões idiomáticas chinesas, expressões idiomáticas portuguesas, descrições SEO

Translation of Chinese Idiomatic Expressions for Flashcards Apps at VocApp

Abstract

The present report focuses on the curricular internship held at the polish company VocApp, within the framework of the Master's Degree in Portuguese/Chinese Intercultural Studies: Translation, Training and Business Communication of Minho University and aims to describe my experience as a translator there.

In the report I present a few theories and information related to the various forms of translation, applying them to the translation of Chinese and Portuguese proverbs and idiomatic expressions, which are to be learned by means of flashcards.

Other activities developed throughout the internship, such as creating marketing descriptions, keyword research and SEO descriptions – Search Engine Optimization, which allows a company's website to appear on the first page of search engines, reviewing courses published on the application, as well as working with JSGF – Java Speech Grammar Format, a textual representation of grammars used to generate different variations of SEO descriptions, are also described.

In addition to this, the translation methodology, resources and tools used, as well as difficulties and problems encountered during the translation process are analyzed.

Keywords: translation, flashcards, Chinese idiomatic expressions, Portuguese idiomatic expressions, SEO descriptions

百词卡上用于抽认卡应用程序的汉语成语翻译

摘要

本实习报告着重介绍本人在波兰 VocApp（百词卡）公司进行的为期五个月的实习，中葡跨文化研究：翻译，教育和企业交流硕士学位课程的一部分，目的是在个人感兴趣的领域尝试专业实践，为将来的职业发展谋求机会。

报告的主要内容是描述本人在此期间的翻译经历，从不同的翻译模式和理论出发，试图分析本人在翻译抽认卡中汉语谚语和葡萄牙语惯用语的一些实践。

报告还介绍了实习期间的其它活动，其中包括创建用于市场推广的产品介绍、关键字研究、SEO 描述、应用课程核查以及使用编程 JSGF（Java 语音语法格式）等。

此外，还分析了翻译方法，所用资源、工具以及翻译过程中遇到的困难和问题。

关键字：翻译,记忆卡片,汉语成语,葡萄牙惯用语, SEO 描述

Índice

Introdução.....	1
Objetivo do relatório	2
Motivações e contacto com a empresa.....	3
Capítulo I.....	4
1. Entidade de Acolhimento – VocApp	5
1.1 Equipa e organização espacial da empresa.....	6
1.2 Aplicação e o seu funcionamento	7
1.3 Ambiente de trabalho.....	10
1.4 Atividades desenvolvidas na empresa VocApp	12
1.4.1 Cursos traduzidos.....	12
1.4.2 Descrições de marketing	13
1.4.3 Pesquisa de palavras-chave e descrições de SEO	15
1.4.4 Revisão dos cursos	19
1.4.5 Trabalhar com JSGF	20
Capítulo II.....	22
2. Enquadramento Teórico.....	23
2.1 Provérbios	23
2.2 Expressões idiomáticas chinesas	28
2.3 Expressões idiomáticas portuguesas.....	31
Capítulo III	34
3. Tradução de expressões idiomáticas	35
3.1 Processo de tradução: Tradução direta vs. Tradução oblíqua.....	35
3.2 Dificuldades e problemas na tradução e revisão.....	38
3.3 Recursos e ferramentas utilizados	45
Conclusão	47
Bibliografia.....	48
Sitografia geral	50
Anexos.....	54

Índice de tabelas

Tabela 1– Lista de cursos traduzidos	13
--	----

Índice de figuras

Figura 1 – Logótipo da Fiskoteka	5
Figura 2 – Logótipo VocApp	6
Figura 3 – Página web da aplicação da VocApp.....	8
Figura 4 – Aplicação na Appstore.....	8
Figura 5 – Exemplo de um <i>flashcard</i> e os diferentes modos de aprendizagem	9
Figura 6 – Ferramenta de criação de <i>flashcard</i>	9
Figura 7 – Exemplo de um <i>weekly spreadsheet</i>	11
Figura 8 – Indicação das tarefas que cada estagiário pretende desempenhar	11
Figura 9 – Exemplo de uma descrição de marketing do curso “200 expressões idiomáticas em chinês” para falantes da língua portuguesa	14
Figura 10 – Exemplo de uma descrição de marketing do curso “ <i>Examens HSK1 et HSK2</i> ” para falantes da língua francesa	14
Figura 11 – Exemplo de pesquisa de uma palavra-chave.....	15
Figura 12 – Exemplo de palavras-chave sugeridas pelo <i>Ahrefs</i>	16
Figura 13 – Exemplo de pesquisa de uma palavra-chave feita através do <i>Keyword Explorer Yivadigital</i>	17
Figura 14 – Exemplo de uma descrição SEO para o curso Vocabulário inglês nível A1 (英语词汇: A1 等级, <i>yīngyǔ cíhuì A1 děngjí</i>).....	18
Figura 15 – Exemplo de uma descrição SEO publicada na página web da VocApp.....	19
Figura 16 – Texto JSGF em inglês usado como base na tradução para chinês	20
Figura 17 – Tradução para chinês do texto JSGF inglês.....	21
Figura 18 – Documento Excel no qual foi traduzido o curso <i>200 expressões idiomáticas em chinês</i> ..	39
Figura 19 – Exemplo de uma expressão idiomática do curso <i>200 expressões idiomáticas em chinês</i> na aplicação da VocApp.....	40
Figura 20 – Exemplo de uma expressão idiomática do curso <i>200 expressões idiomáticas em chinês</i> na aplicação da VocApp.....	41
Figura 21 – Erros nos exemplos em português	42
Figura 22 – Correções nos exemplos em português	43

Figura 23 – Exemplo de uma revisão	44
Figura 24 – Revisão e correção do alemão de acordo com as mudanças feitas na parte francesa	44
Figura 25 – Revisão e correção do curso <i>Business German – Customer Service</i>	45

Lista de Siglas e Abreviaturas

TI – Departamento de Tecnologia de Informática

SEO – Search Engine Optimization

JSGF – Java Speech Grammar Format

SRS – Spaced Repetition System

HTML – Hypertext Markup Language

Introdução

Objetivo do relatório

O presente relatório tem como objetivo apresentar o estágio curricular realizado na empresa VocApp no âmbito do Mestrado em Estudos Interculturais Português/Chinês: Formação, Tradução e Comunicação Empresarial, mestrado que me ofereceu nos primeiros três semestres as bases teóricas necessárias para trabalhar na área de tradução. Sendo que a experiência é cada vez mais valorizada no mercado de trabalho optei por fazer um estágio curricular neste quarto semestre do mestrado. Além de ser uma mais-valia no currículo, este estágio proporcionou também experiências valiosas, pois permitiu-me não só evoluir a nível pessoal e adquirir novos conhecimentos culturais, como também estabelecer contacto com pessoas do ambiente empresarial.

O referido estágio teve a duração de cinco meses, com início a 11 de fevereiro 2019 e fim a 12 de julho 2019, tendo consistido na tradução e criação de cursos principalmente para falantes da língua portuguesa e chinesa.

Nesta última década os avanços tecnológicos favoreceram a amplificação do uso de *smartphones*. Estes tiveram um impacto inegável no quotidiano de milhões de pessoas, pois, para além das redes sociais, oferecem os recursos necessários para a aprendizagem eficaz de uma língua, dos quais se destacam as aplicações educativas. São inúmeras as aplicações existentes, cada uma com funcionalidades diferentes, mas todas com um objetivo comum: facilitar a memorização de novas informações através de abordagens metodológicas adequadas. Um desses métodos de aprendizagem é o uso de *flashcards*, uma ferramenta alternativa que procura estimular a memória e melhorar a retenção de informação através de auto questionamento.

De forma a dar a conhecer as atividades desenvolvidas durante o estágio, o relatório foi dividido em três capítulos.

No primeiro capítulo será elaborada uma contextualização histórica da empresa VocApp, bem como uma breve apresentação da Fiskoteka, a empresa mãe. Será também feita uma introdução à equipa e organização espacial da empresa, assim como à aplicação, o seu funcionamento e algumas das atividades desenvolvidas durante o estágio.

O segundo capítulo será focado no enquadramento teórico, dando especial atenção ao significado de “provérbio” e “expressão idiomática”, tanto na cultura chinesa como na cultura portuguesa.

Por fim, no terceiro capítulo, será elaborada a metodologia de trabalho. Sendo que os cursos

publicados pela VocApp abrangem todas as áreas de conhecimento, foram várias as áreas trabalhadas durante o estágio. Neste último capítulo descreverei todo o processo de tradução, dando exemplos de algumas dificuldades e problemas encontrados, como também possíveis soluções para os mesmos.

Motivações e contacto com a empresa

Em 2018 tive a oportunidade de passar dez meses de *Erasmus* no Sul da China, em Zhuhai, na província de Guangdong, o que foi sem dúvida a melhor experiência da minha vida académica, pois permitiu-me alargar os meus horizontes e assim vivenciar a riqueza da cultura chinesa. Foi esta experiência inesquecível que me fez querer fazer um estágio no estrangeiro, pois sabia que este novo desafio permitir-me-ia imergir num ambiente culturalmente diferente, criar uma rede de contactos profissionais e talvez até encontrar o meu emprego de sonho.

Foi na plataforma *web* ErasmusIntern¹ que me deparei com uma oferta de estágio da empresa polaca VocApp, que estava a recrutar linguistas aptos para traduzir os seus cursos. Para além de me permitir descobrir o mundo profissional, este estágio iria ajudar-me a desenvolver e trabalhar habilidades adquiridas ao longo do meu percurso académico e decidi então entrar em contacto com a empresa.

A entrevista foi feita através de uma chamada Skype, durante a qual tive a oportunidade de conhecer melhor a empresa, o seu trabalho e a sua missão. Ambos ficamos satisfeitos com a entrevista e a decisão foi então rapidamente tomada, perante aceitação da Direção de Curso: iria fazer um estágio extracurricular com duração de cinco meses na Polónia e começar assim uma nova etapa na minha vida.

¹ <https://erasmusintern.org/traineeship/linguist-6>

Capítulo I

1. Entidade de Acolhimento – VocApp

A entidade que me acolheu durante o período de estágio iniciado em fevereiro de 2019 e concluído em julho de 2019 foi a empresa polaca VocApp², localizada em Varsóvia.

A história da VocApp começa durante uma viagem de Rafal Młodzki, fundador da Fiszkoteka, para estudar em Berlim. Rafal tinha que se preparar para um exame de alemão e sendo que tinha apenas um mês, o tempo era escasso. Inspirado no cientista polaco Piotra Woźniaka, que estudou a memória e os algoritmos da aprendizagem efetiva, programou uma versão simples do algoritmo para uso próprio. Os resultados superaram as suas expectativas e passou o exame com um dos melhores resultados. Fascinado com o potencial desta forma de aprendizagem, Rafal Młodzki decidiu partilhar esta ferramenta com toda a gente. Assim nasceu a Fiszkoteka (cf. **Figura 1**).



Figura 1 – Logótipo da Fiszkoteka³

Atualmente a Fiszkoteka é a principal aplicação de ensino de línguas estrangeiras na Polónia, tendo mais de 1.000.000,00 de utilizadores. Com a ambição de expandir este método de ensino pelo mundo, foi criada uma nova aplicação, a VocApp.

A VocApp está presente no mercado desde 2017, sendo um projeto financiado pelo *European Union's Smart Growth Operational Programme*⁴, programa que procura estimular a competitividade da economia polaca através do desenvolvimento de novos produtos e tecnologias comercializáveis.

Em 2018, tornou-se parte do programa *Google for Startups Residency Program*⁵, programa que oferece às *startups* o melhor dos produtos da Google. Neste momento, a VocApp pertence ao grupo de consultores desse mesmo programa e recebe orientação como também um espaço de trabalho no campus da Google em Varsóvia.

É apresentado na **Figura 2** o logótipo da empresa.

² O site oficial da empresa é <https://vocapp.com/>

³ Imagem disponibilizada pela empresa

⁴ https://ec.europa.eu/regional_policy/en/atlas/programmes/2014-2020/poland/2014pl16fop001

⁵ <https://www.campus.co/google-for-startups-residency/>



Figura 2 – Logótipo VocApp⁶

1.1 Equipa e organização espacial da empresa

A VocApp é uma empresa multicultural que trabalha diariamente com mais de 30 línguas. A equipa é formada por pessoas de todo o mundo, uma diversidade que traz criatividade, dinamismo e vontade de inovar, o que permite à empresa divulgar com mais facilidade os seus cursos.

A estrutura organizacional da VocApp está dividida em diferentes departamentos.

O departamento de conteúdos é composto por uma equipa de linguistas profissionais de diversos países. Esta equipa tem como função criar conteúdos, isto é, desenvolver cursos de línguas e traduzir a interface.

O departamento de Tecnologia de Informação – TI, isto é, sistemas de informação, tem como função desenvolver o *website* e a aplicação.

O departamento de Marketing e Promoção, tem como função, promover o produto. Isto passa por criar uma presença online utilizando SEO (*Search Engine Optimization*), também conhecido como otimização de motores de pesquisa, um conjunto de técnicas de otimização que visa melhorar a posição orgânica de um site e assim melhorar a sua posição nos motores de busca como o Google. Implementar o uso da aplicação em novos mercados, contactar possíveis parceiros e criar uma consciencialização da marca são outras funções do departamento de Marketing e Promoção.

Finalmente, o departamento de gestão é responsável pelas questões financeiras da empresa, investimentos e novos projetos.

Em suma, a VocApp é constituída por cerca de 50 funcionários de vários países. Essa diversidade cultural é um dos pilares que fomenta a criatividade e inovação na missão da VocApp.

⁶ Imagem disponibilizada pela empresa

1.2 Aplicação e o seu funcionamento

A razão de ser da VocApp, isto é, a sua missão, passa por se tornar a principal ferramenta de ensino de línguas estrangeiras.

Esta aplicação é um projeto que cria soluções na área da educação, principalmente na aprendizagem de línguas estrangeiras. Consiste numa plataforma interativa com materiais que permitem aprender várias línguas e está disponível na forma de *website* e aplicações para dispositivos móveis. Os usuários têm a oportunidade de criar o seu próprio conteúdo educacional na forma de *flashcards*, compartilhá-los com outros usuários e assim adquirir novo vocabulário.

Os *flashcards* ativam partes do cérebro que facilitam a aprendizagem. Segundo especialistas, este método funciona, pois, a simplicidade ajuda a construir memórias com mais facilidade. O sistema de repetição espaçada é uma técnica bastante útil para aprender vocabulário novo em tempo recorde. Esta técnica deriva do inglês *Spaced Repetition System*⁷ - *SRS* e consiste em rever conteúdo em intervalos regulares.

A solução desenvolvida pela VocApp é baseada num algoritmo que otimiza repetições e num sistema que gera conteúdo multimédia que envolve todos os sentidos do usuário, o que aumenta significativamente a eficiência do processo de aprendizagem. Além do sistema que gera os *flashcards*, a plataforma também oferece uma ampla gama de cursos de idiomas profissionais em vários níveis de avanço e diversos assuntos.

Para aprender línguas através da VocApp existem 2 opções: aprender através do *website* (cf. **Figura 3**) ou da aplicação (cf. **Figura 4**). Existem atualmente 527 cursos publicados para aprender 30 idiomas diferentes, sendo que cada curso é dividido em várias lições.

⁷ Sistema de repetição espaçada.

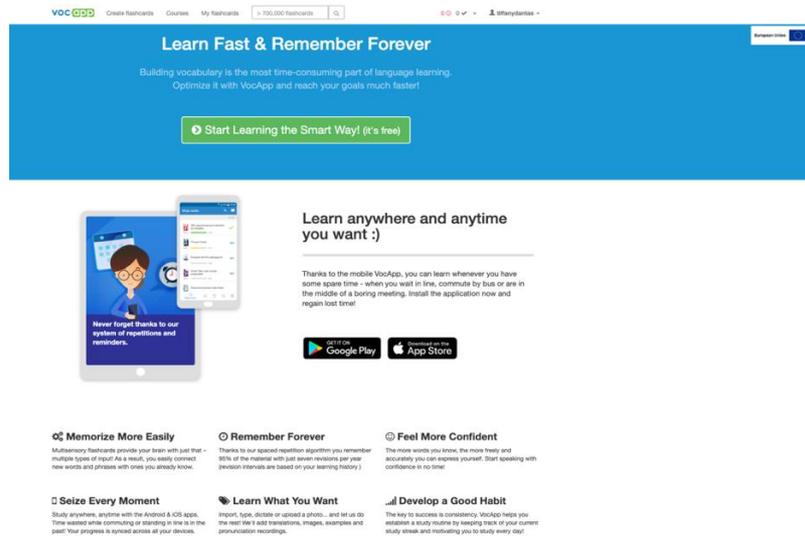


Figura 3 – Página web da aplicação da VocApp⁸

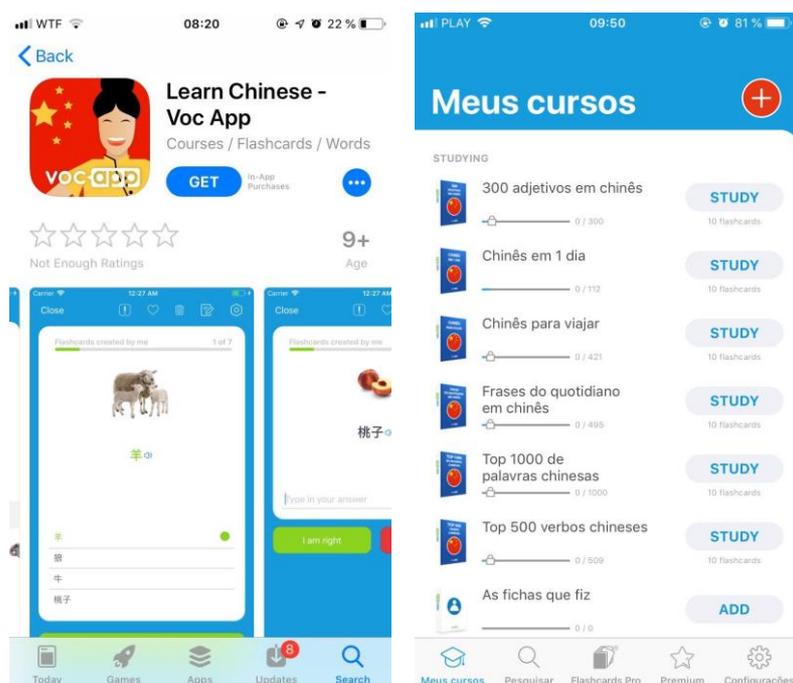


Figura 4 – Aplicação na Appstore

Na aplicação é possível escolher o modo de aprendizagem, mais concretamente, aprender uma palavra através de escolha múltipla, escrever a resposta ou simplesmente estudar os *flashcards* um a um (cf. **Figura 5**).

