

Tradução e mercado: uma análise discursiva

Translation and market: a discursive analysis

Giovana Cordeiro Campos de Mello*

RESUMO: Este trabalho investiga parte da relação entre tradução e mercado de trabalho a partir da análise de quais efeitos de sentidos são postos em circulação quando a tradução é tomada como mercadoria e ocupação profissional no espaço dos sites de empresas de tradução. Com base na Análise do Discurso francesa de Michel Pêcheux, esta pesquisa tenta compreender as políticas das empresas de tradução, particularmente como tais empresas entendem e apresentam a tradução enquanto prática e produto em seus *websites*. Dado o desenvolvimento do campo dos Estudos de Tradução e o crescente interesse de alunos de graduação e de cursos livres em se tornarem tradutores, são relevantes estudos sobre a tradução percebida como trabalho e as possíveis mudanças no modo como a tradução é falada, entendida e realizada no espaço mercadológico.

PALAVRAS-CHAVE: Tradução. Discurso. Mercado.

ABSTRACT: This paper aims to investigate part of the relationship between translation and the labor market by examining what meaning effects are put into circulation when translation is taken both as a professional occupation and as a commodity on translation companies' websites. Based on Michel Pêcheux's French Discourse Analysis, this research tries to comprehend translation companies' policies, especially how such companies understand and present translation both as practice and product in their websites. Given the development in the field of Translation Studies and the rising interest on the part of undergraduate and training courses students in becoming translators, it is relevant to study translation perceived as labor and the possible changes in the way translation is spoken, understood and carried out in the marketplace.

KEYWORDS: Translation. Discourse. Market.

A automação de algumas tarefas não significa que a tradução se torne menos complicada como fenômeno.

(Michael Cronin)

1. Trabalho e tradução

Os Estudos da Tradução têm se diversificado cada vez mais, com o desenvolvimento de pesquisas que não apenas partem de campos de saber variados, mas que também abrangem as várias modalidades de tradução, tais como a audiodescrição, a legendagem, a localização de softwares e a interpretação, para citar algumas. No entanto, um tema que ainda merece ser mais explorado é o da relação entre a tradução e o mercado de trabalho, principalmente no que se

* Doutora, Instituto de Letras – Departamento de Letras Estrangeiras Modernas (GLE) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Contato: giovanacordeirocampos@gmail.com

refere às profundas transformações em curso, impulsionadas pelo uso da tradução assistida por computador e pela flagrante relevância da rede eletrônica como meio de oferta e busca de serviços de tradução, bem como de disseminação de discursos da/sobre a tradução. Pouco se escreve até o momento sobre a pulverização¹ da ocupação de “tradutor” no Brasil, por exemplo. Referimo-nos não apenas à divisão do trabalho de tradução entre vários tradutores distintos, trabalhando em diferentes espaços físicos e compartilhando memórias de tradução, mas aos diversos cargos e funções² criados dentro de uma mesma empresa e entre empresas diferentes e que têm substituído o termo “tradutor”. Tais cargos não são ocupações no sentido estrito, mas são tratados como tais na prática, sendo os valores pagos distribuídos por função.

São várias as contingências a que está exposto o tradutor sempre que o produto de seu trabalho é compreendido como mercadoria a ser “vendida”, ou seja, como um item de mercado. Entram em jogo a produtividade, os prazos, os trabalhos feitos sob encomenda, o respeito (ou não) a convenções preestabelecidas, as formas de entrada e permanência no mercado etc. São questões de tradução indissociáveis de questões de mercado, pelo menos em contextos capitalistas (como o brasileiro).

A relação entre a tradução e o mercado de trabalho tem sido nosso objeto de reflexão desde 2010, sempre a partir de uma perspectiva discursiva. Em trabalhos anteriores (CALDAS; MELLO, 2012; CALDAS; MELLO, 2014), por exemplo, o *corpus* para análise foi formado por editais públicos de concursos para os cargos de tradutor e intérprete, em especial os de universidades públicas brasileiras. Naquele momento, buscávamos compreender como a atividade tradutória era discursivizada nos editais recolhidos a partir de uma reflexão sobre a circulação dos sentidos para “tradução”, “interpretação”, “tradutor”, “intérprete” etc. nesses textos, que transitam no mercado de trabalho. A pesquisa que ora apresentamos também envolve o mercado de trabalho da tradução, porém, tem como foco uma investigação a respeito dos sentidos sobre/da tradução como mercadoria de troca mercadológica no espaço da rede eletrônica.

¹ Segundo a Profa. Maria Paula Frota, o mercado da tradução atual tem ficado cada vez mais complexo, incluindo a distribuição de tarefas. Segundo nossa proposta, essa imposição do mercado gera não apenas uma grande fragmentação do texto traduzido, mas da própria ocupação de tradutor, diluindo-a, daí propormos o termo “pulverização” para nos referirmos a esse fenômeno.

² Ainda estamos desenvolvendo esse tópico, sendo necessária a análise de maior dispersão de *corpora*, mas podemos citar como funções referentes à prática da tradução até agora: *lead linguist*, *linguist*, *lead reviewer*, *reviewer*, *language manager* (todas usadas em inglês), gestor terminológico, gestor de tradução e gerente de projeto dedicado.

Um ponto a ser abordado é o enunciado “mercado de trabalho”, o qual materializa o funcionamento de um sistema político-ideológico de base capitalista. Nesta pesquisa, a noção de “trabalho” tem relação direta com as trocas mercadológicas e, dessa forma, com o trabalho assalariado. Interessa-nos, portanto, a discursividade produzida no âmbito das especificidades de uma sociedade capitalista, cujo funcionamento se baseia na compra e venda de mercadorias.

Resumidamente, com base em Marx (1996), entendemos que há duas formas de trabalho: o trabalho concreto e o trabalho abstrato. O primeiro – o trabalho concreto – tem como fim a produção de valor de uso, ou seja, refere-se a produtos que não têm como fim o mercado³. Já o segundo – o trabalho abstrato – refere-se a uma ação humana geradora de um produto, o qual receberá um determinado valor de troca no mercado, ou seja, é o trabalho visto como produtor de valor⁴. Segundo Marx (1996, p. 171), há uma dupla determinação do trabalho:

A mercadoria apareceu-nos, inicialmente, como algo dúplice, valor de uso e valor de troca. Depois mostrou-se que também o trabalho, à medida que é expresso no valor, já não possui as mesmas características que lhe advêm como produtor de valores de uso.

O resultado do trabalho abstrato é uma *mercadoria*, a qual recebe um valor, determinado pelas relações de mercado (aqui entendido como local de troca). O interessante é que essas ditas mercadorias recebem um valor que não é fixo; o valor depende das leis de funcionamento do mercado, que são voláteis e determinadas por quem financia as trocas, ou seja, por quem detém o capital: o patrão. A forma de trabalho em sua condição singular de produtor de valor gera tanto a subordinação do trabalho (do trabalhador) ao capital quanto engendra o não reconhecimento pelo trabalhador de sua condição como produtor dessas mercadorias, tomadas por ele como pertencentes a outrem. O próprio processo de trabalho, também transformado em

³ Segundo Marx, “processo de trabalho, como o apresentamos em seus elementos simples e abstratos, é atividade orientada a um fim para produzir valores de uso, apropriação do natural para satisfazer as necessidades humanas, condição universal do metabolismo entre o homem e a Natureza, condição natural eterna da vida humana e, portanto, independente de qualquer forma dessa vida, sendo antes igualmente comum a todas as suas formas sociais [...] O homem e seu trabalho, de um lado, a Natureza e suas matérias, do outro, bastavam” (MARX, 1996, p. 303).

⁴ Segundo Marx, “todo trabalho é, por um lado, dispêndio de força de trabalho do homem no sentido fisiológico, e nessa qualidade de trabalho humano igual ou trabalho humano abstrato gera o valor da mercadoria. Todo trabalho é, por outro lado, dispêndio de força de trabalho do homem sob forma especificamente adequada a um fim, e nessa qualidade de trabalho concreto útil produz valores de uso” (MARX, 1996, p. 175). O que importa não é mais o trabalho concreto, mas o trabalho para a produção de mercadorias para troca, o dispêndio de energia para a geração de capital.

mercadoria, é controlado pelo capitalista, com base em seus próprios interesses, os quais definirão leis de mercado.

Para Marx, o trabalho assalariado é interpretado como uma relação social, a qual organiza as atividades humanas capitalistas. No capitalismo, não são os valores de uso das mercadorias que controlam o mercado, mas o valor de troca dessas mercadorias. Sob esse prisma, o trabalhador acaba deixando de ser visto como indivíduo, passando a ser representado pela coletividade, sendo os trabalhadores reunidos pelas empresas, indústrias etc. como força de trabalho, a qual também é considerada uma mercadoria, algo que se troca no mercado e que, portanto, recebe um determinado valor (trata-se da média de trabalho produzida pela coletividade, não das horas produzidas por um indivíduo). O capitalista compra a chamada força de trabalho, ou seja, o trabalho é incorporado pelo capital. Assim, o funcionamento das relações sociais passa a visar à acumulação do capital e, com isso, o homem (trabalhador) passa a se moldar às exigências da lógica do mercado capitalista, e não o contrário. O que nos interessa particularmente no pensamento marxista é que o trabalho para o qual é atribuído um valor de mercado, bem como toda a lógica capitalista, são construtos sociais, ou seja, ambos são criações/representações humanas, e, portanto, podem ser questionados e alterados. Vale acrescentar que, para o marxismo, a lógica capitalista baseia-se na exploração do trabalho da classe trabalhadora, ou seja, na exploração da mais-valia (a parcela de tempo de trabalho que não é paga aos trabalhadores), que gera o lucro dos patrões, concomitantemente criando e reforçando as desigualdades sociais. Na forma da sociedade burguesa há um paradoxo: o trabalho que produz a riqueza produz o seu oposto, a miséria. Quanto mais mercadorias o trabalhador produz, mais ele se desvaloriza enquanto mercadoria.

Outro termo usado nesta pesquisa para se referir ao trabalho assalariado é “ocupação”, o qual remete ao documento que legitima (ainda que não regulamente) o mercado de trabalho brasileiro: a *Classificação Brasileira de Ocupações* – CBO, uma publicação do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, cujo objetivo é identificar as ocupações no mercado de trabalho brasileiro. De acordo com o MTE, a CBO é “o documento que reconhece, nomeia e codifica os títulos e *descreve as características das ocupações do mercado de trabalho brasileiro*” (CBO, 2017, grifo nosso). O texto não regulamenta as profissões exercidas no Brasil, mas, como afirmado em artigo anterior (CALDAS; MELLO, 2014, p. 194), legitima enunciados sobre o que significa exercer determinada atividade profissional no Brasil: “A CBO trata do

reconhecimento da existência de determinada ocupação no mercado de trabalho brasileiro” (CBO, 2017, grifo nosso). Além disso, segundo a publicação:

a CBO tem uma dimensão estratégica importante, na medida em que, com a padronização de códigos e descrições, *poderá ser utilizada pelos mais diversos atores sociais do mercado de trabalho*. Terá relevância também para a *integração das políticas públicas do Ministério do Trabalho e Emprego*, sobretudo *no que concerne aos programas de qualificação profissional e intermediação da mão-de-obra, bem como no controle de sua implementação* (CBO, 2017, grifo nosso).