⁸ Fonte de imagem <https://vocapp.com/>

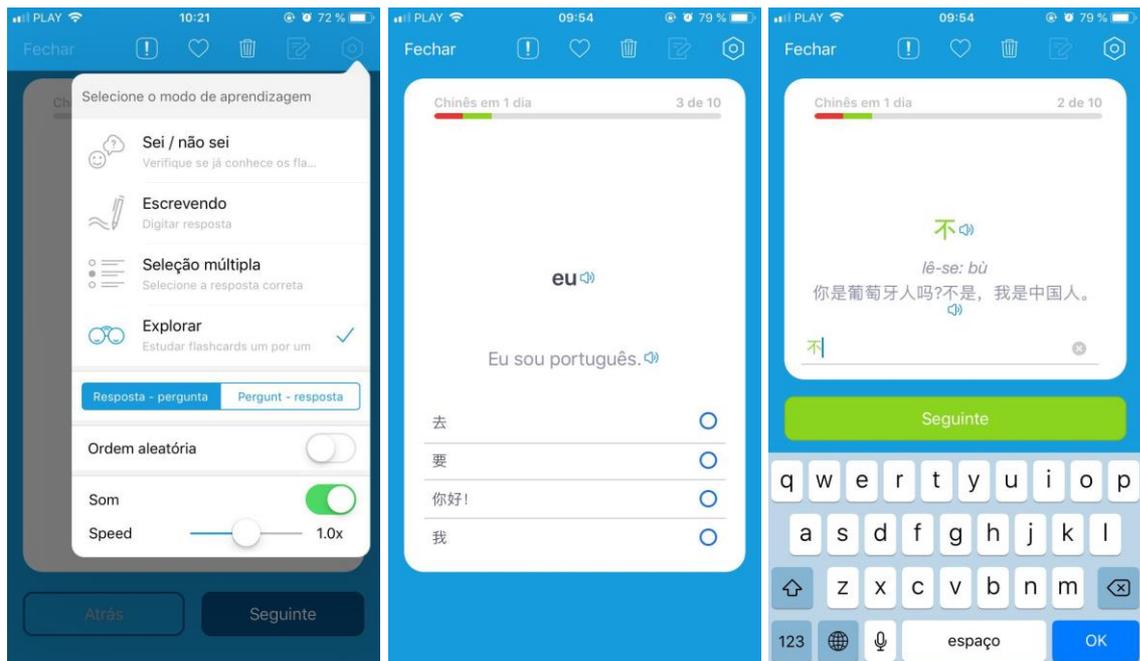


Figura 5 – Exemplo de um *flashcard* e os diferentes modos de aprendizagem

Os cursos básicos geralmente são gratuitos, enquanto que os mais complexos são pagos. No entanto, todos os cursos pagos têm uma versão demonstrativa, o que permite aos usuários perceberem o funcionamento de determinado curso. Os utilizadores podem criar e personalizar os *flashcards* e organizá-los em aulas ou cursos (cf. **Figura 6**).

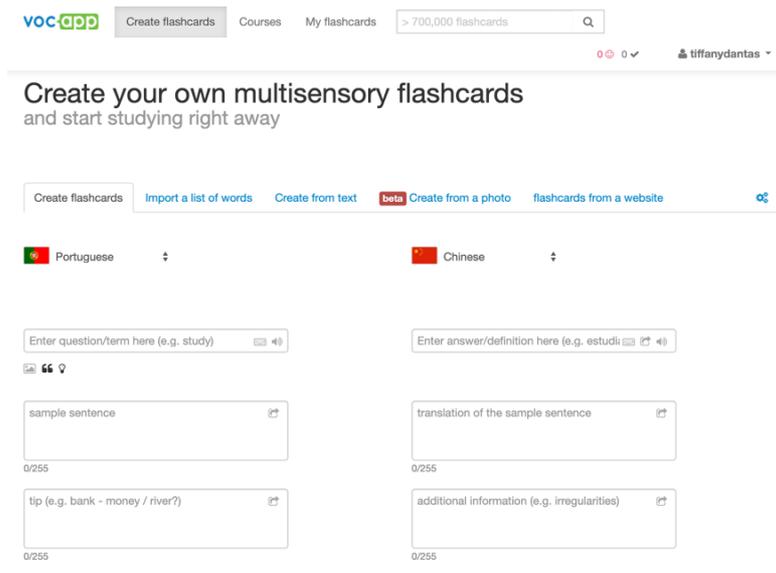


Figura 6 – Ferramenta de criação de *flashcard*

Esta plataforma pode ser utilizada como um dicionário, na qual os itens pesquisados podem ser adicionados às lições.

Existe também a opção de tradutor, em que o utilizador pode tirar uma foto a um texto e a aplicação traduz automaticamente e cria *flashcards* com o vocabulário.

Em suma, a VocApp é uma plataforma que disponibiliza várias ferramentas para aprender novas línguas, tendo como principal base a técnica que deriva do inglês *Spaced Repetition System*.

1.3 Ambiente de trabalho

O ambiente de trabalho é um dos pilares fundamentais de uma empresa, pois irá influenciar a motivação e produtividade dos funcionários. De forma a assegurar um ambiente de trabalho agradável, Rafal implementou uma série de medidas e regras com o objetivo de proporcionar uma boa experiência aos seus estagiários.

Em primeiro lugar, a equipa da VocApp, independentemente do departamento, trabalha toda na mesma sala, o que facilita a comunicação e colaboração e permite ao mesmo tempo criar uma relação entre os estagiários e os seus superiores. Para além disso, a empresa incentiva os estagiários a encontrar o seu potencial máximo e a investir no seu desenvolvimento pessoal, pois o horário de trabalho semanal é de apenas 30 horas e é flexível. Este ambiente informal, independentemente do nível hierárquico na empresa, favorece a discussão entre colegas de trabalho e dá a liberdade a cada um de criar uma rotina própria.

Para garantir um relacionamento interpessoal e dar a oportunidade a cada indivíduo de expressar a sua opinião e apresentar sugestões, a VocApp organiza reuniões semanais, durante as quais são definidas metas e planos para a semana em questão. Para além disso, ao fim de cada semana de trabalho cada estagiário preenche um *weekly spreadsheet*, onde descreve brevemente as tarefas concluídas e as que pretende realizar na semana a seguir (cf. **Figura 7**).

The spreadsheet, titled 'Weekly progress tracking', tracks the progress of various tasks over a 22-week period. The columns represent different tasks, and the rows represent team members. The tasks include: Weighted Score, Revised courses (over 200 hours/week), Proofread small courses, Proofread courses, Proofread small courses, Proofread courses, Created lessons, Proofread lessons, Keys launched in interface, ASD - content prepared, Contented for research, Created SEO lesson description 1, Created SEO lesson description 2, Contented FOLLOM backlinks, Contented other backlinks, Proposed course sent, Contented marketing description & full release, Written blog articles, and Other tasks (podcasts, case law to measure).

Team members listed include: Alexandra, Gluila, Jean, Tiffany, Bárbara, Marjorie, Maciek, and Tania. The spreadsheet uses a color-coded system where yellow indicates progress and green indicates completion. A sidebar on the right provides additional context for each team member's role and contributions.

Figura 7 – Exemplo de um *weekly spreadsheet*

De forma a melhorar a comunicação interna, a empresa usa a plataforma *Slack*⁹, onde é partilhada toda a informação útil e importante relativa à VocApp. É também nesta plataforma que cada estagiário indica diariamente as tarefas que pretende concluir ao longo do dia (cf. **Figura 8**).

The screenshot shows a Slack chat channel named '#daily-scrumchat' on Thursday, July 11th. The channel contains several messages from team members reporting their daily tasks and progress. The messages are as follows:

- Tereza Markytánová** (9:07 AM): Good morning! Today I'll dig into SEO descriptions. (1 reaction)
- Michalina** (9:07 AM): Good morning! Today I'll try to finish [PL-LT] day 2 and start new SEO description. (1 reaction)
- Tiffanydf** (9:30 AM): Bom dia! Today I'll continue working on JSFG and proofread a course. (1 reaction)
- Marjorie** (9:50 AM): Morning guys, today I'll keep writing SEO descriptions and proofread courses. (1 reaction)
- João Pedro Jacques** (10:36 AM): Morning y'all! today I'll edit a masterpiece podcast as amazing as Spider man that I've recorded with giullia (aka MRS Giulietta) and proofread the PT-BR course. (1 reaction)

The interface also shows a 'Workspace Directory' for 'Tiffany Dantas Fernandes', including her profile picture, name, status, and contact information (Email: tiffany.dantas@vocapp.com).

Figura 8 – Indicação das tarefas que cada estagiário pretende desempenhar

⁹ O Slack é uma plataforma de comunicação direcionada a empresas e que abrange várias funcionalidades. <https://slack.com/intl/en-pt/>

Sendo uma grande parte da equipa da VocApp composta por estudantes de Erasmus, o trabalho foi efetuado num ambiente multicultural, uma diversidade que gera uma fonte de inovação, mas também de oportunidades para os estagiários, pois permite-lhes conhecerem outras culturas e libertarem-se de preconceitos e estereótipos através do convívio.

Neste período de cinco meses, novos estagiários de diversos países foram chegando, enquanto que outros regressavam a casa, mas é esta diversidade cultural que permite à empresa aprofundar os seus conhecimentos sobre novos mercados e assim competir nos mercados internacionais.

1.4 Atividades desenvolvidas na empresa VocApp

Ao longo do estágio na VocApp, realizei diversas atividades que me permitiram pôr em prática os conhecimentos adquiridos na licenciatura e no mestrado.

O primeiro mês de estágio foi dedicado principalmente à integração na empresa, ou seja, à consciencialização e familiarização com as minhas funções durante o estágio. Para facilitar a integração e adaptação, foi-me, em primeiro lugar, dada uma breve apresentação sobre a empresa, a aplicação em geral e o seu funcionamento, como também de vários programas usados, que irei descrever mais à frente.

1.4.1 Cursos traduzidos

As minhas principais tarefas passaram pela criação, revisão e tradução de cursos não só para a língua portuguesa e chinesa, mas também para francês, alemão, luxemburguês e inglês. Ditas traduções eram feitas em folhas de cálculo do Google, uma ferramenta bastante conveniente, pois permite a qualquer pessoa com quem um documento tenha sido partilhado editá-lo em simultâneo. Ao longo deste período de estágio foram quinze os cursos que traduzi (cf. **Tabela 1**), cursos esses que irão ajudar utilizadores da aplicação a aprender uma língua.

Tabela 1 – Lista de cursos traduzidos

Língua de partida – Língua de chegada	Título do curso
Francês – Chinês	Chinois en un jour
Chinês – Português	200 expressões idiomáticas chinesas
Francês – Chinês	Chinois: jour 2
Francês – Chinês	Top 1000 des mots chinois
Inglês – Luxemburguês	Luxembourgish in 1 day
Inglês – Luxemburguês	Luxembourgish: day 2
Francês – Chinês	Examens HSK1 et HSK2
Francês – Chinês	Chinois des affaires
Francês – Chinês	Examen HSK3
Francês – Chinês	Top 300 adjectifs chinois
Francês – Chinês	Chinois pour voyager
Francês – Chinês	Examen HSK4
Alemão – Chinês	Chinesisch in einem Tag
Alemão – Chinês	Chinesisch: Tag 2
Alemão – Francês	DELFB2

1.4.2 Descrições de marketing

Após a conclusão de um curso, é necessário redigir uma descrição de marketing (*marketing description*) (cf. **Figura 9** e **Figura 10**), que descreve o conteúdo do produto de forma promocional, com o objetivo de informar e convencer alguém a comprar o mesmo.

Estas descrições desempenham dois papéis importantes. Em primeiro lugar, como já referido, servem principalmente para responder a dúvidas, despertar a imaginação e interesse e assim criar uma ligação entre o cliente e o produto.

Em segundo lugar, serve para direcionar mais tráfego para a página *web* da empresa e ao mesmo tempo melhorar a sua posição nos motores de busca.

200 expressões idiomáticas em chinês
Aprender expressões idiomáticas em chinês é finalmente possível!

- ✓ Aprende 200 expressões idiomáticas e expande o teu vocabulário!
- ✓ Mergulha na cultura chinesa com este curso!
- ✓ Descobre o significado de cada caracter!
- ✓ “熟能生巧” - A prática leva à perfeição!

try it for free (20 flashcards) or extend your access

Figura 9 – Exemplo de uma descrição de marketing do curso “200 expressões idiomáticas em chinês” para falantes da língua portuguesa¹⁰

Examens HSK 1 et HSK 2
VocApp t’aidera à passer ton examen HSK 1 et HSK 2!

- ✓ Connais-tu déjà les examens HSK ? Ce sont des tests d’aptitude chinois, aussi connu comme 汉语水平考试
- ✓ Pour le HSK 1 et HSK 2 on t’aidera à maîtriser 300 caractères ainsi que leur prononciation grâce à nos audios !
- ✓ Ce cours te permettra non seulement de comprendre et d’utiliser des mots et phrases simples, mais aussi d’apprendre des points grammaticaux importants grâce à la fonction “indice” !
- ✓ Passer l’HSK 1 et HSK 2 ? Simple comme bonjour !

try it for free (20 flashcards) or extend your access

Figura 10 – Exemplo de uma descrição de marketing do curso “Examens HSK1 et HSK2” para falantes da língua francesa¹¹

¹⁰ Fonte de imagem <https://vocapp.com/course/729-200-proverbios-chineses>

¹¹ Fonte de imagem <https://vocapp.com/course/600-examens-hsk-1-et-hsk-2>

1.4.3 Pesquisa de palavras-chave e descrições de SEO

No que diz respeito ao comércio eletrónico, o SEO, tal como a descrição de produto, é indispensável para aumentar as vendas. O objetivo de qualquer empresa é da sua página *web* e os seus produtos aparecerem na primeira página dos motores de busca pois a maioria das pessoas limitam-se aos primeiros resultados. Esse objetivo pode apenas ser alcançado através do SEO.

Uma das bases do SEO são as palavras-chave, meio pelo qual nos é possível encontrar um texto nos motores de busca como o Google. Mais concretamente, quando pesquisamos algo no Google usamos apenas palavras soltas, como por exemplo “aprender línguas”, e não frases completas. Como tal, é necessário em primeiro lugar, fazer uma lista com as principais palavras-chave relacionadas com o negócio da empresa. Uma vez essa lista feita, usa-se um *Keyword Explorer*¹² para confirmar se as palavras-chave escolhidas são realmente pesquisadas pelos usuários e para descobrir qual o nível de dificuldade de ranking na *SERP*¹³. O *Keyword Explorer* usado pela empresa é o *Ahrefs*¹⁴, um dos melhores no mercado (cf. **Figura 11**).