Logo, parece-nos pertinente nos remetermos à parte da terminologia utilizada para se referir ao mercado de trabalho brasileiro. De forma resumida, importa-nos investigar a tradução como ocupação, ou seja, como uma atividade profissional no Brasil, sujeita às leis de mercado, e para a qual é atribuído um valor de troca.

Objetivamos pensar quais sentidos são mobilizados quando se pensa (e se diz) a tradução como produto comercializável e consumível, resultante de um trabalho para o qual é atribuído um valor, que é ao mesmo tempo monetário e cultural. Acreditamos que essa seja uma forma de também trazer à tona questionamentos sobre as consequências das práticas e perspectivas vigentes para o profissional da tradução. Abordamos, portanto, a tradução enquanto ocupação e produto de venda (mercadoria), discutindo o pensamento e a prática tradutórias em relação às questões de mercado, sem perder de vista os saberes teóricos dos Estudos da Tradução.

Pensamos serem pertinentes, sobretudo face ao desenvolvimento da área dos Estudos da Tradução, reflexões que abrangem o alcance desses estudos no que tange ao mercado de trabalho da área. Isso envolve pensar, dentre outros, a maneira como a tradução é compreendida, falada e realizada pelos diferentes agentes da tradução (tradutores, revisores, empresários e outros), nos diferentes meios de circulação da tradução (congressos acadêmicos, encontros profissionais, rede eletrônica etc.). Seguindo essa direção, nosso recorte abrange o funcionamento discursivo no que se refere à prática da tradução a partir das ofertas de serviços de tradução disponíveis na rede mundial de computadores e apresentadas por empresas constituídas.

O referencial teórico-metodológico de eleição é a Análise do Discurso francesa tal como concebida por Michel Pêcheux e desenvolvida por teóricos brasileiros. Nossa proposta de análise parte do princípio de que, por mais que haja transformações advindas do uso de novas

tecnologias (como a Internet e os programas de memórias de tradução), o espaço da troca de dizeres e saberes é sempre delineado no/pelo funcionamento ideológico, o qual constitui qualquer dizer, em qualquer espaço.

2. Uma abordagem discursiva

O quadro epistemológico da Análise do Discurso (AD), tal como construído por Pêcheux, articula-se a partir da chamada tríplice aliança, mais especificamente no espaço entre o materialismo histórico, a linguística e a teoria do discurso, sendo esses três campos atravessados por uma teoria da subjetividade de base psicanalítica (BALDINI, 2016). Dessa forma, a AD é considerada uma teoria não subjetivista da subjetividade e de base psicanalítica. Para a AD, importa investigar “as relações entre a linguagem, a história, a sociedade e a ideologia, a produção de sentidos e a noção de sujeito” (MARIANI, 1998, p. 23), sendo o sujeito tomado como dividido.

O conceito central da AD é o discurso, compreendido como efeitos de sentidos entre interlocutores, os quais ocupam posições sociais. O discurso

implica que não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre [interlocutores] A e B mas, de modo mais geral, de um “efeito de sentidos” entre os pontos A e B [os quais] designam algo diferente da presença física de organismos humanos individuais [...] A e B designam lugares determinados na estrutura de uma formação social [...] os lugares do “patrão” (diretor, chefe da empresa etc.), do funcionário da repartição [...] do operário [...] nossa hipótese é a de que esses lugares são *representados* nos processos discursivos em que são colocados em jogo. (PÊCHEUX, 1997, p. 82).

A língua é entendida como espaço de manifestação ideológica, sendo o sujeito constituído pela relação entre língua, história e ideologia. O sujeito, portanto, não é algo dado, ele é efeito de linguagem, é efeito do discurso. Pelo/no discurso estão imbricados a língua, a história e o sujeito. Por esse caminho, a dita realidade:

não é algo dado, um mundo externo, mas, sim, algo que resulta da necessária significação com que o homem, ser simbólico, investe suas práticas sociais e languageiras [...] ao dizer, o sujeito está sempre significando (ou interpretando a ‘realidade’), retomando e renovando os processos de significação constitutivos de sua historicidade. (MARIANI, 1998, p. 27).

Ao dizer, o sujeito se significa. A noção de exterioridade como algo que está fora do texto é substituída pelo conceito de condições de produção, noção que aponta para um processo de constituição do discurso e do sujeito. Segundo o filósofo, “um discurso é sempre pronunciado a partir de *condições de produção* dadas” (PÊCHEUX, 1997, p. 77, grifo do autor), sendo as condições de produção (CP) um conceito que abarca tanto as circunstâncias enunciativas estritas quanto o espaço sócio-histórico e ideológico mais amplo, que são constitutivos de todo o dizer.

A AD tematiza o objeto discursivo, o qual é simultaneamente constituído de materialidade linguística e de materialidade histórica. Desse modo, não existe um sentido já lá, a ser descoberto. Há, sim, um ritual de significação, no qual há uma relação de sujeitos afetados pela história e pela língua, relação essa na/pela qual os próprios sujeitos se constituem.

A relação entre linguagem e ideologia, fundamental para o campo da AD, realiza-se por meio do materialismo histórico. A visão do sujeito interpelado tem sua base principalmente em Althusser (1970). Segundo o filósofo:

a ideologia “age” ou “funciona” de tal forma que ela “recruta” sujeitos dentre os indivíduos (ela os recruta a todos), ou “transforma” os indivíduos em sujeitos (ela os transforma a todos) através dessa operação muito precisa que chamamos interpelação, que pode ser entendida como o tipo mais banal de interpelação policial (ou não) cotidiana: “ei, você aí”. (ALTHUSSER, 1985, p. 96).

De acordo com Pêcheux, as ideologias não “têm origem nos sujeitos”, mas “constituem os indivíduos em sujeitos” (PÊCHEUX 1988, p. 129), por meio da interpelação. A unidade de sentido opera pelo funcionamento de uma ideologia dominante, sendo que a suposta transparência de sentido é mais um dentre os vários efeitos ideológicos.

Segundo Pêcheux, o assujeitamento do sujeito à ideologia ocorre no plano material de existência, porém, o processo de interpelação é apagado aos olhos do sujeito, constituindo um movimento de “imposição/dissimulação”: tanto situa o sujeito, quanto disfarça o mecanismo de sujeição. Assim, o sujeito como origem de seu dizer é uma ilusão, ou seja, é desconstruída a concepção de um sujeito que tudo controla. Resumidamente, podemos dizer que a AD explicita o caráter ideológico do que é tomado pelos sujeitos como natural, “buscando desvendar de que maneira são criadas as ilusões de que há um único sentido e de que o sujeito controla seu dizer; em outras palavras, a AD prioriza o processo de constituição do sentido e do sujeito no discurso” (MELLO, 2010, p. 59).

Outra noção fundamental para a AD é a de interdiscurso, um saber discursivo que faz com que o discurso remeta ao já-dito, aquilo que fala em nós, a despeito de nossa vontade consciente:

O interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido. E isto é efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular, se apague na memória para que, passando ao “anonimato”, possa fazer sentido em “minhas palavras”. No interdiscurso, diz Courtine (1984), fala uma voz sem nome. (ORLANDI, 2005, p. 33-34).

O dizer filia-se a redes de sentidos, sem que saibamos como efetuamos tal filiação. Como diz Orlandi (2005, p. 34), ficamos “ao sabor da ideologia e do inconsciente”.

O conceito de ideologia também é fundamental para a compreensão da noção de formação discursiva (FD), compreendida como a matriz de sentido (PÊCHEUX, 1988, p. 162). O termo FD foi proposto inicialmente por Foucault em *A Arqueologia do Saber*, sendo redimensionado por Pêcheux, o qual chama de FD “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 1988, p. 160). Segundo Pêcheux, os indivíduos são interpelados em sujeitos pelas FDs que “representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (p. 161), sendo que é pelo funcionamento da ideologia que sabemos o que é um soldado, um operário, um patrão, uma greve, uma fábrica etc.: “é a ideologia que, através do ‘hábito’ do ‘uso’, está designando [...] o que é e o que deve ser” (PÊCHEUX, 1988, p. 162). É a partir da identificação do sujeito com uma determinada FD, a qual representa uma dada formação ideológica (FI), que os sentidos são produzidos. Na passagem de uma FD à outra, os “mesmos” enunciados podem produzir efeitos de sentido distintos, de acordo com a nova matriz. Como o processo de identificação a uma ou outra FI/FD é apagado para o sujeito, a ilusão de transparência do sentido é mantida. Nas palavras de Pêcheux (1988, p. 162), “toda formação discursiva dissimula, pela transparência de sentido que nela se constitui, sua dependência com respeito ao ‘todo complexo’ com dominante das formações discursivas. Segundo Orlandi (2005, p. 54), as FDs “podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações”. Assim, os sentidos não são efeitos de propriedade intrínsecas à língua, mas “dependem de relações constituídas nas/pelas formações discursivas” (ORLANDI, 2005, p. 44).

Pêcheux toma de Althusser o conceito de forma-sujeito (ou sujeito universal) para explicar os movimentos de identificação (ou não) do sujeito:

a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina (isto é, na qual ele é constituído como sujeito): essa identificação, fundadora da unidade (imaginária) do sujeito apoia-se no fato de que os elementos do interdiscurso [...] que constituem, no discurso do sujeito, os traços daquilo que o determina, são reinscritos no discurso próprio do sujeito. (PÊCHEUX, 1988, p. 163).

O sujeito, então, representa a forma-sujeito a partir de uma posição-sujeito, ou seja, ele é efeito da forma-sujeito, sendo que o funcionamento de diferentes FDs vai representar diferentes posições, possíveis porque o discurso é heterogêneo. Para Pêcheux, são três os movimentos do sujeito: o da identificação, em que o sujeito se identifica com a posição dominante da FD; o da contra-identificação, em que o sujeito se identifica com uma posição-sujeito não dominante da FD que o domina; e o da desidentificação, o movimento de tomada de posição do sujeito em favor de um discurso dissidente, mas de modo a transformar a organização da FD. No último caso, há o deslocamento de uma posição-sujeito dissidente a ponto de substituir a posição-sujeito dominante da FD, tendo como resultado uma FD de “tipo novo” (PÊCHEUX, 1988, p. 173).

Nossa proposta, apresentada em 2010, consiste na reelaboração dos conceitos de *assimilação e resistência* a partir de uma postura discursiva. No campo dos Estudos da Tradução, a *assimilação* e a *resistência* foram propostos por Venuti (1998), a partir do pensamento alemão (SCHELEIERMACHER, 1813), com referência às estratégias tradutórias de *domesticação* (prática de traduções fluentes, levando o texto traduzido até o leitor no contexto de chegada) e de *estrangeirização* (manutenção da alteridade do texto na tradução de modo a levar o leitor para o contexto de partida). Propomos (MELLO, 2010) a *assimilação* como o primeiro dos movimentos do sujeito acima expostos, ou seja, como o movimento de identificação do sujeito com o sujeito universal da FD que o domina, representando a reprodução de discursos sedimentados (a identificação; o “bom sujeito”). Por sua vez, a *resistência* é por nós entendida como o fortalecimento de discursos não hegemônicos, englobando tanto a identificação do sujeito com discursos dissidentes, mas sem a alteração do funcionamento discursivo (a contra-identificação), quanto o rompimento do sujeito com a FD que o domina (desidentificação).