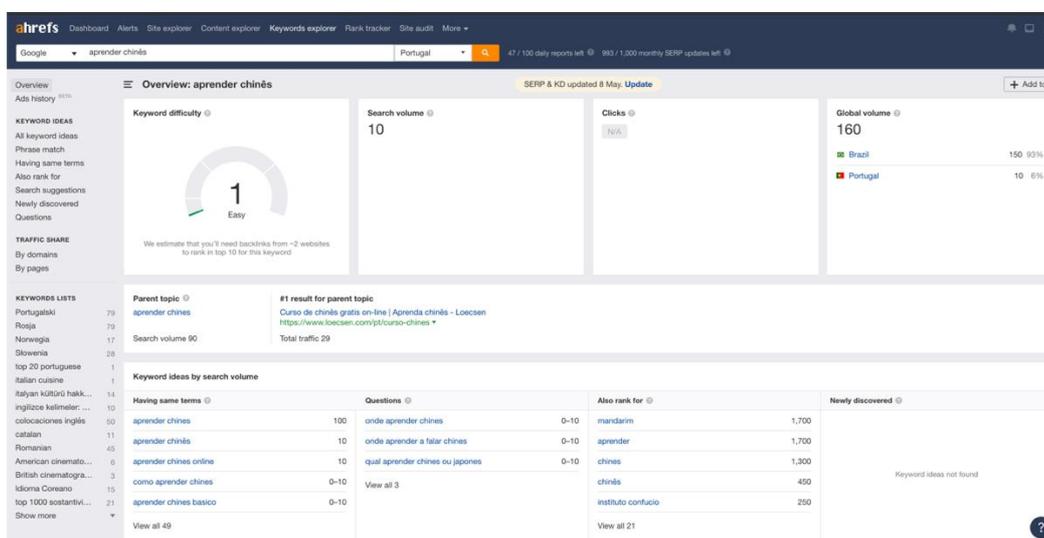


Figura 11 – Exemplo de pesquisa de uma palavra-chave¹⁵

¹² Um *Keyword Explorer* é uma ferramenta de SEO com diversas funcionalidades, entre outras descobrir as melhores palavras-chave e apresentar o volume, dificuldade, oportunidade, potencia e importância da palavra.

¹³ SERP é a sigla em inglês para *Search Engine Results Page*, ou seja, são páginas de resultados que aparecem nos mecanismos de busca quando um usuário realiza uma pesquisa.

¹⁴ <https://ahrefs.com/dashboard>

¹⁵ Fonte de imagem <https://ahrefs.com/v3-keywords-explorer/google/pt/overview?keyword=aprender%20chin%C3%AAs>

A palavra-chave pesquisada neste exemplo foi “aprender chinês”. Assim sendo, no filtro “país” deve-se selecionar o país pertencente ao público-alvo, neste caso Portugal. No entanto, esta ferramenta SEO também indica o volume de pesquisa dessa palavra-chave noutros países onde o vocábulo seja também alvo de pesquisa, daí aparecer nos resultados o Brasil.

A *Keyword difficulty* indica o grau de dificuldade para posicionar a página *web* na primeira página de resultados dos motores de busca. Quanto mais elevado for esse número, mais difícil será aparecer na primeira página.

O *Search Volume* indica as pesquisas mensais. No caso da palavra-chave “aprender-chinês” foram apenas 10 em Portugal e 150 no Brasil.

Para além disso, o programa dá várias sugestões de palavras-chave que a empresa possa incluir na sua descrição SEO (cf. **Figura 12**).

Keyword ideas by search volume					
Having same terms		Questions		Also rank for	
aprender chines	100	onde aprender chines	0-10	mandarim	1,700
aprender chinês	10	onde aprender a falar chines	0-10	aprender	1,700
aprender chines online	10	qual aprender chines ou japones	0-10	chines	1,300
como aprender chines	0-10	View all 3		chinês	450
aprender chines basico	0-10			instituto confucio	250
View all 49				View all 21	

Figura 12 – Exemplo de palavras-chave sugeridas pelo *Ahrefs*¹⁶

A pesquisa de palavras-chave para SEO em chinês não pode ser feita pelo *Ahrefs*, pois a plataforma baseia-se nos resultados do motor de pesquisa Google, que está bloqueado na China continental. Foi então usado o *Keyword Explorer Yivadigital*¹⁷ (cf. **Figura 13**) que funciona da mesma forma que o *Ahrefs*, mas que se baseia nos resultados do motor de pesquisa *Baidu*¹⁸.

¹⁶ Fonte de imagem <https://ahrefs.com/v3-keywords-explorer/google/pt/overview?keyword=aprender%20chin%C3%AAs>

¹⁷ <https://www.yivadigital.com/tool/baidu-keyword-planner>

¹⁸ O Baidu é o motor de pesquisa dominante na República Popular da China.

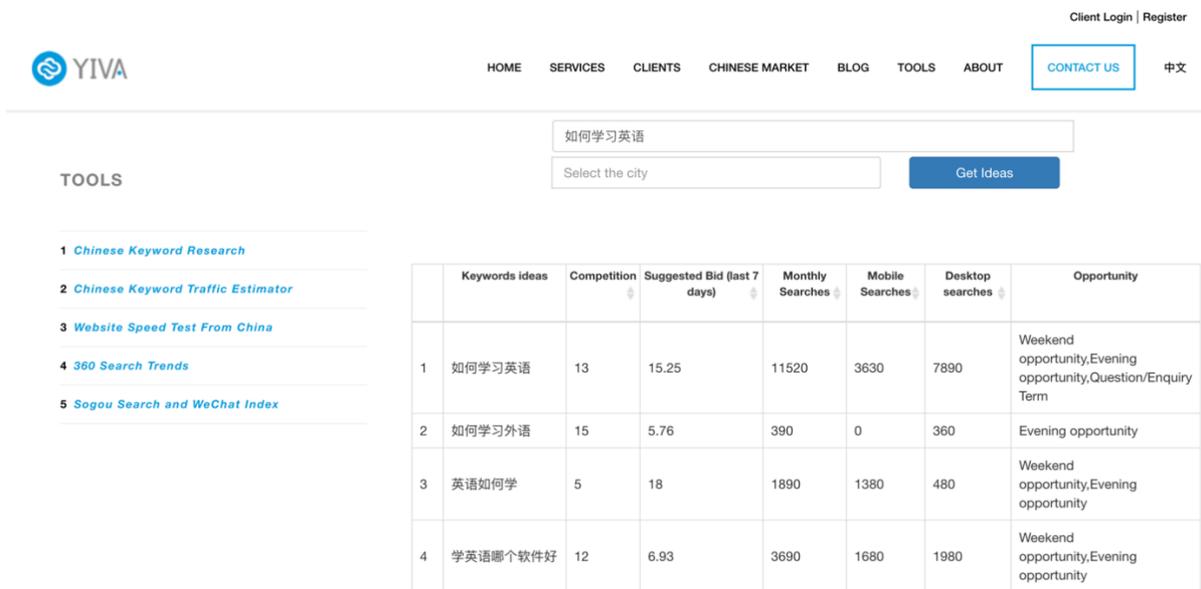


Figura 13 – Exemplo de pesquisa de uma palavra-chave feita através do *Keyword Explorer Yivadigital*¹⁹

O *Yivadigital* funciona exatamente da mesma maneira que o *Ahrefs*. Contrariamente ao *Ahrefs*, sendo que esta ferramenta está limitada ao motor de pesquisa *Baidu*, o *Yivadigital* indica apenas o volume de pesquisa de uma palavra-chave na República Popular da China.

Uma vez a pesquisa de palavras-chave concluída, poderá então ser escrito o texto para o SEO. Para atrair o máximo de tráfego possível, o conteúdo desse artigo deve ser atraente e informativo e é geralmente dividido em parágrafos curtos com subtítulos (cf. **Figura 14**). A descrição SEO para o curso Vocabulário inglês nível A1 (英语词汇: A1等级, *yīngyǔ cíhuì A1 děngjí*) está dividida em dois parágrafos, sendo que no primeiro são dadas as razões principais por que se deve aprender o mandarim e no segundo é explicada a melhor forma de se aprender a língua, ou seja, através do curso que a empresa pretende publicitar.

¹⁹ Fonte de imagem <https://www.yivadigital.com/tool/baidu-keyword-planner?key=%E5%A6%82%E4%BD%95%E5%AD%A6%E4%B9%A0%E8%8B%B1%E8%AF%AD>

	A	C	D	E	F	G	H
1	f	Person	Main keywords	Secondary keywords	SEO description text	Status	Character counter
349	英语词汇: A1	Tiffany	英语 x7 学习英语 x5 英语课程 x2	好好学习英语 x2 世界最通用的语言 x1 学习英语好处 x1 讲英语 x1 英语语音 x1 英语的读音 x1 网上学习英语 x1	<p><h2>为什么要学习英语 ?</h2></p> <p>作为国际性的语言, 英语的普及性变得越来越高。现在来看, 英语还是世界最通用的语言, 学习英语十分有必要! 那学习英语好处又有哪些? 10 多个国家以英语为母语, 45 个国家的官方语言是英语, 世界三分之一的人口讲英语, 加上, 全世界百分之七十五的电视节目是英语, 所以如果你好好学习英语你就不再需要依赖字幕才能看懂了。英语也是国际旅游的必备语言: 如今出国旅游变得越来越容易, 可是去外国旅游, 常用的语言就是英语, 所以学习英语很重要。如果你想在外国一个大学学习或者在一家公司工作那学习英语是必不可少的!</p> <p><h2>如何学好英语 ?</h2></p> <p>如果你要好好学习英语, 但是不知道怎么办, 那我们找到了你问题的答案。跟这个英语课程我们会帮你提高你的英语水平, 你觉得英语语音难吗? 事儿! 我们的应用软件会帮你掌握英语的读音, 在网上学习英语现在很简单! 跟这个英语课程你可以学习英语最重要的词汇, 也可以回顾你已经学过的词汇。学习英语真的不复杂。你今天开始吧!</p> <p>别限制你自己的能力! 看看我们别的一些课程!</p> <p>最常用的英语形容词 日常英语口语</p>	published	

Figura 14 – Exemplo de uma descrição SEO para o curso Vocabulário inglês nível A1 (英语词汇: A1 等级, *yīngyǔ cíhuì A1 děngjí*)²⁰

Uma parte fundamental do SEO são as *tags* HTML²¹. Essas *tags*, palavras escritas entre parênteses angulares, possuem todas o mesmo padrão de codificação e são comandos de formatação de textos responsável por exibir o conteúdo de uma página *web*.

No caso das descrições de curso da VocApp, foram apenas quatro as *tags* usadas para a realização da descrição SEO. Cada elemento de um texto é formado por uma *tag* de abertura que indica o início, e por uma *tag* de fechamento que indica o fim do elemento.

<h2> e </h2> são as *tags* que indicam respectivamente o início e o fim do título de um texto. As *tags* de abertura e a de fechamento são usadas para indicar que o seu conteúdo é relevante e é geralmente exibido a negrito pelos *browsers* (cf. **Figura 15**). É entre essas duas *tags* que são colocadas as palavras-chave previamente pesquisadas no *Keyword Explorer*.

Existe uma grande variedade de *tags* com diversas funções, no entanto são usadas para compor descrições de SEO mais avançadas. As descrições SEO da VocApp são em média compostas por dois mil caracteres, e por pelo menos 500 caracteres chineses no que diz respeito às descrições em chinês.

²⁰ Fonte de imagem https://docs.google.com/spreadsheets/d/1N5vtS5UvFHrWJ1drd-NY3LcW4w5hao-iX_hp-dtVqqY/edit?gid=1540530609

²¹ HTML é a sigla em inglês para *Hypertext Markup Language*. É a “linguagem utilizada na construção de páginas na internet, que permite construir blocos de informação identificados por etiquetas.” Definição retirada do dicionário online <https://www.infopedia.pt/dicionarios/siglas-abreviaturas/HTML?express=html>

Why learn Chinese?

The **Chinese language**, also known as **Mandarin** has recently earned itself a greater status in the world. With 1.2 billion native speakers, **Chinese** is the most widely spoken language in the world. With its 3000-year-old history, **China** is one of the world's four ancient civilizations and has nowadays the second largest economy of the world. This means that **learning Chinese** will open up a world of opportunities for you, not only in **mainland China** but also abroad. There are many compelling reasons to **study Chinese**. **Learning Chinese** is not only interesting and stimulates the brain, but also helps you understand the **Chinese culture**, literature and history. With its growing role in world affairs, the **Chinese language** will be an important asset when competing for employment.

Have conversations with native Chinese speakers

You have always wanted to fluently **speak Chinese** with native Chinese speakers? **Vocapp** will help you have simple conversations in **Chinese** thanks to our **Conversational Chinese** course. Learn simple vocabulary and **sentences in Chinese** on different kind of topics, such as how to introduce yourself, topics such as the weather or your plans for the weekend. Asking for directions or making phone calls and reservations in **Chinese** will no longer be a problem thanks to our **Conversational Chinese** course. Learn **basic Chinese vocabulary** and efficiently improve your **Chinese language** level. On top of that this **Conversational Chinese** course will allow you to correctly pronounce each of the **four Chinese tones** thanks to our audios. This course will enable you to master the basics of the **Chinese language** and easily understand a native Chinese speaker.

If you are looking to improve your Chinese, you might also be interested in:

[Top 1000 Chinese words](#)

[Everyday phrases in Chinese](#)

Figura 15 – Exemplo de uma descrição SEO publicada na página web da VocApp²²

Estas ferramentas são de enorme importância para a divulgação do produto nos diferentes motores de pesquisa, sendo essenciais para gerir tráfego de novos utilizadores e consequentemente aumentar as vendas.

É por estas razões que referi que ao longo dos cinco meses investi tanto do meu tempo a aprender as técnicas de SEO, pois são indispensáveis para melhorar o posicionamento da empresa no mercado.

1.4.4 Revisão dos cursos

Para garantir que um curso esteja devidamente traduzido, é necessário assegurar que todo o processo de tradução seja cumprido corretamente. Uma etapa importante neste processo é a revisão, tarefa que exige disciplina e muita atenção. O Centro de Tradução dos Organismos da UE²³ define *revisão* como “(...) a análise de uma tradução em termos da sua adequação à finalidade acordada, através da comparação entre os textos de partida e de chegada e da realização de correções, se necessário.”³

²² Fonte de imagem <https://vocapp.com/course/546-conversational-chinese>

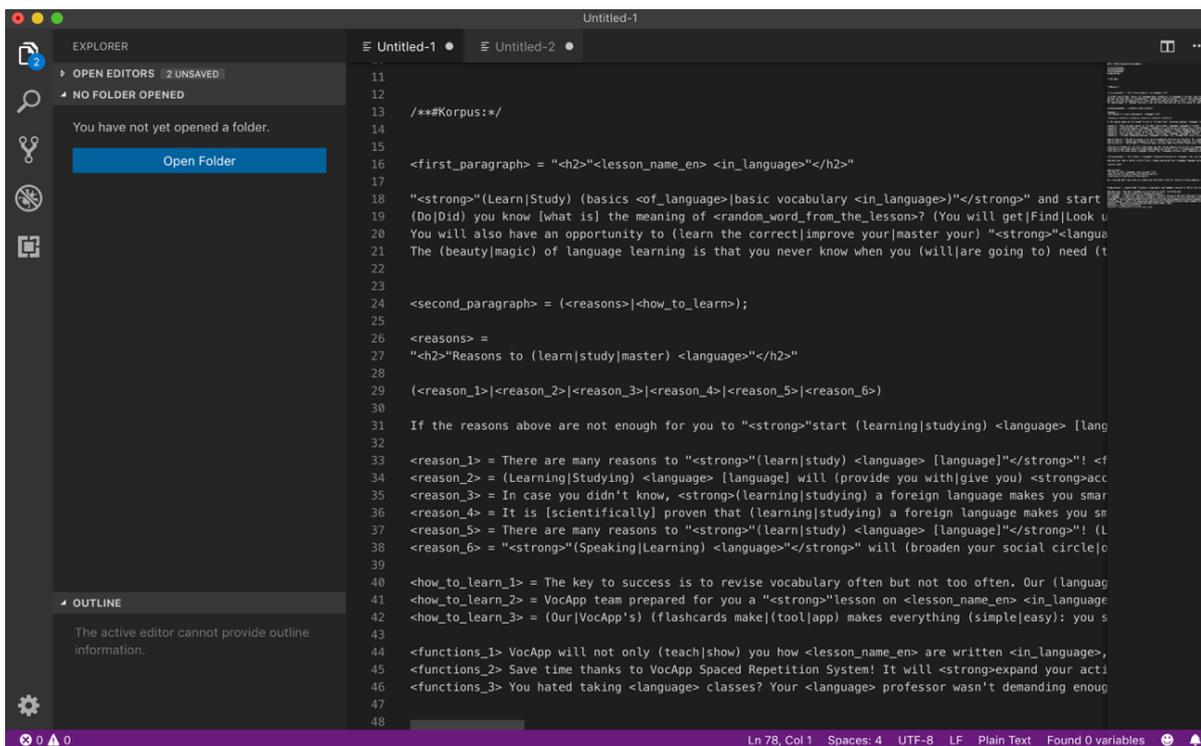
²³ <http://cdt.europa.eu/pt/content/revisao-de-traducoes>

Como tal, uma das tarefas desempenhadas durante o estágio, a qual descreverei mais detalhadamente no **Capítulo III**, foi a revisão de cursos já traduzidos.

1.4.5 Trabalhar com JSGF

JSGF, sigla em inglês para *Java Speech Grammar Format*, é em suma uma representação textual de gramáticas para vários usos. No caso da VocApp é usado para gerar diferentes variações de descrições SEO do mesmo curso ou lição.