Segundo Indursky (2000), as diferentes modalidades de tomada de posição abrem espaço para se pensar o “trabalho na e sobre a forma-sujeito”, que deixa de ser vista como homogênea; ou seja, a FD passa a ser entendida como lugar da reprodução, mas também da “instauração da diferença” (p. 74).

No que tange à metodologia, teoria e metodologia são inseparáveis em AD. As pesquisas não são de caráter quantitativo, mas qualitativo-interpretativista. Nas palavras de Marques (2011, p. 5):

Em AD, a metodologia de análise não consiste em uma leitura horizontal, ou seja, em extensão, do início ao fim do texto tentando compreender o que o mesmo diz, uma vez que todo discurso é incompleto. Mas, realiza-se uma análise em profundidade, que é possibilitada pelo batimento descrição- interpretação em que se verifica, por exemplo, posições-sujeito assumidas, imagens e lugares construídos a partir de regularidades discursivas evidenciadas nas materialidades. Dito de outro modo, o pesquisador utiliza-se de dada teoria, ou melhor, de procedimentos teóricos que subsidiarão a análise conforme o enfoque da pesquisa observando o objeto. Ao analisar o objeto, é necessário recorrer novamente à teoria. Daí, o procedimento analítico se dá nesse vai e vem entre a descrição e a interpretação.

Para a formação do corpus, uma noção importante é a de recorte. Para Orlandi (1984), o recorte em AD se refere à unidade discursiva, ou seja, ao fragmento que apresenta a correlação entre linguagem e situação. Nas palavras de Caldas (2009, p. 49):

o recorte é um processo que procura destacar uma unidade de sentido que se relaciona com as questões ou perguntas do dispositivo analítico escolhido pelo analista. O resultado desses recortes constitui então um *corpus discursivo* no qual o analista se debruça, investigando o processo de produção de sentidos em sua relação com a historicidade, procurando compreendê-lo dentro do dispositivo teórico da AD.

Outra noção importante é a de enunciado. Segundo Foucault (2005, p. 90), o enunciado não é frase ou proposição, mas “aparece como um elemento último, indecomponível, suscetível de ser isolado em si mesmo e capaz de entrar um jogo de relações com outros elementos semelhantes a ele [...] como um átomo no discurso”. Logo, há uma rede de enunciados, por assim dizer, ou seja:

Não há enunciado em geral, enunciado livre, neutro e independente; mas sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, neles se apoiando e deles se

distinguindo: ele se integra sempre em um jogo enunciativo [...]. Não há enunciado que não suponha outros; não há nenhum que não tenha, em torno de si um campo de coexistências. (FOUCAULT, 2005, p. 112).

O enunciado, portanto, é a unidade elementar do discurso, mas não pode ser confundido com a frase ou proposição, uma vez que é fundamental o suporte material, ou seja, o fato de que o enunciado é produzido por um sujeito em um tempo e lugar. Sob a perspectiva da arqueologia, um dos fatores mais importantes é tentar compreender as complexas relações existentes (de oposição, de associação, de agrupamento etc.). O termo relação é aqui fundamental, pois o enunciado não se encontra livre, há um já-dito, há a historicidade do dizer, há os apagamentos, as contradições etc.

Segundo Marques (2011, p. 6):

Analisar os enunciados nos leva a refletir sobre as regras que estabelecem suas condições de existência, de aparição, sua produção na história, quais são suas correlações com outros enunciados, qual seu papel desempenhado em meio a outros neste jogo enunciativo, seus limites e qual a memória retomada e efeitos de sentidos produzidos neste contexto.

É a partir da dispersão discursiva nos sites de empresas de tradução que efetuaremos nossas análises.

3. Tradução, mercado e rede: uma proposta de análise

Conforme mencionado, em pesquisas anteriores refletimos sobre as descrições das atividades a serem exercidas pelos futuros tradutores e intérpretes, descritas nos editais de concursos públicos, e estudamos os enunciados presentes na *Classificação Brasileira de Ocupações*. Para a pesquisa aqui apresentada, buscamos investigar, pelo funcionamento do mercado de compra e venda de traduções, como a tradução é discursivizada na rede eletrônica a partir de condições de produção explicitamente mercadológicas.

Na atualidade, observamos o funcionamento de um discurso dominante na/da rede eletrônica: o da imposição da *world wide web* como local de integração total e fundamental às relações humanas, o qual tem sua sustentação no sistema capitalista (MELLO, 2018). Trata-se de um funcionamento discursivo no/pelo qual o enunciado “estar na rede” é significado como condição *sine qua non* de existência do sujeito contemporâneo (SOUZA, 2016, s.n.). A rede

tem sido usada para vários propósitos e, dentre eles, destacamos o de instrumento imprescindível ao universo do trabalho. Nessas condições de produção:

em que estar na rede é uma obrigação, a tradução passa também a ter como mandatário o seu comparecimento na rede. Sob a perspectiva mercadológica, também sustentada pelo discurso da rede como um “mundo sem fronteiras”, a rede passa ser vista como espaço de trocas mercadológicas em geral, tanto para o intercâmbio de produtos como para a oferta de serviços de qualquer natureza. Qualquer tipo de empresa (seja micro ou macro) “precisa” ter seu próprio site, onde constarão todas as informações sobre o referido negócio, que podem incluir catálogos, fotos, orçamentos, formulários etc., sendo o site um espaço não apenas de divulgação, mas de propaganda e *marketing*. Nesse espaço, a tradução é mais um dentre os muitos produtos/serviços oferecidos, e demanda sua distribuição na rede. (MELLO, 2018, p. 5).

Assim, a tradução necessita “estar na rede”, seja para que o mercado de tradução possa se realizar/amplificar, seja para que um tradutor consiga trabalho, seja para que as ofertas de serviços de tradução sejam localizadas mais rapidamente etc. Portanto, cabe investigar a relação da tradução com a rede eletrônica, principalmente no que tange à representação da tradução no espaço digital.

É vasta a quantidade e a pluralidade de discursos sobre/da tradução, dispersos em blogs de tradutores e sobre tradução, revistas especializadas, oferta de cursos online e/ou presenciais de tradução, editais de concursos para tradutores e redes de trabalho remotas, para destacar apenas parte da diversidade da presença da tradução na rede. Ainda que limitemos o escopo da investigação para o da tradução em sua relação com o mercado, são muitos os percursos para análise. Para esta fase da pesquisa, optamos por focar a tradução discursivizada como produto mercadológico na rede, ofertado por empresas que gerenciam a sua produção.

Elegemos como foco de nosso trabalho a tradução exercida como ocupação e intermediada por empresas que têm a tradução como sua área de atuação. Optamos por não considerar a oferta direta de tradutores *freelancers* na internet, pois, nesse estágio inicial da pesquisa, objetivamos analisar os dizeres de empresas capazes de atender demandas de grande porte por traduções especializadas. Em outras palavras, buscamos abordar a produção regular e em massa de traduções num espaço marcadamente mercadológico, no qual a ideologia do *patrono* (LEFEVERE, 1992)⁵ se impõe de forma mais perceptível. Para tanto, consideramos

⁵ Segundo Lefevere (1992, p. 15), uma tradução é realizada na medida em que é encomendada por um mecenas – o patrono. A patronagem se refere ao poder que as instituições, classes sociais, editores etc. exercem sobre os

como “empresa de tradução” todos os estabelecimentos, físicos ou não, que se apresentam como empresas constituídas e que afirmam possuir um quadro de tradutores experientes.

No ramo da tradução é frequente a contratação de tradutores *freelancers* por empresas de tradução e que trabalham remotamente, mas partimos do pressuposto de que os mesmos estão submetidos à(s) política(s) da(s) empresa(s) para a(s) qual(ais) atuam, alterando a forma de traduzir de acordo com cada empresa específica para a qual trabalham. Nosso foco é tentar perceber a política das empresas sob análise no que se refere à tradução, mais especificamente como essas empresas entendem e apresentam (discursivizam) a tradução, como prática e como produto.

Escolhemos a tradução especializada como parâmetro de busca e de composição do *corpus* para análise por ser a que tem relação mais direta com as ditas novas tecnologias, que envolvem, dentre outros, programas de memórias de tradução e bancos de dados terminológicos. A relação com as tecnologias pode ser entendida a partir do funcionamento da ideologia capitalista, a qual, pelo viés da geração de demanda por produtos ditos tecnológicos e modernos (haja vista os *tablets*, *iphones/smartphones*, aplicativos etc.) sustenta o discurso tecnológico atual (o qual, como veremos, irá fazer-se circular no discurso sobre a tradução, materializando-se nos enunciados dos sites estudados).

Zizek (2011) observa que as empresas alimentam a circulação de sentidos da rede como algo imprescindível a partir da produção de equipamentos, softwares, máquinas etc., que visam, em última instância, o lucro. Há o funcionamento do discurso capitalista hegemônico: a lógica da eficiência para produzir mais, para encher o mercado de soluções cada vez mais “modernas”, para produzir uma internet cada vez mais rápida etc. e, com isso, atingir o objetivo principal: lucro. Trata-se da lógica da sociedade de consumo, com a identificação do sujeito a discursos que sustentam a necessidade do mais novo, do mais veloz, do mais moderno. Nessas condições, é difícil significar enunciados como “Eu não tenho Internet/Facebook”, pois a evidência de sentido aponta para a conectividade: “É preciso estar conectado, é preciso estar online” (SOUZA, 2016, s.n.).

Usamos a ferramenta de busca do *Google* e, até o momento, recolhemos cerca de 30 sites diferentes, de empresas brasileiras e estrangeiras, as quais se dirigem ao público consumidor brasileiro, e analisamos manualmente, ou seja, sem o uso de programas linguísticos

tradutores, os quais estão diretamente ligados “à ideologia dos patrocinadores que dominam a fase histórica do sistema social no qual o sistema literário está incluído” (tradução nossa).

computacionais, recortes de 20 desses sites. Os sites apresentam várias subdivisões, com um grande volume de textos, e, para essa primeira fase da pesquisa, optamos por investigar a primeira página, onde são mencionados os valores e prazos, a equipe de tradutores, a missão da empresa, os serviços de tradução oferecidos etc. Embora nosso parâmetro inicial tenha sido a tradução especializada, as grandes empresas selecionadas também costumam ofertar o que chamam de “tradução literária” ou “tradução de livro”, algo que discutiremos mais à frente. Muitas delas oferecem também serviços de interpretação, mas essa modalidade não faz parte do escopo deste artigo. Embora a pesquisa tenha sido iniciada em meados de 2016, já apresenta questões interessantes.

Um primeiro ponto a ser observado é a circulação do discurso mercadológico, de base capitalista, nos dizeres referentes à prática da tradução⁶, relativas ao funcionamento do discurso sobre tradução nos sites investigados. Essa circulação era esperada, uma vez que os sites das empresas são montados como vitrines de exposição das mercadorias para venda, no caso, as traduções, a serem encomendadas pelos clientes. Esse discurso mercadológico se constitui também a partir de outros discursos. Segundo Pêcheux (1988), a forma-sujeito pode ser considerada estruturante: a forma-sujeito capitalista (há um todo complexo com dominante no que se refere às FDs) modela e sustenta os vários discursos outros que circulam na materialidade dos dizeres do site, constituindo o discurso mercadológico. A partir da análise dos 20 sites selecionados, identificamos pelo menos dois discursos: o discurso empresarial e o discurso tecnológico, os quais se retroalimentam. Em primeiro lugar, tratamos de empresas, cujo nicho de trabalho é a tradução. Sendo assim, o fim dessas empresas é aferir o lucro por meio da venda de traduções. Temos, sob o domínio da formação discursiva dominante, um comércio que visa ao lucro do capitalista, no caso, o empresário. Os valores serão estabelecidos a partir das leis do mercado, o qual, a partir dos enunciados em sites de venda em geral, bem como nos sites estudados, exige qualidade, eficiência e rapidez⁷. Sendo assim, não é aleatoriamente que o termo “qualidade” circula na maioria dos sites estudados; há um funcionamento ideológico-discursivo hegemônico que sustenta a relevância da “qualidade” dos produtos para venda – daí enunciados como “garantimos a qualidade”, “qualidade garantida”, “garantia de qualidade”,