O programa usado para criar uma dessas descrições é o Visual Studio Code²⁴, um editor de texto destinado ao desenvolvimento de aplicações *web*. Sendo que não é uma tarefa relacionada com a minha área de estudo, foi-me disponibilizado um documento JSGF em inglês (cf. **Figura 16**), o qual tinha de apenas traduzir para chinês (cf. **Figura 17**) sem me preocupar com os diferentes códigos e onde posicioná-los no texto.



```
11
12
13 /**#Korpus:*/
14
15
16 <first_paragraph> = "<h2>"<lesson_name_en> <in_language>"</h2>"
17
18 "<strong>(Learn|Study) (basics <of_language>|basic vocabulary <in_language>)"</strong>" and start
19 (Do|Did) you know (what is) the meaning of <random_word_from_the_lesson? (You will get|Find|Look u
20 You will also have an opportunity to (learn the correct|improve your|master your) "<strong><langua
21 The (beauty|magic) of language learning is that you never know when you (will|are going to) need (t
22
23
24 <second_paragraph> = (<reasons>|<how_to_learn>);
25
26 <reasons> =
27 "<h2>"Reasons to (learn|study|master) <language>"</h2>"
28
29 (<reason_1>|<reason_2>|<reason_3>|<reason_4>|<reason_5>|<reason_6>)
30
31 If the reasons above are not enough for you to "<strong>"start (learning|studying) <language> [lang
32
33 <reason_1> = There are many reasons to "<strong>(learn|study) <language> [language]"</strong>"! <f
34 <reason_2> = (Learning|Studying) <language> [language] will (provide you with|give you) <strong>acc
35 <reason_3> = In case you didn't know, <strong>(learning|studying) a foreign language makes you smar
36 <reason_4> = It is [scientifically] proven that (learning|studying) a foreign language makes you sm
37 <reason_5> = There are many reasons to "<strong>(learn|study) <language> [language]"</strong>"! (L
38 <reason_6> = "<strong>(Speaking|Learning) <language>"</strong>" will (broaden your social circle|c
39
40 <how_to_learn_1> = The key to success is to revise vocabulary often but not too often. Our (language
41 <how_to_learn_2> = VocApp team prepared for you a "<strong>"lesson on <lesson_name_en> <in_language
42 <how_to_learn_3> = (Our|VocApp's) (flashcards make|tool|app) makes everything (simple|easy): you s
43
44 <functions_1> VocApp will not only (teach|show) you how <lesson_name_en> are written <in_language>,
45 <functions_2> Save time thanks to VocApp Spaced Repetition System! It will <strong>expand your acti
46 <functions_3> You hated taking <language> classes? Your <language> professor wasn't demanding enoug
47
48
```

Figura 16 – Texto JSGF em inglês usado como base na tradução para chinês

²⁴ <https://code.visualstudio.com/>

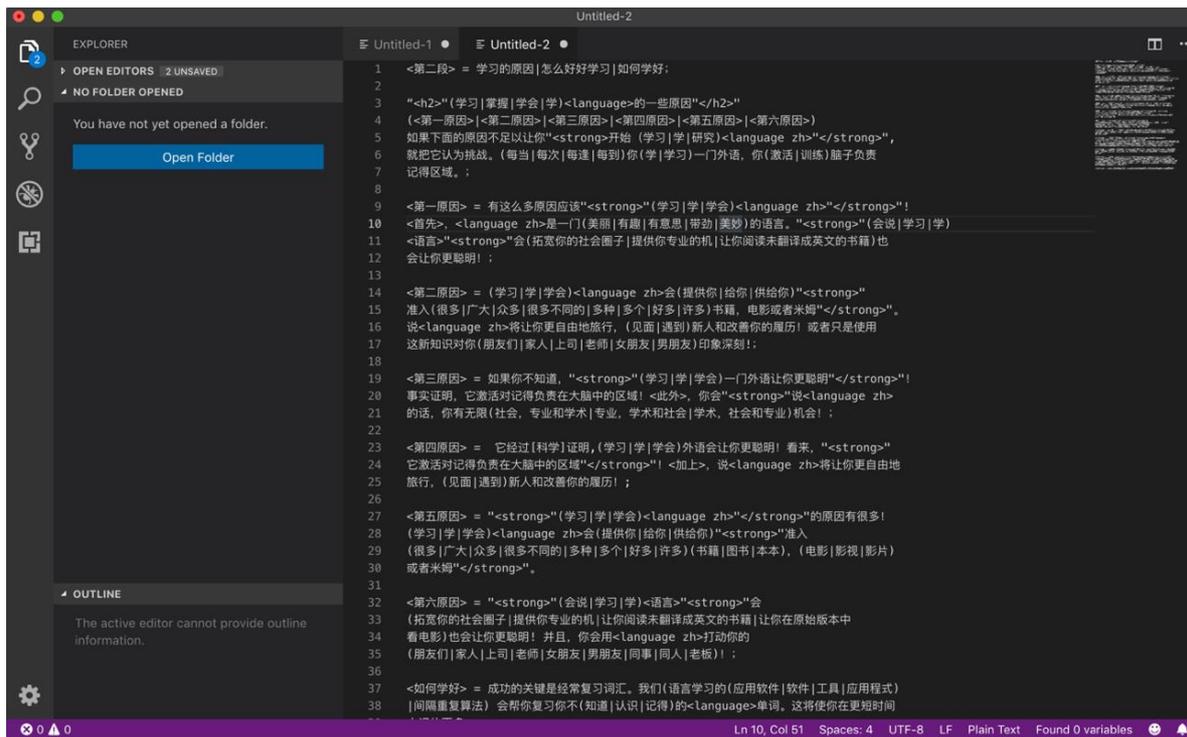


Figura 17 – Tradução para chinês do texto JSGF inglês

O objetivo é encontrar o maior número de variantes que uma frase pode ter através do uso de sinónimos de dada palavra e assim, com apenas um texto, gerar centenas de descrições SEO.

O JSGF é uma ótima ferramenta, pois, apesar de ser um processo moroso, sendo fácil perder-se no meio de todos os *tags* e códigos, acaba por, a longo prazo, poupar imenso trabalho a um estagiário.

Capítulo II

2. Enquadramento Teórico

No Capítulo II procedemos ao enquadramento teórico, o qual apresenta a fundamentação de ideias que se julgam relevantes para a compreensão do tema abordado. Isto passa pela distinção entre provérbio e expressão idiomática, tanto na língua portuguesa, como na chinesa, oferecendo várias definições e exemplos.

2.1 Provérbios

Um provérbio, do Latim *proverbium*, é um adágio, um dito popular, registado na antiguidade e transmitido oralmente pelo povo de geração em geração. Os provérbios constituem uma parte inalienável de uma língua e são um meio de partilha de conhecimentos adquiridos e experiências vivenciadas pelo povo de um país. Tal permite não só a transmissão do senso comum e de sabedoria popular, como permite também a um indivíduo conhecer melhor a cultura de um povo. Outra característica atribuída aos provérbios é a sua impessoalidade, pois, por serem escritos na terceira pessoa, dá-se a entender que é algo comum a um povo, algo que é sentido e percebido da mesma forma por vários indivíduos.

Segundo Lord John Russell (*apud* Mackintosh, 1836, p. 473), um político e liberal britânico, um provérbio é “[a] sagacidade de um e a sabedoria de muitos”, no original, “[*o*]ne man’s wit and all men’s wisdom”. Russell enfatiza a ideia de que um provérbio tem a sua origem numa pessoa, num indivíduo que formula uma afirmação memorável, que ao longo do tempo se torna propriedade do povo.

Já Claudia Maria Xatara e Thais Marini Succi (Xatara & Succi, 2008, p.35) definem provérbio como sendo

uma unidade léxica fraseológica fixa e, consagrada por determinada comunidade linguística, que recolhe experiências vivenciadas em comum e as formula como um enunciado conotativo, sucinto e completo, empregado com a função de ensinar, aconselhar, consolar, advertir, repreender, persuadir ou até mesmo praguejar.

O Dicionário Priberam da Língua Portuguesa oferece a seguinte definição: “Máxima expressa em poucas palavras e tornada vulgar.”²⁵

A relevância e a força dos provérbios vêm do facto dos mesmos terem a sua origem em experiências vivenciadas por um grande número de indivíduos, que transmitiram informação útil para ensinar, advertir e aconselhar as próximas gerações.

Para além das definições mencionadas acima, um provérbio pode também ser usado como meio político. Esta instrumentalização realizou-se sobretudo no século XX durante os regimes ditatoriais. Com o objetivo de doutrinar a juventude e alçar valores como a ordem, obediência e diligência, eram utilizados na década de 60 nos manuais escolares ou em cartazes distribuídos através da escola provérbios como “Não deixes para amanhã o que podes fazer hoje” e “Quem não sabe obedecer, não sabe mandar”. Para além disso, provérbios como “De Espanha nem bom vento, nem bom casamento” eram no século XX usados para enfatizar as características negativas de um povo e desta forma valorizar obliquamente o próprio país (Funk, 2011, p.200).

Na China, o uso de provérbios e expressões idiomáticas no meio político é bastante comum. Um exemplo recente seria o encontro entre o presidente americano Donald Trump e o presidente chinês Xi Jinping em Washington, em meados de 2019, durante o qual discutiram questões económicas e comerciais. Após a decisão do presidente americano de aumentar a taxa de 25% no que diz respeito a produtos chineses importados para os EUA, Xi Jinping criticou-o usando as expressões idiomáticas “cabeça dura”, em chinês 刚愎自用 (*gāngbìzìyòng*) (Xinhuanet 新华网, 2019a) e “voltar atrás com a palavra”, em chinês 出尔反尔 (*chū'ěr fǎn'ěr*) (Xinhuanet 新华网, 2019b), sendo que o primeiro descreve alguém que é obstinado e teimoso e o segundo alguém que voltou atrás com a palavra, pois não respeitou o acordo ao qual tinham previamente chegado.

Os provérbios citados pelos políticos, devido à sua rápida disseminação nos media, permitem-lhes criar uma ligação não apenas com o seu próprio povo, mas também com outras nações, pois permitem a ilustração de valores culturais e sociais de um povo e são uma maneira de comunicar uma ideia de forma mais coloquial e assim apelar ao senso comum.

²⁵ <https://dicionario.priberam.org/prov%C3%A9rbio>

Apesar da maioria dos provérbios terem a sua origem na antiguidade e poderem assim ser descritos como uma sabedoria atemporal, vão, na verdade, surgindo novos provérbios.

Isto aplica-se também aos provérbios que vão surgindo através dos media como por exemplo expressões retiradas de filmes, letras de músicas populares, *slogans* publicitários, frases retiradas de livros, etc. Segundo Olivier Reboul (*apud* lasbeck, 2002, p.63) existem grandes semelhanças entre provérbios e *slogans* publicitários modernos, pois ambos possuem ritmo, assonância, rimo, metáforas e estrutura. Sendo que um provérbio é usado para comunicar uma ideia, ensinar, aconselhar ou até mesmo advertir, são cada vez mais usados nos media para dar a conhecer numa frase curta as vantagens e qualidades do produto que uma empresa pretende vender e desta forma chamar a atenção do público-alvo. O objetivo é criar um impacto para que o consumidor possa identificar e memorizar com mais facilidade o produto.

“Primeiro estranha-se, depois entranha-se” é um dos melhores exemplos de um slogan publicitário que entrou na memória coletiva e passou a ser usado como provérbio. O *slogan* foi criado em 1929 pelo poeta Fernando Pessoa, que na altura trabalhava na agência publicitária *Hora* e foi escrito para o lançamento da Coca-Cola em Portugal. O objetivo era descrever a experiência e sensação que esta bebida poderia proporcionar. No entanto, o *slogan* foi mal interpretado pelo diretor de Saúde de Oliveira Salazar, Ricardo Jorge e, conseqüentemente, foi proibida e venda da bebida Coca-Cola em Portugal até 1977. Ricardo Jorge assumiu que tanto o nome da marca como também o *slogan* criado por Fernando Pessoa faziam alusão à toxicidade da bebida, ou seja, a primeira vez estranha-se e depois fica-se dependente (Primeiro estranha-se, depois entranha-se, 2019).

Outro exemplo de um slogan elevado a provérbio é “Há mar e mar, há ir e voltar”. Esta frase é da autoria do poeta Alexandre O’Neill e foi criada para uma campanha do Instituto de Socorros a Náufragos nos anos 60, com o objetivo de prevenir os afogamentos nas praias portuguesas. Hoje é usado como alerta para diversas situações (Ferreira & Cappelletti, 2015).

Uma campanha publicitária que foi muito bem-sucedida em Portugal foi protagonizada pela “Loja do Gato”, a qual optou por publicitar a sua marca e produtos através de provérbios impressos nos sacos da loja. Nestes, a loja apresenta o lema da empresa, nomeadamente “Casas Livres, Donos Felizes”, seguido por uma lista de sete provérbios e uma expressão idiomática, os quais continham todos a palavra-chave “gato”²⁶.

²⁶ Os provérbios dessa lista são como seguem : “Gato escaaldado, de água fria tem medo”, “De noite todos os gatos são pardos”, “A curiosidade matou o gato”, “Quando esta fora o gato, folga o rato”, “Gato miador não é bom caçador”, “Um olho no prato outro no gato”, “Quem não tem gato ... caça com cão”, e a expressão idiomática “Gato escondido com rabo de fora”.

Neste seguimento, percebe-se que o que é no início considerado apenas um pseudo-provérbio pode, de acordo com Mieder (2015, p.130), através da aprovação, repetição e da utilização do mesmo tornar-se provérbio.

They all have been or continue to be invented by someone sometime, even if at first they are at best proverb-like or pseudo-proverbs, as for example a sententious remark in a novel, a verse from a song, or an advertising slogan. The issue is that such well-turned phrases might become proverbs if they are accepted and repeated beyond the individual who came up with it all.

Muitos dos provérbios e expressões idiomáticas existem há vários séculos, daí haver uma evolução e mudança não apenas na sua estrutura, mas também na interpretação do mesmo. O provérbio “Olho por olho, dente por dente” era inicialmente no segundo livro de Moisés considerado Lei de Talião, ou seja, consistia na reciprocidade do dano causado. O mesmo foi, no entanto, refutado por Jesus da seguinte forma: “Ouviste que foi dito: "Olho por olho, e dente por dente". Eu digo-vos: Não oponhais resistência ao mau; se alguém te bater na face direita, oferece-lhe também a outra.” Neste caso, o provérbio funciona como julgamento moral e revela a importância do perdão e da não-violência. Apesar do provérbio fazer hoje alusão à vingança, pode ser interpretado de duas maneiras, ou seja, adapta-se às novas realidades. Um provérbio tanto pode difundir uma ideia moral pela positiva, como também pela negativa (Funk, 2011).

Tal como existe raramente uma versão única de um provérbio, podemos também encontrar o mesmo provérbio em diferentes línguas. De acordo com Mieder (2015), são quatro as fontes que contribuíram para a distribuição dos mesmos provérbios na Europa.

Em primeiro lugar, Mieder (2015) afirma que grande parte dos provérbios são comuns a diferentes culturas europeias, originários da Antiguidade clássica, mais concretamente, da antiguidade greco-romana. A tradução a partir da mesma fonte resultou na propagação dos provérbios em variadas civilizações, daí, hoje em dia, podermos encontrar a equivalência de um provérbio em diversas línguas. Um exemplo de um provérbio que foi adaptado é “Barking dogs seldom bite”, em português “Cão que ladra não morde”, e em chinês 会叫的狗不咬人 (*hui jiào de gǒu bù yǎo rén*). Outro exemplo é “Better late than never”, em português “Mais vale tarde do que nunca” e em chinês 亡羊补牢 (*wángyáng-bǔ láo*).

Outra fonte usada para a distribuição dos provérbios, sobretudo no continente europeu, é a Bíblia. Sendo que é uma obra amplamente adaptada e traduzida para outros idiomas, teve extrema importância na partilha e divulgação dos provérbios pela Europa. O provérbio “*An eye for an eye and a tooth for a tooth*” (2.Mose, 21:24), em português “*Olho por olho, dente por dente*” ou ainda em chinês 以眼还眼, 以牙还牙 (*yǐ yǎn huán yǎn , yǐ yá huán yá*), que significa literalmente “olho trocado por olho, dente trocado por dente” é um exemplo disto.

De acordo com Mieder (2015, p.119) o latim medieval, considerado a língua franca do ocidente após a queda do Império Romano, é uma terceira fonte. Nem todos os provérbios em latim chegam a um estatuto internacional, mas “*Nunca deixes para amanhã o que podes fazer hoje*”, em inglês “*Never put off till tomorrow what can be done today*”, ou ainda em chinês 今日事今日毕 (*jīn rì shì jīn rì bì*), que significa literalmente “Assuntos de hoje, completar hoje”, é um exemplo perfeito de um provérbio que alcançou este estatuto.

Por fim, outra fonte que contribuiu para a disseminação dos provérbios pelo mundo em geral foi o inglês, mais precisamente o inglês anglo-americano, sobretudo depois da segunda guerra mundial, guerra que conferiu aos Estados Unidos uma posição de supremacia. Consequentemente, os investimentos feitos na Europa pelos Estados Unidos unificaram ambos os continentes, favorecendo deste modo a infiltração da língua inglesa, hoje considerada a língua franca, nas sociedades europeias. Com o passar do tempo, as diversas línguas faladas no continente europeu foram adotando expressões, como também provérbios provenientes do inglês. “*It takes two to tango*”, em português “*São preciso dois para dançar o tango*” ou ainda em chinês 孤掌难鸣 (*gūzhǎng nán míng*)²⁷ é um exemplo disto.