⁶ O termo “tradução” é utilizado neste trabalho como um termo mais geral, abrangendo tanto o processo quanto o produto em si, sem fazer a distinção entre tradução e versão. Somente quando for estritamente necessário para fins de análise ou para a discussão teórica serão usados os termos mais específicos.

⁷ Em qualquer busca simples no *Google* é possível constatar a presença desses enunciados nos sites de vendas em geral.

“qualidade excepcional”, “alto nível de qualidade” e “100% de qualidade” nos sites analisados. Esses enunciados não se fazem circular apenas nos sites de empresas de tradução, mas em vários outros sites que se destinam à venda dos mais diversos produtos. Esse comparecimento tem lugar pelo funcionamento do já-dito do interdiscurso, no caso, da relação da tradução com os saberes de uma FD empresarial. O efeito de sentido de “qualidade” se constrói pelo funcionamento do discurso empresarial-mercadológico se sobrepondo ao discurso sobre a tradução. No mundo empresarial, pelo menos em tese, a venda é garantida pela alta qualidade e pelo menor preço dos produtos⁸. Temos uma (re)produção de sentidos naturalizados, pois não é explicado o que significa uma “qualidade total”. Em outras palavras, como é medida essa qualidade integral?

Ao mesmo tempo em que pode ser observado o efeito de sentido da garantia de uma qualidade total, quatro das empresas estudadas oferecem tipos diferenciados de tradução, de acordo com os processos de revisão a serem realizados ou desconsiderados. Os nomes e procedimentos variam, mas é comum a separação dos tipos a partir dos passos seguidos para a produção da tradução, o que se traduz em valores também diferenciados atribuídos a cada tipo. De forma geral, são apresentados três tipos de tradução⁹ – tipo 1: uma espécie de tradução básica, em que está implícito o uso de alguma ferramenta computacional de auxílio e pode haver uma revisão muito breve; tipo 2: a tradução de tipo 1 com uma revisão um pouco mais atenta; tipo 3: uma tradução com uma revisão apurada e considerada a única indicada para publicação.

Para exemplificar, tomemos o site da empresa K. O primeiro tipo de tradução ofertado no referido site alude ao uso de softwares de tradução automática ou de programas de memória de tradução. Não há a menção explícita ao uso desses programas, mas há materialidades linguísticas que apontam para o uso desses recursos tecnológicos, e, portanto, para o funcionamento do discurso tecnológico. Como exemplo, podemos citar o comparecimento do termo “arquivo” em detrimento do termo “texto” a ser traduzido. Vemos nessa escolha lexical o funcionamento do discurso tecnológico atravessando o discurso sobre a tradução, o que

⁸ Dizemos em tese porque é muito comum, sobretudo no comércio eletrônico, a compra de produtos com garantia de qualidade, mas cuja qualidade é questionável, tanto do produto em si, quanto do sistema de troca dos produtos. Ver, por exemplo: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral/comprar-em-sites-de-fora-pode-trazer-dor-de-cabeca,10000029716>>.

⁹ O interesse em estudar as empresas de tradução surgiu a partir de uma fala da Profª. Dra. Maria Paula Frota, na mesa-redonda “Sobre Tradução”, do VII Seminário “O Passado no Presente: releituras da modernidade” (UFF, 2014), na qual a referida estudiosa mencionou a oferta de diferentes tipos de tradução na internet.

demonstra uma relação estreita entre uma FD sobre a tradução e uma FD sobre tecnologia (que materializa no texto as novas tecnologias de tradução).

Já no site J, que também oferece tipos de tradução semelhantes, mas com outras denominações, comparece o enunciado “tradução automática”. O site T, por sua vez, oferece os três tipos de tradução, todos apresentados como tradução automática, sendo também os graus de revisão a diferença entre eles, só que, no caso da tradução de tipo 1 não há revisão (assim como no site K). O site T ressalta, ainda, a possibilidade de personalização da tradução automática de forma a melhor atender às necessidades do solicitante.

Cabe mencionar que há diferença entre a tradução assistida por memórias de tradução e a tradução automática. Grosso modo, os sistemas de memória de tradução têm como característica “a capacidade de recuperação e reaproveitamento de traduções já realizadas” (STUPIELLO, 2014, p. 22). As ferramentas de memórias de tradução criam bancos de dados, os quais são constituídos pelos textos de partida e de chegada alinhados em segmentos. Dessa forma, a cada nova tradução, o computador reconhece termos e fraseologias já traduzidos, os quais são fornecidos ao tradutor, que define *a priori* o grau de proximidade e opta por aproveitar as sugestões apresentadas ou não. Dessa forma, na tradução assistida por memórias de tradução, a intervenção humana não é eliminada durante a realização da tradução propriamente dita. Já na tradução automática, como o próprio nome sugere, a tradução em si será feita inteiramente pelo programa de computador. A intervenção humana nesse caso aparece somente na revisão ou pós-edição. Há muita confusão entre os termos no senso comum, e esse parece ser o caso dos sites J e T. Nos dois sites não há o uso do termo “revisor”, mas é mencionada a pós-edição. A diferença é que, no site J, tanto para a tradução do tipo 1 quanto para a do tipo 2 é mencionada uma pós-edição realizada por um “tradutor nativo” e, portanto, humano, no intuito de suprimir “erros” que possam ser considerados mais problemáticos.