Pelos exemplos apresentados, nota-se inclusive que essas experiências e observações são muitas vezes transmitidas com recurso a referências comuns, mesmo em línguas diferentes, como é o caso de “*An eye for an eye and a tooth for a tooth*” (2.Mose, 21:24), em português “*Olho por olho, dente por dente*” e 以眼还眼, 以牙还牙 (*yǐ yǎn huán yǎn , yǐ yá huán yá*).

²⁷ 孤掌难鸣 (*gūzhǎng nán míng*) pode ser traduzido como “ser difícil bater palmas com uma só mão”

2.2 Expressões idiomáticas chinesas

Os provérbios de qualquer país são criados a partir da sabedoria e das experiências vivenciadas por um povo. A China, uma das civilizações mais antigas no mundo, não é exceção. Como tal, a língua chinesa é extremamente rica em provérbios e expressões idiomáticas que, em poucos caracteres, transmitem uma ideia incisiva e complexa. O que torna, no entanto, o estudo e a compreensão das expressões idiomáticas chinesas desafiante, é o facto de ser mais difícil perceber o seu significado, pois cada carácter pode possuir vários significados. Enquanto que por exemplo na língua portuguesa para expressar a ideia de “desabafar” é frequentemente usada a expressão idiomática “abrir o coração”, na língua chinesa a mesma ideia pode ser expressada em apenas quatro caracteres, nomeadamente 披露肝胆 (*pīlù gāndǎn*). Ao analisar cada carácter individualmente, é difícil perceber o significado da expressão, pois 肝 (*gān*) pode ser traduzido como “fígado” e 胆 (*dǎn*) como “vesícula biliar” ou “coragem”. Já a combinação dos dois caracteres 肝胆 (*gāndǎn*) passa a significar “sinceridade” ou “honestidade” entre outros.

A origem de um grande número de provérbios e expressões idiomáticas é desconhecida, já outros proveem de comentários feitos por filósofos chineses, como por exemplo Confúcio²⁸ ou ainda Lao Zi²⁹, ou são derivados de lendas.

A língua chinesa abrange expressões fixas, também classificadas como idiomatismos, 熟语 (*shú yǔ*, literalmente “palavra madura”), as quais podem ser divididas em várias categorias, nomeadamente as expressões idiomáticas, 成语 (*chéng yǔ* – expressões geralmente constituídas por quatro caracteres), os provérbios, 谚语 (*yàn yǔ*), as expressões compostas por duas partes, 歇后语 (*xiēhòu yǔ*), as expressões frequentemente usadas 惯用语 (*guàn yòng yǔ*), entre outros.

No entanto, focar-me-ei nas expressões idiomáticas, 成语 (*chéng yǔ*), pois o curso “200 expressões idiomáticas chinesas” criado durante o estágio é somente composto por expressões idiomáticas de quatro caracteres, respetivamente quatro sílabas, características associadas a um 成语 (*chéng yǔ*).

As expressões idiomáticas, 成语 (*chéng yǔ*), como categoria, tem a sua origem em histórias, obras clássicas e lendas da antiguidade, ou seja, na tradição milenar escrita da China. Não obstante, alguns provérbios pertencentes a esta categoria têm a sua origem na linguagem oral. São geralmente

²⁸ Confúcio, em chinês 孔子 (*kǒngzǐ*) era um filósofo chinês que deu origem ao confucionismo 儒学 (*rúxué*), um dos maiores sistemas filosóficos.

²⁹ Lao Zi, em chinês 老子 (*lǎozǐ*) era um filósofo, escritor e fundador do taoísmo.

compostos por quatro caracteres, mas existem algumas exceções, como por exemplo a expressão idiomática “É melhor prevenir do que remediar”, em chinês 防患于未然 (*fáng huàn yú wèi rán*). A estrutura do 成语 (*chéng yǔ*), é fixa, ou seja, não é possível alterar qualquer carácter que o componha.

Expressões idiomáticas chinesas transmitidas a partir da escrita chinesa geralmente requerem um conhecimento do contexto histórico de modo a perceber o seu significado.

É por exemplo o caso da expressão idiomática 四面楚歌 (*sì miàn chǔ gē*) que, traduzido para português, equivale a “Nos quatro cantos, canção de Chu”. Esta expressão idiomática refere-se a um acontecimento histórico que teve lugar no fim da Dinastia Qin (221 a.C. – 206 a.C.) e foi registado na obra “Registos de História da Dinastia Han”, em chinês 史记³⁰ (*shǐ jì*). O exército do Estado Chu, em guerra com o Estado Han, foi cercado pelo mesmo na cidade Gai Xia (垓下 *gāi xià*). Com o objetivo de desmotivar, enganar e amedrontar o exército do Estado Chu, os soldados do Estado Han começaram a cantar músicas da região Chu, o que levou o inimigo a pensar que a sua terra natal tinha sido capturada. Perdendo o ânimo para a luta, o Estado Chu rendeu-se. A expressão idiomática “Nos quatro cantos, canção de Chu”, em chinês 四面楚歌 (*sì miàn chǔ gē*) é hoje usado para descrever situações desesperadas em que alguém é cercado por inimigos e não tem qualquer possibilidade de escapar.

Outro exemplo de uma expressão idiomática que pode ser apenas compreendida conhecendo a sua origem etimológica é “O velho homem da fronteira perde o seu cavalo”, em chinês 塞翁失马 (*sài wēng shī mǎ*). A expressão faz alusão à história de Sai Weng, um idoso que vivia e criava cavalos na fronteira. Quando um dos seus cavalos mais valiosos fugiu, o seu vizinho, após ouvir este infortúnio, veio consolá-lo. Sai Weng, no entanto, questionou-se se este acontecimento na verdade não seria uma coisa boa para ele. O cavalo perdido acabou por voltar acompanhado de outro cavalo e, por conseguinte, o vizinho veio felicitar o idoso. Sai Weng questionou-se se o regresso do cavalo na realidade não teria uma consequência negativa no futuro.

Passado algum tempo, o filho do idoso, que gostava de andar de cavalo, foi projetado pelo novo cavalo, o que resultou numa perna partida. Mais uma vez, o vizinho expressou as suas condolências, ao que o idoso simplesmente respondeu que na verdade não sabe se o acontecimento deste acidente é uma coisa boa ou má.

³⁰ A obra Memórias Históricas foi escrita de 109 a.c a 91 a.c pelo historiador chinês Sima Qian na qual relata os acontecimentos da história chinesa desde os primórdios míticos do Imperador Amarelo (Unzer, 2019)

Sai Weng obteve a resposta a esta dúvida passado um ano quando o exército do imperador começou a recrutar homens em bom estado de saúde para lutar na guerra. Devido à lesão sofrida no passado, o filho de Sai Weng foi dispensado do serviço militar e evitou assim a morte certa.³¹

A expressão idiomática chinesa equivale à expressão portuguesa “Há males que vêm por bem” e é usado para de certa forma dar conforto às pessoas. No entanto, a história sugere que o contrário também é possível, ou seja, há bens que vêm por mal.

Já expressões idiomáticas que geralmente tiveram a sua origem na linguagem oral são, através da análise de cada carácter, mais fáceis de compreender.

É por exemplo o caso da expressão idiomática “Sem papas na língua”, em chinês 直言不讳 (*zhíyán bùhuì*). Ao analisar cada carácter vemos que 直 (*zhí*) significa “direto”, 言 (*yán*) é o carácter usado para “palavra”, 不 (*bù*) significa “não”, e 讳 (*huì*) pode ser traduzido como “tabu”. Esta expressão idiomática é usada para descrever alguém que diz alguma coisa de forma direta, sem rodeios.

Outro exemplo é o “O silêncio é ouro”, em chinês 沉默是金 (*chénmò shì jīn*), sendo que 沉默 (*chénmò*) significa “silêncio”, 是 (*shì*) equivale ao verbo “ser” e 金 (*jīn*) pode ser traduzido como “ouro”. Esta expressão idiomática é usada para dizer que muitas vezes o silêncio é a resposta certa, pois em certas situações palavras podem ser interpretadas de forma errada e criar discussão sem necessidade.

Na língua chinesa, as expressões idiomáticas oferecem ao falante a possibilidade de expressar uma ideia complexa em poucas palavras, dando ênfase à mensagem que pretendem transmitir, como por exemplo a expressão “Nunca estar satisfeito com o que se tem”, em chinês 见异思迁 (*jiàn yì sī qiān*). Esta condensação das palavras não é possível sem as expressões idiomáticas, pois seria necessário o triplo dos caracteres para expressar a mesma ideia, sendo que as palavras são principalmente dissilábicas ou trissilábicas. Assim sendo, 见异思迁 (*jiàn yì sī qiān*) equivale à frase “看到不同的事物就改变主意” (*kàn dào bùtóng de shìwù jiù gǎibiàn zhǔyì*), ou seja, “Mudar de ideias sempre que se vê algo diferente”.

³¹ 塞翁失马 (*sài wēng shī mǎ*) é apenas uma parte da expressão idiomática. A expressão completa seria “塞翁失马, 安知非福” (*sài wēng shī mǎ ān zhī fú*), a qual pode ser traduzida como “Quando o velho homem da fronteira perdeu o seu cavalo, como é que alguém poderia ter adivinhado que não seria uma bênção?”.

Para além disso, a maioria das expressões idiomáticas preservaram tanto o significado como a pronúncia antiga dos caracteres que os constituem. São as características herdadas do chinês clássico que permitem transmitir a essência poética, a elegância, como também a capacidade de simbolizar a realidade dos 成语 (*chéng yǔ*). É por exemplo o caso da expressão 一暴十寒 (*Yī pù shí hán*) que significa literalmente “Um dia de sol, dez dias de frio”. O carácter 暴 no chinês clássico significa “expor algo ao calor do sol”, enquanto que no chinês moderno 暴 não se lê *pù* mas *bào* e significa “violento”. A história por trás desta expressão idiomática é intrigante. Durante o Período dos Estados Combatentes (475 a.C. – 221 a.C.), Mêncio (孟子, *Mèngzǐ*), filósofo chinês, oferecia os seus serviços e conhecimentos, com a intenção de contribuir ao bem da sociedade, ao rei do estado *Qi*. Foi, no entanto, criticado por não se esforçar o suficiente para ajudar o rei, ao que Mêncio respondeu usando o exemplo de uma planta. Ao expor uma planta ao calor do sol durante dez dias, e a seguir ao frio e escuridão durante outros dez dias, é evidente que a planta vai morrer. Apesar de Mêncio tentar ajudar na medida das suas possibilidades e ser uma boa influência no rei do estado *Qi*, assim que ele não estiver presente, pessoas que não partilhem a opinião do filósofo, iriam influenciar o rei de forma negativa.

一暴十寒 (*Yī pù shí hán*) é hoje usado para descrever alguém que faz algo com pouco empenho e persistência e acaba por desperdiçar tempo.

As expressões idiomáticas chinesas em geral são uma fonte inesgotável de conhecimento, sendo que muitas delas são literalmente milenares e são por estas razões valorizadas na cultura chinesa: Têm principalmente uma função social pois são usadas para dar conselhos e advertências.

2.3 Expressões idiomáticas portuguesas

Expressões idiomáticas estão presentes em todas as culturas, a portuguesa não é uma exceção. Tal como as expressões idiomáticas chinesas, as expressões idiomáticas portuguesas caracterizam-se por ser difícil decifrar o seu significado apenas através do sentido literal das palavras que as formam. Uma grande parte das expressões idiomáticas são provenientes de anedotas, tradições ou ainda acontecimentos históricos, muitas vezes impregnadas de humor e duplos sentidos.

Com base no ponto de vista dos dicionários, podemos definir *expressão idiomática* da seguinte forma:

1. *Infopédia Dicionários Porto Editora*

Expressão cujo sentido não pode ser depreendido do significado das palavras que a constituem.³²

2. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*

*Locução ou frase cuja estrutura se fixou na língua e cujo significado não corresponde à soma dos significados isolados das palavras que a compõem, motivo pelo qual não é interpretada à letra.*³³

A partir destas definições, podemos deduzir as seguintes características das expressões idiomáticas.

Em primeiro lugar, a sua inalterabilidade. Apesar de poder existir diferentes versões de uma expressão idiomática, quer a nível morfológico, quer a nível lexical, o significado mantém-se. É por exemplo o caso da expressão “Andar na boa-vai-ela” e “Andar na boa vida”, sendo que ambas expressões descrevem alguém que tem preferência por não trabalhar e andar na vadiagem. Outro exemplo seriam as expressões “Andar nas nuvens” e “Andar na lua”, que podem ser traduzidas como “estar distraído”.

Em segundo lugar, as palavras que constituem uma expressão idiomática adquirem um sentido novo que não equivale à combinação do significado de cada palavra que a compõe.³⁴ A expressão “Chover picaretas” adquire assim um sentido figurado, pois não chove literalmente picaretas, mas é usada para dizer que está a chover torrencialmente. É também o caso da expressão “Fazer algo de olhos fechados”, que descreve alguém que faz algo com facilidade, e não literalmente de olhos fechados.

Por fim, a intenção de um falante ao usar uma expressão idiomática é acrescentar algo ao discurso, desta forma enriquecendo-o, descrever as emoções que pretende transmitir de forma mais poética ou ainda expressar algo oculto. “Trabalhar como um escravo” ou “Trabalhar como um negro” é um exemplo de uma expressão que enfatiza uma ideia e sentimento. É usada para descrever alguém que trabalha muito, sem descanso e sem receber uma recompensa adequada pelo trabalho que

³² <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/express%C3%A3o#express%C3%A3o%20idiom%C3%A1tica> (consultado em 25-09-2019)

³³ <https://dicionario.priberam.org/express%C3%A3o%20idiom%C3%A1tica> (consultado em 25-09-2019)

³⁴ *Entendemos assim por fraseologias combinações de palavras (ou grupos de palavras) relativamente estáveis cujo significado global interno de uso difere do significado global externo de uso dos constituintes individuais em combinações livres.* (Nilela 2002a:162)

desempenha. Esta expressão tem uma conotação negativa pois “escravo” e “negro” são palavras carregadas de sentidos negativos e fazem alusão aos tempos da escravidão. Estas podem transmitir a ideia de racismo e ofender alguém de modo involuntário. Expressões como estas, que estão relacionadas com a história, podem, se traduzidas de forma literal, causar confusão nos recetores.

“Ver estrelas” é um exemplo de um sentimento que é descrito de forma mais poética através do uso de uma expressão idiomática. Esta expressão pode ser traduzida como “sentir uma dor violenta”.

Expressões idiomáticas estão constantemente sujeitas a adaptações, pois, de acordo com Vilela (2002) existe “uma certa variabilidade” e visível sobretudo quando ocorrem no discurso, pois conjugamos por exemplo automaticamente os verbos que as compõem ou omitimos os mesmos. Um exemplo seria a expressão “memória de grilo” que significa “ter memória fraca”, pois adiciona-se geralmente o verbo *ter* à expressão quando usada em discurso.

Portugal é um país com um território bastante diversificado, o que de certa forma deixou as suas marcas na língua portuguesa, diferenças no vocabulário e na pronúncia, surgindo assim regionalismos, ou seja, expressões típicas de cada região. Isto é sobretudo o caso das expressões idiomáticas que originaram nas ilhas portuguesas, tal como a Madeira ou os Açores. Expressões como “Corisco mal-amanhado”, que é usada para descrever alguém que é traquinas, é geralmente apenas compreendida por um açoriano. O mesmo é verdade para expressões como “Bicho de pêssego” que descreve uma pessoa irrequieta e é muitas das vezes só entendida por um madeirense.

Com tudo, são estas características que permitem “ao falante/escrevente dizer muito mais do que aquilo que as palavras dizem e ao ouvinte/leitor entender muito mais do que a materialidade fónica afirma” (Vilela 2002, p.187).

Capítulo III

3. Tradução de expressões idiomáticas

Neste terceiro capítulo será abordada mais detalhadamente a metodologia de trabalho adotada na tradução de expressões idiomáticas, focando-me no curso Português-Chinês *200 expressões idiomáticas em chinês*, ao qual dediquei dois meses do estágio. Descreverei todo o processo de tradução, explicando algumas dificuldades e problemas encontrados, como também os recursos e ferramentas utilizados durante todo este processo.

3.1 Processo de tradução: Tradução direta vs. Tradução oblíqua

A tradução de cursos e lições foi a tarefa principal desempenhada durante o estágio, pois o objetivo da empresa é publicar continuamente novo conteúdo na sua aplicação. Desta forma, a criação e a tradução de novos cursos em diversas línguas é indispensável para cativar o interesse e atenção dos usuários da aplicação.

O Centro de Tradução dos Organismos da UE³⁵ define *tradução* da seguinte forma:

Tradução é a transposição para a língua de chegada do significado contido na língua de partida, de forma a produzir um texto em conformidade com as regras gramaticais da língua de chegada e que respeita as instruções recebidas com o pedido de tradução. «Língua de partida» é a língua em que se encontra redigido o texto original (também chamado «texto de partida»); «língua de chegada» é a língua para a qual o texto original é traduzido.

Assim sendo, analisemos as duas formas de tradução aplicadas ao curso *200 expressões idiomáticas em chinês*, nomeadamente a tradução direta e a tradução oblíqua.

A tradução direta é sinónimo de tradução literal, ou seja, é a tradução ao pé da letra, possível devido à existência de um paralelismo estrutural entre a língua de partida e a língua de chegada. A tradução direta pode ser dividida em três pontos importantes, nomeadamente a tradução literal mencionada acima, o empréstimo e o decalque (Vinay & Darbelnet, 1995).

De acordo com Vinay e Darbelnet (1995, p.129), o empréstimo é o uso da mesma palavra ou expressão do texto original pelo tradutor, como por exemplo a palavra *Feng Shui*, em chinês “风水”

³⁵ <http://cdt.europa.eu/pt/services>

(*fēngshuǐ*)³⁶, que, apesar de ter sido integrada na língua portuguesa, provém da língua chinesa. *Feng Shui* refere-se a um “sistema de origem filosófica taoísta que estuda a relação entre as pessoas e os ambientes em que vivem” (Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa, 2020b). Outro exemplo de uma palavra emprestada do chinês seria *qipao*, em chinês “旗袍 (*qípáo*)”, que se refere a um vestuário feminino típico da China.

O decalque é parecido com o empréstimo, mas é um método ainda mais avançado, pois, baseando-se na palavra ou expressão emprestada de outra língua, adapta a ortografia ou traduz literalmente cada um dos elementos da mesma. Exemplos de um decalque seriam “Confúcio”, em chinês 孔夫子 (*Kǒngfūzǐ*), ou Kung Fu, em chinês 功夫 (*gōngfū*).

A língua chinesa praticamente não apresenta flexões, o que significa que as palavras não sofrem modificações de acordo com o género ou o número e não existe conjugação dos verbos, daí não ter sido usado nenhum dos métodos de tradução referidos acima neste curso de expressões idiomáticas chinesas.

Já a tradução oblíqua refere-se a uma tradução mais livre (Molina, 2002). Este método de tradução é usado no caso de existir uma divergência maior entre as línguas e culturas, resultando numa ideia intransponível para o texto de chegada. De forma a manter o significado do texto original, mesmo não havendo equivalente na língua de chegada, recorre-se à tradução oblíqua.

A tradução oblíqua pode ser dividida em quatro métodos, nomeadamente a transposição, a modulação, a equivalência, e a adaptação (Molina, 2002).

Na tradução é considerada transposição uma frase ou texto que seja alterada morfossintaticamente, como por exemplo a frase “Qual é o teu nome?” ou “Como te chamas?”, em chinês 你叫什么名字? (*nǐ jiào shénme míngzi*), que pode ser traduzida literalmente como “Tu chamar qual nome?”. Vemos que a frase em português começa pelo advérbio interrogativo “como” ou pelo pronome interrogativo “qual”, enquanto que a frase em chinês começa pelo sujeito “tu” seguido pelo verbo “chamar” e finalmente o pronome interrogativo. Outro exemplo seria “Chegamos à estação de Pequim.”, em chinês 北京站到了 (*běijīng zhàn dào le*), que traduzido literalmente significa “Estação de Pequim chegou”, sendo que na frase chinesa o sujeito é a estação e não “[nós]”, como em português.

A expressão idiomática chinesa “Amor à primeira vista”, 一见钟情 (*yī jiàn zhōng qíng*), é um exemplo de uma transposição, pois a ordem das palavras é alterada. Sendo que 一 (*yī*) significa “um”,

³⁶ Significa literalmente “Vento e água”

见 (*jiàn*) significa “ver” e 钟情 (*zhōng qíng*) pode ser traduzido como “apaixonar-se”, ou seja, literalmente “Ver uma vez e apaixonar-se”. Desta forma, obtemos o equivalente português “Amor à primeira vista”. Enquanto a expressão idiomática 一见钟情 (*yī jiàn zhōng qíng*) existe analiticamente com dois verbos, em português isso não se verifica na expressão “Amor à primeira vista”, onde “amor” funciona como sujeito, não necessitando de verbo.

A modulação é a variação da forma de uma frase ou de um texto mediante uma mudança semântica ou de ponto de vista. Por exemplo a frase “Leve 4, pague 3”, em chinês 买三送一 (*mǎi sān sòng yī*), pode ser traduzida literalmente como “Compre três, leve um de graça”³⁷. Apesar do resultado ser o mesmo, ou seja, levar 4 e apenas pagar por 3, na frase em português a ênfase está na parte de só ter de pagar três, enquanto que na frase em chinês está no facto de levar um de graça.

O método da equivalência é principalmente usado para expressões idiomáticas e consiste em encontrar uma palavra ou expressão com o mesmo significado em duas línguas diferentes. Foi este o método principalmente usado na tradução do curso “200 expressões idiomáticas em chinês.

Exemplo de uma equivalência é a expressão idiomática “Matar dois coelhos com uma cajadada”, que equivale à expressão chinesa 一石二鸟 (*yī shí èr niǎo*), pois traduzindo carácter a carácter vemos que 一石 (*yī shí*) significa “uma pedra” e 二鸟 (*èr niǎo*) significa “dois pássaros”. Esta expressão é usada para falar do facto de uma pessoa conseguir concluir com proveito dois assuntos ao mesmo tempo ou com uma só ação.

Outro exemplo de uma equivalência é a expressão idiomática “Uma gota de água no oceano”, em chinês 九牛一毛 (*jiǔ niú yī máo*), que significa literalmente “Nove vacas, um fio de cabelo”. Ao analisar cada carácter mais detalhadamente, vemos que 九 (*jiǔ*) equivale ao número nove, 牛 (*niú*) é o carácter usado para “vaca”, 一 (*yī*) significa “um” e 毛 (*máo*) traduz-se por “pelo”. Em termos de quantidade, um fio de cabelo é insignificante, pois não faz diferença ao animal ter mais um ou menos um pelo. A expressão descreve algo de pouca importância.

A expressão idiomática “Estar à mão de semear”, em chinês 触手可及 (*chù shǒu kě jí*), é mais um exemplo de uma equivalência. Ao analisar cada carácter mais detalhadamente, vemos que 触 (*chù*) significa “tocar”, 手 (*shǒu*) traduz-se por “mão”, 可 (*kě*) indica o facto de “conseguir ou poder fazer algo” e 及 (*jí*) significa “alcançar algo”, ou seja, literalmente “A mão consegue tocar em algo e alcançá-lo”, deixando transparecer o mesmo significado que a expressão em português, sendo que “estar à mão de semear” implica também alcançar algo facilmente.

³⁷ A expressão 买三送一 (*mǎi sān sòng yī*) também pode ser traduzida como “Leve 4, oferecemos 1.”

Por último, a adaptação. Por adaptação entende-se a transposição de um texto para que este atenda às necessidades de um novo público-alvo. Este método de tradução possibilita adequações culturais e permite acrescentar ou omitir algo do texto de partida de forma a que o texto de chegada seja culturalmente aceito. “Sexta-feira 13” é um exemplo de uma adaptação, pois em espanhol teria de ser traduzido como “martes 13”³⁸. O número 13 é considerado em ambas as culturas um número de má sorte, no entanto na cultura espanhola são as terças-feiras 13 de qualquer mês que são considerados dias de azar, e não as sextas-feiras.

Outro exemplo de uma adaptação é a frase literal chinesa “já comeste?”, 你吃了吗? (*nǐ chīle ma*), que, no entanto, é hoje em dia frequentemente usada como saudação, significando “Olá, tudo bem?”. Caso se traduzisse literalmente a saudação, um português iria achar que o estão a convidar para ir almoçar ou jantar algo juntos, ou que a pergunta exigiria uma resposta factual, o que não é o caso.

Na realização deste trabalho foi principalmente usado o método da equivalência, pois, como explicado no **Capítulo II** deste relatório, é possível encontrar a mesma expressão em diferentes línguas. Descreverei no ponto **3.3** deste **Capítulo III** (cf. pág. 45) quais as ferramentas e recursos que me ajudaram a encontrar equivalentes na língua portuguesa.

3.2 Dificuldades e problemas na tradução e revisão

Traduzir expressões idiomáticas chinesas foi um verdadeiro desafio, pois refletem a herança cultural da China e sendo que expressam um pensamento profundo e complexo em apenas quatro caracteres, nem sempre são fáceis de entender e traduzir.

Desta forma, tentei, em primeiro lugar, encontrar o equivalente de uma expressão idiomática na língua portuguesa. Durante todo o processo de tradução, foi usado o inglês como língua intermediária o que tornou a tarefa mais fácil, pois existem mais recursos disponíveis em Inglês do que em Português.

Por vezes não foi possível encontrar uma expressão equivalente em Português, tendo nesses casos tentado explicar a expressão idiomática chinesa de forma simples numa frase. (cf. **Figura 18**)

³⁸ Significa literalmente *terça-feira 13*

PT	A	B	C	D	E	F	G	H
55	Provérbios chineses 51 - 100	成语 51 - 100						
56	Sentir-se como um peixe na água	如鱼得水	如 é aqui sinónimo de	Significa literalmente "Como um peixe alcança a água." Refere-se a alguém que fica num				124
57	Dar graxa	花言巧语	花 significa "flor"; 言 siq	Significa literalmente "Discurso fluente, palavras insinceras" Refere-se a palavras que soa				134
58	De todas as maneiras	千方百计	千 significa "mil"; 方 de	Significa literalmente "Mil maneiras, cem planos." Refere-se ao ato de tentar algo através				110
59	Pôr alguém no seu lugar	对号入座	对 significa "correto"; 号	Significa literalmente "Escolher o assento de acordo com o número."				67
60	Ser metodoso	一丝不苟	一 significa "um"; 丝 siq	Significa literalmente "(Até) um fio é importante." Refere-se ao ato de prestar atenção ao r				112
61	Desistir a meio caminho	半途而废	半途 significa "a meio" (É usado para persuadir as pessoas a não desistirem a meio caminho.				66
62	Uma gota de água no oceano	九牛一毛	九 significa "nove"; 牛 ;	Significa literalmente "Nove vacas, um cabelo." É usado para indicar algo insignificante.				89
63	Há males que veem por bem	塞翁失马	塞 significa "fortaleza" Significa literalmente	"Quando o velho da fronteira perdeu o seu cavalo..." Refere-se a um				217
64	Não bater com a língua nos dentes	守口如瓶	守 significa "guardar al	Significa literalmente "Manter a boca fechada como uma garrafa."				64
65	Exagerar	画蛇添足	画 significa "desenhar" Significa literalmente	"Desenhar pés a uma cobra."				50
66	Gostar de algo e não ser capaz de deixá-lo ir	爱不释手	爱 significa "amar" ou "é	usado para indicar a ação de gostar demasiado de algo para se separar do mesmo.				81
67	Sem forças	有气无力	有 significa "ter"; 气 siq	Significa literalmente "Ter ar mas não ter forças" e é usado para descrever alguém que se				112
68	Negligente	粗心大意	粗 significa "negligente" É usado para descrever alguém que é	negligente e presta pouca atenção às coisas.				80
69	Deixar a natureza seguir o seu rumo	顺其自然	顺 significa "seguir"; 其	Significa literalmente "Seguir a sua natureza."				47
70	Chegar a conclusões erradas por causa de preconceitos	疑人偷斧	疑 significa "suspeitar" Significa literalmente	"Suspeitar alguém de roubar um machado".				64
71	Ambiente em que alguém cresce tem um efeito	孟母三迁	孟 de 孟子 refere-se a	Significa literalmente "A mãe de Mengzi mudou de casa três vezes." It shows the hardship				231
72	Ser bom a encontrar talentos	伯乐识马	伯乐 "Bole" é o nome (Este provérbio é usado para elogiar alguém que é bom a descobrir talentos.				74
73	A prática leva à perfeição	熟能生巧	熟 de 熟练 significa "h	O uso regular de uma habilidade ou atividade é a maneira de se tornar proficiente.				82
74	Mais vale tarde do que nunca	亡羊补牢	亡 de 逃亡 significa "fu	Significa literalmente "Reparar o aprisco depois de perder uma ovelha" e é usado para diz				140
75	Amar o próximo como a si mesmo	爱人如己	爱 significa "amar"; 人	Significa literalmente "Amar uma pessoa como se ama a si mesmo."				64
76	Sentir muitas saudades de alguém	一日三秋	一 significa "um"; 日 siq	Significa "Um dia, três outonos" Este provérbio é usado para descrever um sentimento de				174
77	Amar tudo em alguém	爱屋及乌	爱 significa "amar"; 屋	Significa literalmente "Se amas alguém debes também amar os corvos do seu telhado" e é				132
78	Os mais desajeitados precisam de começar mais cedo	笨鸟先飞	笨 significa "estúpido" Significa literalmente	"Pássaros desajeitados têm de começar a voar cedo" e é usado para				165
79	Não conseguir ver a floresta por trás das árvores	盲人摸象	盲人 significa "pessoa	Significa literalmente "Uma pessoa cega a tocar num elefante". A moral da história é que r				210
80								106

Figura 18 – Documento Excel no qual foi traduzido o curso *200 expressões idiomáticas em chinês*

A título de exemplo, oferece-se a expressão idiomática “Um dia, três outonos” ou “Um dia separado (de alguém), parece três anos”, em chinês 一日三秋 (*yī rì sān qiū*), a qual foi traduzida como “Sentir muitas saudades de alguém”.

O objetivo do curso *200 expressões idiomáticas em chinês* é a aprendizagem de expressões idiomáticas chinesas através do uso de *flashcards*. Numa primeira fase, optei por incluir apenas a expressão idiomática chinesa no *flashcard*, bem como um equivalente ou uma tradução em Português. No entanto, achei que, apesar de ser praticamente impossível perceber uma expressão idiomática chinesa através da tradução de cada carácter ou através do significado literal da expressão, iria, mesmo assim, facilitar o processo de memorização da mesma. Como tal, adicionei numa segunda fase, o significado de cada carácter, uma tradução literal da expressão idiomática, como também, em certos casos, uma breve explicação da história por trás do provérbio no *flashcard*. (cf. **Figura 19** e **Figura 20**)

Devido à complexidade desta língua ideográfica, tive dificuldades em entender certas expressões idiomáticas, o que levou a que passasse muito tempo a pesquisar a história por trás de cada uma delas, pois para oferecer uma tradução correta, é necessário ter algum conhecimento prévio sobre o tema. A este respeito, Dayan Liu (2012, p.2358) afirma que o biculturalismo é ainda mais importante do que bilinguismo pois expressões idiomáticas como “Tentar imitar alguém mas correr

mal”, em chinês “东施效颦” (*Dōng shī xiào pín*), literalmente “A Dongshi imita e franze o sobrolho”, não podem ser entendidas sem conhecer a história por trás. Xi Shi, conhecida pela sua beleza inigualável, sofria de um problema cardíaco, e franzia frequentemente o sobrolho com a dor. Para as pessoas da aldeia isto tornava-a ainda mais bonita e atraente. Na mesma aldeia vivia uma rapariga feia chamada Dong Shi. Fascinada pela beleza de Xi Shi, Dong Shi imitou a expressão de Xi Shi, na esperança de se tornar mais bonita. Infelizmente, não teve o mesmo efeito, pelo contrário, as pessoas começaram a evitar a Dong Shi e a fechar as portas das suas casas sempre que a viam. A moral da história é não imitar cegamente os outros, pois o que funciona para um, pode não funcionar para outro.



Figura 19 – Exemplo de uma expressão idiomática do curso *200 expressões idiomáticas em chinês* na aplicação da VocApp



Figura 20 – Exemplo de uma expressão idiomática do curso *200 expressões idiomáticas em chinês* na aplicação da VocApp

A tradução foi uma das tarefas principais desempenhadas durante este estágio. No entanto, a revisão não deixa de ser menos importante. Apesar dos textos traduzidos serem sempre revistos pelo tradutor, é indispensável solicitar uma revisão feita por outra pessoa, pois a mente vicia no texto trabalhado, de forma a não conseguir identificar alguns erros básicos.

A empresa deu inicialmente pouca importância a este processo de tradução. Numa fase inicial, o objetivo da VocApp era publicar conteúdo o mais rapidamente possível na aplicação e assim dar a conhecer a empresa e o seu trabalho. No entanto, sugerimos dedicar algum tempo à revisão dos cursos, pois achámos que continham demasiados erros, o que afetaria a credibilidade da empresa.

A revisão foi feita de duas formas. Em primeiro lugar era necessário corrigir os cursos já disponíveis na aplicação. Essa correção foi feita diretamente na página web da VocApp, pois como estagiária na empresa tinha acesso às funções de administradora que me permitiam aceder aos conteúdos e editá-los. (cf. **Figura 21** e **Figura 22**)

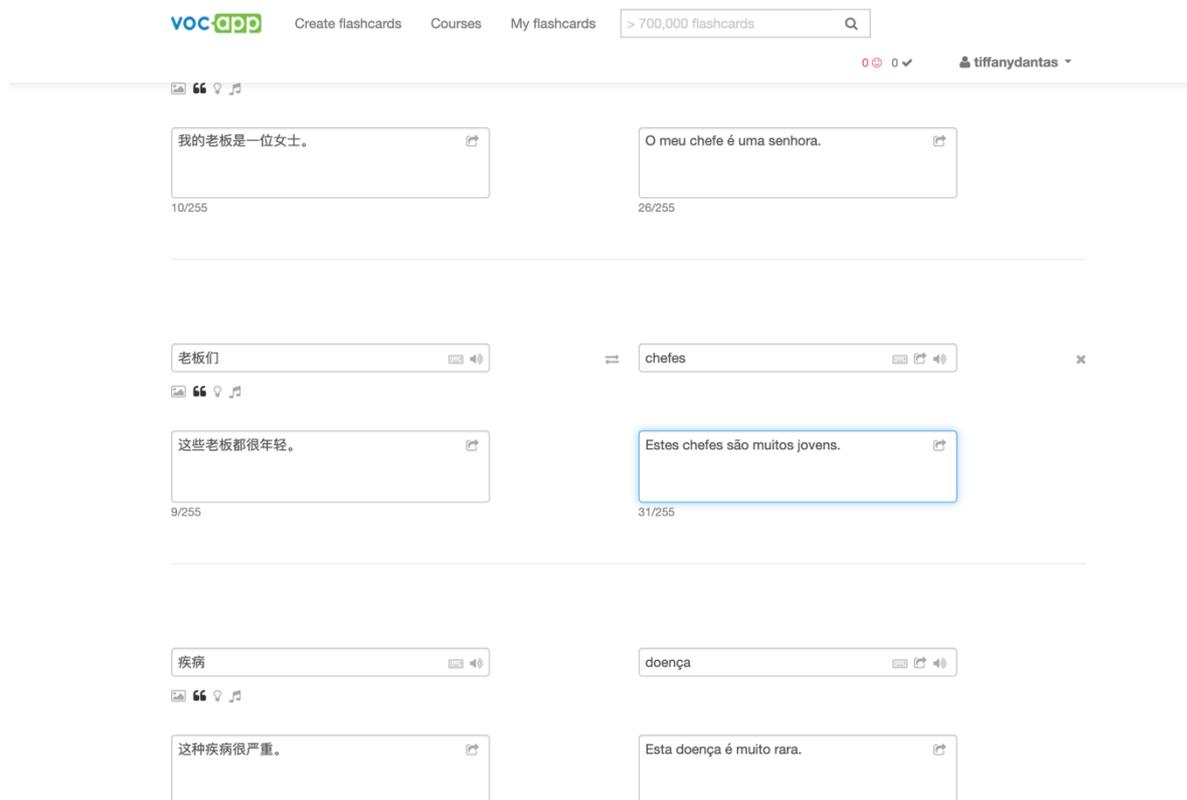


Figura 21 – Erros nos exemplos em português

O segundo exemplo que consta na **Figura 21**, 这些老板都很年轻 (*Zhèxiē lǎobǎn dōu hěn niánqīng*) foi traduzido como “Estes chefes são muitos jovens”. No entanto, o tradutor não traduziu o carácter 都 (*dōu* – todos) e existe, para além disso, um erro ortográfico na frase. Este exemplo foi então corrigido para “Estes chefes são todos muito jovens” (cf. **Figura 22**)

No terceiro exemplo que consta na **Figura 21**, 这种疾病很严重 (*Zhè zhǒng jíbìng hěn yánzhòng*), o tradutor traduziu de forma errada a palavra 严重 (*yánzhòng*), que significa “grave” ou “sério” e não “raro”. Desta forma, a frase “Esta doença é muito rara”, foi corrigida para “Esta doença é muito grave”. (cf. **Figura 22**)

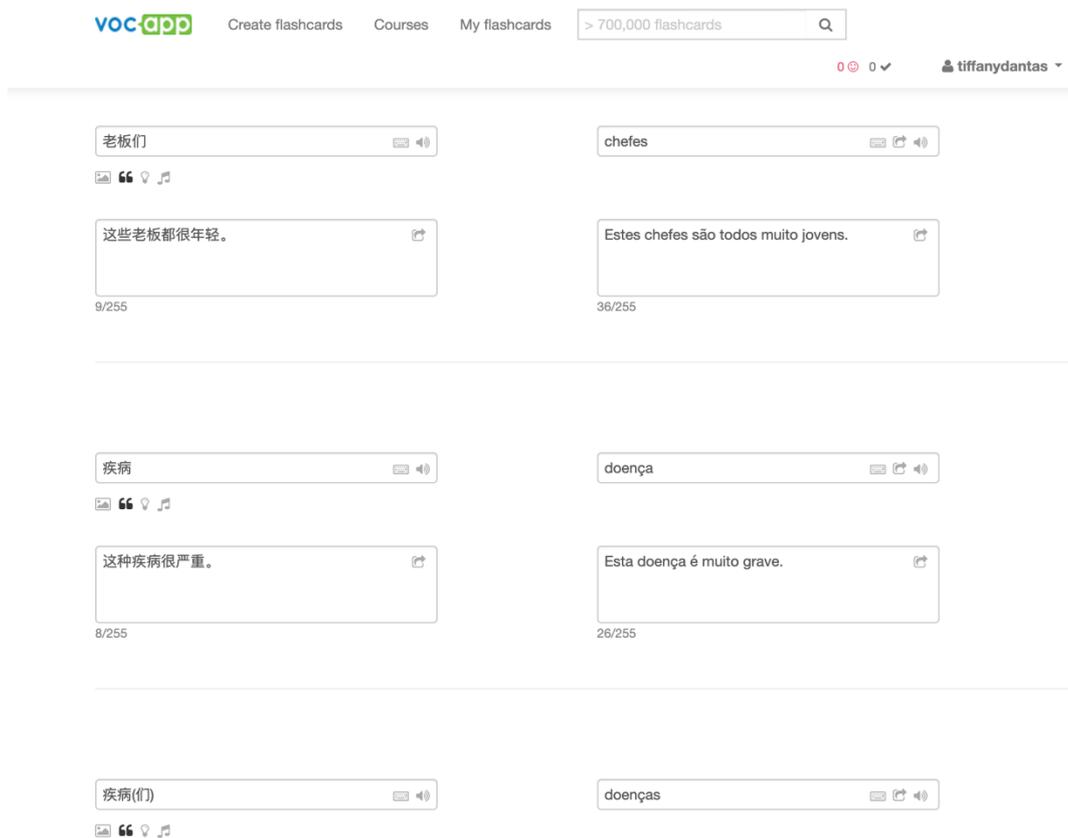


Figura 22 – Correções nos exemplos em português

Em segundo lugar, cada estagiário ficou encarregue de rever cursos nas línguas que dominam, desta forma foi-me atribuído o Alemão, o Português e o Chinês. A revisão desses cursos, tal como a tradução, era feita numa folha de cálculo do Google. Os cursos eram em média revistos duas vezes para garantir que não continham erros, pois por muito que um revisor esteja atento ao texto há sempre um erro que escapa.

No caso do curso Alemão-Francês *DELFB2*³⁹ por exemplo, fiquei encarregue de traduzir o conteúdo desse curso de francês para alemão. O curso foi depois corrigido por um revisor que dominava tanto a língua francesa como também o alemão e revisto uma segunda vez pelo autor do curso, neste caso, por mim.

Sendo que cada estagiário tinha acesso aos documentos onde os cursos eram traduzidos e revistos, tornava-se difícil encontrar as modificações que eram feitas no documento e por quem. Assim sendo, para facilitar a perceção e visualização das revisões que tinham sido feitas, eram usadas cores, o laranja na primeira fase de revisão, e o lilás na segunda fase. Cada revisor usava uma cor diferente.

³⁹ O DELF é um certificado de língua francesa para não nativos e é dividido em quatro níveis, a saber nível A1, A2, B1 e B2. <http://www.ciep.fr/en/delf-dalf>

Desta forma, no caso de haver algum problema ou dúvida com a revisão feita, era mais fácil identificar o revisor. (cf. **Figura 23** e **Figura 24**)

	A	B	C	D	E	F	G
1	DE	FR	Example DE	Example FR	Hint DE	Hint FR	human accepted (use ; to add rules)
3	Die Charaktereigenschaften	Les traits de caractère	de	fr		vocapp	
32	hochnäsiger	présomptueux	Er ist so hochnäsiger! Er stellt sich als der bestmögliche Kandidat für diese Stelle vor.	Il est si présomptueux ! Il se présente comme le meilleur candidat possible pour		aussi : snob	
33	clever	malin, maligne					
34	schlau	rusé	So schlau sie auch ist, dieses Mädchen ist bereit alles zu tun, um ihr Ziel zu	Aussi rusée qu'elle est, cette fille est prête à tout pour atteindre son but.			
35	rege	vif	Julia ist mit einem regen Verstand ausgestattet.	Julia a l'esprit très vif.			
36	schüchtern	timide					
37	gutartig	doux, douce					
38	verschwendisch	gaspilleur	Sei nicht verschwendisch und denke ein bisschen nach, bevor du etwas kaufst.	Ne sois pas gaspilleur et réfléchis un peu avant d'acheter n'importe quoi !			
39	geizig	radin	Er hasst es, Geld auszugeben, ich finde ihn sehr geizig.	Il a horreur de dépenser de l'argent, je le trouve très radin.			
40	rachsüchtig	rancunier, rancunière	Achten Sie auf seine Frau, sie ist sehr rachsüchtig!	Faites attention à sa femme, elle est très rancunière !		aussi : vindicatif,	
41	charismatisch	charismatique	Wir brauchen einen charismatischen Führer, der uns zum Sieg führen würde.	On a besoin d'un leader charismatique qui nous amènerait à la victoire.			
42	treuherzig	ingénu				aussi : candide	
43	erfindersch	ingénieux	Ich finde Roman super erfindersch, er hat immer so viele kreative Ideen!	Je trouve Roman super ingénieux, il a toujours tellement d'idées créatives !			

Figura 23 – Exemplo de uma revisão

Na **Figura 23** foi usado o laranja pelo revisor para sinalar que algo foi corrigido na parte francesa, o que facilita o trabalho de quem for rever a parte alemã, pois sabe que o mais provável é ter de modificar algo nas linhas marcadas a cor.

	A	B	C	D	E	F	G
1	DE	FR	Example DE	Example FR	Hint DE	Hint FR	human accepted (use ; to add rules)
3	Die Charaktereigenschaften	Les traits de caractère	de	fr		vocapp	
1408	eine Klage gewinnen	gagner un procès					
1409	der Verurteilte	le condamné	Der Verurteilte wartet auf seine Hinrichtung im Gefängnis.	Le condamné attend son exécution en prison.		féminin : la condamnée	
1410	jemanden zu etwas verurteilen	condamner quelqu'un à quelque chose	Das Gericht verurteilte ihn zu 20 Jahren Gefängnis ohne die Möglichkeit auf	Le tribunal l'a condamné à vingt ans de prison sans possibilité de libération			
1411	jemanden freisprechen	innocenter	Tom wurde freigesprochen, nachdem einer der Zeugen die Lüge gestanden	Tom a été innocenté après qu'un des témoins ait avoué un mensonge.		aussi : acquitter	
1412	die lebenslange Freiheitsstrafe	la prison à perpétuité					
1413	zur lebenslangen Freiheitsstrafe verurteilt werden	condamner à perpétuité	Laura wurde zur lebenslangen Freiheitsstrafe verurteilt, weil sie ihren	Laura a été condamnée à perpétuité pour avoir tué son amant.			
1414	die Geldstrafe	l'amende	Diese Straftat wird mit einer Geldstrafe geahndet.	Ce délit est punissable d'une amende.		féminin	
1415	der Notar	le notaire					
1416	das Zeugnis	le témoignage					
1417	aussagen	témoigner	Sie erhielt einen Brief, in dem sie aufgerufen wurde, vor Gericht	Elle a reçu une lettre l'appelant à témoigner en justice.		aussi : porter un témoignage	
1418	Augenzeuge von etwas sein	être témoin de quelque chose	Wir waren alle Augenzeuge eines gewaltsamen Unfalls.	On a été tous témoins d'un accident violent.			
1419	der Eid	le serment					

Figura 24 – Revisão e correção do alemão de acordo com as mudanças feitas na parte francesa

Por vezes eram adicionados comentários para ajudar o segundo revisor a perceber o porquê de se ter mudado algo, pois apesar de uma tradução poder estar correta, o revisor pode achar que uma expressão diferente seja mais adequada ou usada mais frequentemente na língua de chegada.

	A	B	C	D	E	F	
1	EN	DE	Zdanie EN	Zdanie DE	Hint EN-DE (EN)	Hint EN-DE (DE)	human (use ; t other n
2							
3	Basic terms	Grundbegriffe	en	de	endecustserv	vocapp	
4	customer service	der Kundendienst	If you have any questions, please contact our customer service.	Bei Fragen wenden Sie sich bitte an unseren Kundendienst an.		ohne Plural; auch: die Kundenbetreuung	
5	customer advisor	der Kundenberater	The customer advisor offered me a new subscription.	Der Kundenberater hat mir ein neues Abo angeboten.			
6	customer service representative	der Kundenbetreuer		Der Kundendienstmitarbeiter hat mich bei der Ausfüllung vom Online-Formular unterstützt.			
7	customer service manager	der Kundenserviceleiter		Alle Reklamationen werden von unserem Kundenserviceleiter überprüft.			
8	contact person	der Ansprechpartner		Ich bin als Ansprechpartner für Reklamationen zuständig.			
9	customer request	die Kundenanfrage		Wir haben heute viele Kundenanfragen erhalten.			
10	to handle customer requests	Kundenanfragen bearbeiten		Wir bearbeiten Kundenanfragen, die sich auf die Gerätewartung beziehen.			
11	request volume	das Volumen der Anfragen		Das Volumen der Anfragen von Kunden ist im Vergleich zum letzten Jahr um circa 10%...			
12	backlog	der Rückstand	over the weekend, we need to clear this	Wir haben über das Wochenende viele neuen Kundenanfragen erhalten, wir müssen diesen		i.e. a backlog of work	
13	to serve customers	Kunden bedienen	We serve up to 100 customers daily.	Wir bedienen jeden Tag bis zum 100 Kunden.			
14	to inform	Auskunft geben	I informed the customer about his shipment status.	Ich habe dem Kunden Auskunft über seinen Sendungsstatus gegeben.			
15	to enter orders	Aufträge erfassen				i.e. into ERP systems	
			The delivery of products is scheduled for	Die Lieferung der Produkte ist für morgen			

Figura 25 – Revisão e correção do curso *Business German – Customer Service*

3.3 Recursos e ferramentas utilizados

Como referido anteriormente, a principal tarefa desempenhada ao longo deste estágio foi a tradução. Como tal, foram sobretudo usados dicionários *online*, como o dicionário Chinês *MDBG*⁴⁰, *NCIKU*⁴¹, *Cambridge Dictionary*⁴² e a aplicação *Pleco*.

No que diz respeito ao curso *200 expressões idiomáticas em chinês*, foi usado o motor de pesquisa *Baidu* para analisar a história por trás de cada provérbio e expressão idiomática e assim facilitar a compreensão e tradução dos mesmos. Recorri também a documentos disponibilizados no âmbito da unidade curricular *Técnica e Prática da Tradução do Chinês* no 3º ano da Licenciatura em Línguas e Culturas Orientais. Essa unidade curricular tinha como objetivo introduzir o aluno ao Chinês

⁴⁰ <https://www.mdbg.net/chinese/dictionary>

⁴¹ <https://dict.naver.com/linedict/zhdict/#/cnen/home>

⁴² <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-chinese-simplified/>

clássico e como tal foram várias as histórias relacionadas com expressões idiomáticas analisadas nessas aulas.

Como referido acima, o método principal de tradução usado foi a equivalência. Durante a criação do curso *200 expressões idiomáticas em chinês*, recorri frequentemente ao *Dicionário aberto de calão e expressões idiomáticas*⁴³ que, apesar de ser considerado uma coleção amadora, já conta com cerca de 4000 entradas e foi uma grande ajuda neste processo de tradução.

Foram também usados dicionários portugueses online como o *Infopédia*⁴⁴ ou o *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*⁴⁵, os quais também contêm um grande número de provérbios e expressões idiomáticas.

Por fim, recorri também ao conhecimento de colegas chineses e portugueses, que tentaram ajudar-me o melhor possível, sempre que surgisse uma dúvida.

⁴³ <https://natura.di.uminho.pt/~ij/pln/calao/dicionario.pdf>

⁴⁴ <https://www.infopedia.pt/>

⁴⁵ <https://dicionario.priberam.org/>

Conclusão

Este estágio e trabalho permitiram-me concluir que, apesar da maioria das expressões idiomáticas portuguesas e dos provérbios chineses serem literalmente milenares, fazem parte da essência da comunicação verbal, pois transmitem os conhecimentos adquiridos e experiências vivenciadas pelo povo de um país e permite ao falante expressar em poucas palavras as suas emoções. A linguagem é influenciada por elementos culturais como a religião, convenções sociais e pelo contexto histórico e geográfico de um país e permite assim o desenvolvimento de novas expressões idiomáticas.

Para além disso, este estágio permitiu-me desafiar diariamente, pois foram-me confiadas tarefas sobre as quais não possuía qualquer conhecimento e tive assim a oportunidade de aprender novas técnicas e adquirir novos conhecimentos, sobretudo na área de marketing e informática.

Confesso que me candidatei a este estágio sem grandes expectativas, pois era num país que não me cativava, pelo qual não tinha grande interesse e que tinha lugar numa *start-up*, ou seja, uma empresa que ainda estava no seu estágio inicial, o que na minha opinião era sinónimo de “grandes incertezas”. No entanto, foi uma experiência que me enriqueceu, pois, para além de me permitir pôr em prática conhecimentos adquiridos ao longo da minha vida académica, também me permitiu melhorar as minhas capacidades de tradução e ultrapassar os meus limites e assim evoluir a nível pessoal.

A empresa gostou do trabalho que desenvolvi durante os cinco meses de estágio e acabou por contratar-me, sendo que continuo a fazer traduções para a mesma desde setembro 2019.

Esta experiência é sem dúvida uma mais-valia para o meu futuro profissional!

Bibliografia

- Abi-Sâmara, R. (2012). *Antoine Berman na China: a tradução e o ideograma ou o albergue das letras longínquas*. Disponível em https://digitalis.uc.pt/es/artigo/antoine_berman_na_china_tradu%C3%A7%C3%A3o_e_o_ideograma_ou_o_albergue_das_letras_long%C3%ADnquas
- Almeida, J. (2019). *Dicionário aberto de calão e expressões idiomáticas*. Disponível em <https://natura.di.uminho.pt/~jj/pln/calao/dicionario.pdf> [Acedido a 1 de outubro de 2019].
- Alvarez, M. (2017). *A valorização do contexto e do pragmatismo das expressões idiomáticas nos dicionários monolíngues e bilingues*. Disponível em <http://sibaese.unisalento.it/index.php/dvaf/article/view/18113/15454> [Acedido a 24 de setembro de 2019]
- Cheng, Z. 成昭伟 (2007). *A Concise Coursebook on Translation (English Edition) 简明翻译教程 (英文版)*, Beijing 北京: National Defense Industry Press 国防工业出版社.
- Feng, Q. 冯庆华 (2008). *A Practical Coursebook on Translation 使用翻译教程*, Shanghai 上海: Shanghai Foreign Language Education Press 上海外语教育出版社.
- Frio, F. (2013). *As fronteiras entre tradução e adaptação: da equivalência dinâmica de Nida à adaptação de Garneau*. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/69115> [Acedido a 16 de setembro de 2019].
- Funk, G. (2011). *O provérbio: um género marginal(izado)?!*. Disponível em <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/12521.pdf> [Acedido a 14 de março de 2020].
- Herzberg, L., & Herzberg, Q.X. (2012). *Chinese Proverbs and Popular Sayings: With Observations on Culture and Language*. Berkeley: Stone Bridge Press.
- Hrisztalina, H.G., & Varga, M.A. (2015). *Introduction to Paremiology: A Comprehensive Guide to Proverb Studies*. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/327720775_Introduction_to_Paremiology_A_Comprehensive_Guide_to_Proverb_Studies [Acedido a 2 de junho de 2020].
- lasbeck, L.C., (2002). *A arte dos slogans: as técnicas de construção das frases de efeito do texto publicitário*. Disponível em https://books.google.lu/books?id=zfo9t2TJwoYC&pg=PA63&lpg=PA63&dq=semelhan%C3%A7as+entre+prov%C3%A9rbios+e+slogans+publicit%C3%A1rios&source=bl&ots=01eDR3QYck&sig=ACfU3U09laUx3Y5ca8_fZdUVGqbBqSaw6Q&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjO3eafgePpAhWSxoUKHbu8CxAQ6AEwCnoECAoQAQ#v=onepage&q=semelhan%C3%A7as%20entre%20prov%C3%A9rbios%20e%20slogans%20publicit%C3%A1rios&f=false [Acedido a 1 de junho de 2020].
- Lin, Y. (2019). *Para a Construção de Um Dicionário Explicativo dos Provérbios Português-Chinês (DEP-PC): Reflexões e Primeiros Passos*. (Dissertação de mestrado, Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa). Disponível em <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/38005>

Liu, D. (2012). *Translation and Culture: Translating Idioms between English and Chinese from a Cultural Perspective*. *Theory and Practice in Language Studies*, 12 (11), p. 2357–2362. Disponível em <http://www.academypublication.com/issues/past/tpls/vol02/11/18.pdf> [Acedido a 1 de junho de 2020].

Liu, M. (2012). *Provérbios e Expressões Idiomáticas em Português e Chinês*. (Dissertação de mestrado, Instituto de Letras e Ciências Humanas, Universidade do Minho). Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/24055>

Macedo de Oliveira, B. (2008). *Teste das modalidades de tradução literal e decalque como indicadores de desenvolvimento da competência tradutória em análise de corpus*. (Trabalho de Graduação Individual, Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo). Disponível em http://dmlm.fflch.usp.br/sites/dmlm.fflch.usp.br/files/TGIBrunacompleto_final.pdf

Mackintosh, R.J. (1836). Chapter V. *Memoirs of the Life of the Right Honourable Sir James Mackintosh*. Vol.2, p. 473. Disponível em https://play.google.com/books/reader?id=7XYNAAAAIAAJ&hl=en_GB&pg=GBS.PA473

Mao, Y. (2018). *Contributos para o estudo contrastivo de provérbios e idiomatismos em português e chinês: as obras metalinguísticas de Joaquim Afonso Gonçalves*. (Dissertação de mestrado, Instituto de Letras e Ciências Humanas, Universidade do Minho). Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/56193>

Mieder, W. (2015). 2 Origin of Proverbs (p.28 – 48). In M. A. Varga (Ed.), *Introduction to Paremiology* (p.28-48). Disponível em <https://www.degruyter.com/view/book/9783110410167/10.2478/9783110410167.2.xml>

Scarborough, W. (1875). *A Collection of Chinese Proverbs*. Disponível em <https://archive.org/details/collectionofchin00scar/page/n23> [Acedido a 1 de outubro de 2019].

Smith, A.H. (1902). *Proverbs and common sayings from the Chinese, together with much related and unrelated matter, interspersed with observations on Chinese things-in-general*. Disponível em <https://archive.org/details/cu31924023980836/page/n5> [Acedido a 1 de junho de 2019].

Unzer, E. (2019). *História da Ásia*. Disponível em https://books.google.lu/books?id=QZGWDwAAQBAJ&pg=PA176&lpg=PA176&dq=o+que+%C3%A9+o+%E5%8F%B2%E8%AE%B0&source=bl&ots=OfumSuuXgO&sig=ACfU3U0JukUi9cXX0owWpLQWPFlx5wZX-Q&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjXr5_SvPHpAhWRzKQKHRYADBEQ6AEwBHoECAgQAQ#v=onepage&q&f=false

Vilela, M. (2002). *As expressões idiomáticas na língua e no discurso*. Porto: Universidade do Porto.

Vinay, J.P, & Darbelnet, J. (1995). Chapter 3: Structures. *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation* (p.129 – 137). Disponível em https://books.google.lu/books?id=I06D-6gU45sC&pg=PA92&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

Xin Zhang, B.A. (2012). *Chengyu as cultural performances: insights into designing pedagogical materials for four-character Chinese idioms*. (Dissertação de mestrado, Ohio State University). Disponível em https://etd.ohiolink.edu/pg_10?::NO:10:P10_ETD_SUBID:76480

Sitografia geral

Ahrefs, (2020). Tools to grow your search traffic, research your competitors and monitor your niche. Disponível em <https://ahrefs.com/> [Acedido a 2 de setembro de 2019]

Centro de Tradução dos Organismos da EU, (2019). *Revisão de traduções*. Disponível em <http://cdt.europa.eu/pt/content/revisao-de-traducoes> [Acedido a 18 de maio de 2019]

Epoch Times, (2015). *Expressão idiomática*. Disponível em <https://www.epochtimes.com.br/tag/expressao-idiomatica/> [Acedido a 3 de outubro de 2019]

European Commission, (2019). *OP Smart Growth*. Disponível em https://ec.europa.eu/regional_policy/en/atlas/programmes/2014-2020/poland/2014pl16fop001 [Acedido a 13 de maio de 2019]

Google for Startups, (2019). *Our Resident Startups*. Disponível em <https://www.campus.co/google-for-startups-residency/> [Acedido a 13 de maio de 2019]

Expressão, (2020a). Dicionário infopédia da língua portuguesa. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/express%C3%A3o#express%C3%A3o%20idiom%C3%A1tica> [Acedido a 01 de junho de 2020]

Expressão, (2020a). Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em <https://dicionario.priberam.org/express%C3%A3o%20idiom%C3%A1tica> [Acedido a 01 de junho de 2020]

Feng Shui, (2020b). Dicionário infopédia da língua portuguesa. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/feng%20shui> [Acedido a 04 de junho de 2020]

HTML. Dicionário infopédia de Siglas e Abreviaturas. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/siglas-abreviaturas/HTML?express=html> [Acedido a 01 de junho de 2020]

Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse, (2019). *DELFL – DALF*. Disponível em <http://www.ciep.fr/en/delf-dalf> [Acedido a 3 de junho de 2019]

Provérbio, (2020b). Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em <https://dicionario.priberam.org/prov%C3%A9rbio> [Acedido a 01 de junho de 2020]

- SEO Descriptions. *英语词汇: A1 等级*. Disponível em https://docs.google.com/spreadsheets/d/1N5ytS5UyFHrwU1drd-NY3LcW4w5hao-iX_hp-dtVqqY/edit#gid=1540530609 [Acedido a 01 de junho de 2020]
- Slack, (2019). *Why Slack?* Disponível em <https://slack.com/intl/en-pl/> [Acedido a 18 de maio de 2019]
- Visual Studio Code, (2020). *Code editing. Redefined.* Disponível em <https://code.visualstudio.com/> [Acedido a 15 de setembro de 2019]
- VocApp, (2019). *Conversational Chinese*. Disponível em <https://vocapp.com/course/546-conversational-chinese> [Acedido a 02 de junho de 2020]
- VocApp, (2019). *Internship*. Disponível em <https://erasmusintern.org/traineeship/linguist-6> [Acedido a 10 de janeiro de 2019]
- VocApp, (2020). *Examens HSK1 et HSK2*. Disponível em <https://vocapp.com/course/600-examens-hsk-1-et-hsk-2> [Acedido a 18 de maio de 2019]
- VocApp, (2020). *Learn Fast & Remember Forever*. Disponível em <https://vocapp.com/> [Acedido a 6 de janeiro de 2020]
- VocApp, (2020). *200 expressões idiomáticas em chinês*. Disponível em <https://vocapp.com/course/729-200-proverbios-chineses> [Acedido a 6 de janeiro de 2020]
- Yiva, (2020). *Dream big in China*. Disponível em <https://www.yivadigital.com/> [Acedido a 14 de maio de 2019]
- Yiva, (2020). *如何学习英语*. Disponível em <https://www.yivadigital.com/tool/baidu-keyword-planner?key=%E5%A6%82%E4%BD%95%E5%AD%A6%E4%B9%A0%E8%8B%B1%E8%AF%AD> [Acedido a 14 de maio de 2019]

Sitografia de artigos

- Belo, P. (2009). *Técnicas de Tradução*. Disponível em <http://br-patriciabelo.blogspot.com/p/tecnicas-e-tipos.html> [Acedido a 2 de setembro de 2019]
- Destak (2011). *1º anúncio da Coca-Cola em Portugal foi criado por Fernando Pessoa*. Disponível em <http://www.destak.pt/artigo/94636> [Acedido a 16 de maio de 2020]
- Equipe Money Radar (2019). *Marketing: O que é, Conceitos, Como Fazer e Muito Mais*. Disponível em <https://moneyradar.com.br/blog/marketing-tudo-o-que-voce-precisa-saber> [Acedido a 19 de maio de 2019]

- Ferreira, M. & Cappelletti, M. (2015). *Expressões há muitas. Este livro reuniu-as e explicou-as*. Disponível em <https://observador.pt/2015/07/01/8-expressoes-portuguesas-conhecidas-ginjeira/> [Acedido a 16 de maio de 2020]
- Fonseca, J. (2013). *O que é SEO?* Disponível em <https://www.seomaster.com.br/blog/o-que-e-seo> [Acedido a 14 de maio de 2019]
- Lee, T. (2008). *Princípios da Sintaxe do Chinês clássico e os Provérbios*. Disponível em <http://www.hottopos.com/mirand19/lee.pdf> [Acedido a 26 de setembro de 2019].
- Magalhães, R. (2019). *Why translating idioms is hard*. Disponível em https://unbabel.com/blog/idioms-translation/?fbclid=IwAR26jS-VS9br2GGnHHnElaRep1qysZaCT89ZHgLCUUiTi6-Cg_XW0vb04A [Acedido a 26 de setembro de 2019]
- Molina, L. (2002). *Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach*. Disponível em https://www.researchgate.net/figure/nay-and-Darbelnets-translation-procedures_tbl1_272899204 [Acedido a 5 de junho de 2019]
- Peters, M. (2016). *We need proverbs because they reflect who we are*. Disponível em <https://www.bbc.com/worklife/article/20161117-we-need-proverbs-because-they-reflect-who-we-are> [Acedido a 13 de junho de 2019]
- Fernando Pessoa e a Coca-Cola: a história de um slogan icónico (2019). Nada será como Dante. Disponível em <https://ensina.rtp.pt/artigo/fernando-pessoa-e-a-coca-cola-a-historia-de-um-slogan-icnico/> [Acedido a 15 de maio de 2020]
- Siqueira, A. (2019). *Pesquisa de palavras-chave e SEO: como escolher as melhores keywords para brigar pelos resultados no Google*. Disponível em <https://resultadosdigitais.com.br/blog/pesquisa-de-palavras-chave/> [Acedido a 15 de setembro de 2019]
- Swanson, A., & Bradsher Keith (2019). *Trade Dispute Between U.S and China Deepens As Beijing Retaliates*. Disponível em <https://www.nytimes.com/2019/05/13/us/politics/us-china-trade-tariffs.html> [Acedido a 14 de março de 2020]
- Vila Nova, (2019). *‘Há mar e mar e mar, há ir e voltar’ com a Colónia Balnear da Trofa*. Disponível em <https://vilanovaonline.pt/2019/03/24/seniores-ha-mar-e-mar-e-mar-ha-ir-e-voltar-com-a-colonia-balnear-da-trofa/> [Acedido a 14 de maio de 2019]
- Voxy (2011). *Are Flashcards an Effective Learning Tool?* Disponível em <https://voxy.com/blog/2011/05/are-flashcards-an-effective-learning-tool-infographic> [Acedido a 14 de maio de 2019]
- Xatara, C. M. & Succi, T. M. (2008). *Revisitando o conceito de provérbio*. Disponível em <http://www.ufjf.br/revistaveredas/files/2009/12/artigo31.pdf>
- Xinhuanet, 新华网 (2019a). “请美方学成语”系列 | 成语告诉你“刚愎自用”要不得 (“*qǐng měifāng xué chéngyǔ*” xiliè | *chéngyǔ* gàosù nǐ “*gāngbìzìyòng*” yàobùdé).“ [Por favor aprendem alguns provérbios, Americanos” O provérbio ensinara-vos que “teimoso” não é bom]. Disponível em http://www.xinhuanet.com/comments/2019-05/16/c_1124498650.htm

Xinhuanet, 新华网 (2019b). “请美方学成语”系列 | 成语告诉你“出尔反尔”不可取 (*“qǐng měifāng xué chéngyǔ” xiliè | chéngyǔ gàosù nǐ “chū’ěr fǎn’ěr” bùkěqǔ*) [Por favor aprendem alguns provérbios, Americanos” O provérbio ensinara-vos que não vale a pena “contradizer-se”]. Disponível em http://www.xinhuanet.com/comments/2019-05/17/c_1124509545.htm

Anexos



Universidade do Minho
Instituto de Letras e Ciências Humanas
Departamento de Estudos Asiáticos

STUDENT INTERNSHIP EVALUATION FORM

MASTER DEGREE COURSE IN PORTUGUESE/CHINESE INTERCULTURAL STUDIES: TRANSLATION, TEACHERS TRAINING AND BUSINESS COMMUNICATION

(To be filled by the Internship Supervisor)

Student name: Tiffany Dentas Fernandes
 Organization name: Voi App
 Supervisor name: Mariej Kubicki
 Supervisor E-mail: mariej.kubicki@voicapp.com Phone number: 498 692256715

Using the provided scale, please classify the intern's performance on each of the factors listed.

1 – Bad; 2 – Not satisfactory; 3 – Satisfactory; 4 – Good; 5 – Very Good; 6 – Excellent;

N.a. – Not applicable

Factor	Performance						
	1	2	3	4	5	6	N.a.
Performance of tasks						X	
Proven knowledge (use of academic training)						X	
Initiative						X	
Attitude when facing difficulties						X	
Ability to learn						X	
Performance growth						X	
Interpersonal Relation with supervisors						X	
Interpersonal Relations with peers						X	

Mariej Kubicki

Comments on the intern's performance, weaknesses and strengths:

During the internship, Tiffany Dantas Fernandes evinced a great deal of creativity and thoroughness. Each of the commissioned tasks was completed within the scheduled time and with high professional standards. As for her strengths, not only does she speak various languages, but also is a fast learner (especially in the area of IT). In my opinion, Tiffany Dantas Fernandes is capable of meeting the expectations of even the most demanding employers.

Date: 12.04.2018

Signature: M. Kubiś

VocApp Sp. z o.o.

Ul. Mielczarskiego 8/58 02-798 Warszawa
NIP: 951 245 79 19
REGON 36972769600000