Nesse momento, vale retomarmos a questão da oferta de garantia total de qualidade. As revisões são oferecidas devido à possibilidade de falhas. Se a premissa é a da qualidade total, como “erros” podem ser mencionados? A menção a falhas comparece, por exemplo, no site K, porém, tal materialidade se presentifica somente para a tradução do segundo tipo. De acordo com o site K, o processo de produção da tradução do segundo tipo envolve a tradução do primeiro tipo acrescida de uma revisão realizada por um “gestor”, o qual irá eliminar quaisquer “erros”, sendo oferecida uma qualidade total. No entanto, se a qualidade é absoluta, por que é necessária uma tradução do terceiro tipo, como dissemos, a única indicada para publicação?

No caso do site J, o terceiro tipo é o único indicado para publicação, sendo que, para a tradução do tipo 1, um tradutor “nativo” irá fazer a revisão para eliminar os erros “mais sérios”. Nesse caso, como fica a questão da qualidade, ainda que não seja ofertada uma qualidade total para o tipo 1? Além disso, para a tradução do tipo 2 são realizados dois processos de revisão: um pelo tradutor “nativo” e outra pelo gerente de projeto. Cabe perguntarmos novamente: por que razão somente a tradução do tipo 3 é passível de publicação? Certamente, para aqueles que lidam diariamente com essas tipologias a resposta pode soar como “óbvia”. Mas é exatamente isso que queremos discutir, ou seja, é nosso objetivo discutir essa evidência de sentido, que, a nosso ver, é fundada na/pela contradição.

No fio do discurso tanto do site K quanto do site J, percebemos discursos que se entrecruzam, mas que também se chocam, provocando a contradição. Como sustenta a AD francesa de Pêcheux, a contradição é própria do sujeito e do discurso. Na comparação entre os sites K e J, por exemplo, vimos que, no fio do discurso circulam efeitos de sentido da qualidade perfeita (o sentido hegemônico, mais fortemente perceptível, presentificado pelo discurso mercadológico-empresarial) ao mesmo tempo em que essa “mesma” qualidade é questionada pelo funcionamento do discurso sobre a tradução, o qual, ainda que sustente visões da tradução como atividade mecânica, tem entre seus saberes o conhecimento de que tanto a tradução automática quanto a tradução assistida necessitam de algum grau da intervenção humana para a produção de traduções publicáveis (consideradas de alta qualidade). A contradição opera nas fronteiras dessas FDs, pois é oferecida uma qualidade total ao mesmo tempo em que há materialização das possíveis falhas do processo.

Ainda em referência ao segundo tipo de tradução do site K, devemos comentar o uso do termo “gestor”. Como sustenta a AD, há um funcionamento ideológico que modela a forma como são articulados os enunciados, ou seja, as escolhas lexicais, sintáticas etc. não são aleatórias. A “escolha” pelo termo “gestor” tem sustentação no/pelo funcionamento do já-dito do interdiscurso, mais especificamente a partir de uma FD empresarial. Em várias áreas profissionais, o uso do termo “gestor” é cada vez maior. Na área de Tecnologia da Informação, por exemplo, é muito comum o cargo de gestor (ou gerente) de projetos. Vemos, portanto, um enunciado produzido a partir de um discurso administrativo, o qual está marcadamente atrelado ao funcionamento do discurso empresarial e capitalista, apresentando marcas dessas formações discursivas e, portanto, da heterogeneidade constitutiva do discurso. Pela AD, temos o discurso apresentado como espaço da reprodução/transformação de sentidos. É possível sugerir, pelo

menos no que tange aos sites selecionados, que o discurso mercadológico atua de forma a (re)inscrever sentidos sedimentados, apagando possíveis saberes de um discurso da tradução da academia. Em outras palavras, temos assimilação – a atuação do discurso mercadológico e empresarial de forma a reproduzir sentidos, e não a contestá-los. Assim, os sentidos de “tradutor” são substituídos por termos mais utilizados no campo das áreas de gestão, chegando ao ponto de usos distintos, em empresas distintas, para uma mesma função. Dentre as várias funções, podemos citar a de “lead linguist”, mantido em português pelo transporte direto a partir das condições de produção anglo-americanas, bem como “lead reviewer”, “quality manager”, “gestor terminológico”, e “gestor de tradução”, para citar algumas. É a isso que nos referimos quando usamos o enunciado “pulverização da ocupação de tradutor”.

É relevante mencionar, ainda, que circulam tanto na academia quanto no mercado dois recorrentes argumentos para o uso da tradução assistida: a economia de tempo de trabalho e a padronização terminológica. Como aponta Stupiello (2014, p. 22), alguns estudiosos e tradutores sustentam que os tradutores profissionais, a partir do uso de memórias, poderiam desfrutar de “um recurso de grande auxílio na manutenção da padronização terminológica, podendo resultar em economia de tempo em trabalho muito extensos, desenvolvidos em equipe”. Porém, a adoção desses sistemas promove alterações não apenas no modo como a tradução é realizada, mas também na forma como a mesma é concebida. Nas palavras de Stupiello, embora teóricos discorram sobre as vantagens desses programas, bem como sobre a imprescindibilidade do domínio dessas ferramentas para a manutenção de tradutor no mercado de trabalho:

Pouca atenção parece ser dada às mudanças que o uso desses sistemas promove na maneira como o tradutor lida com o texto que traduz e, por extensão, no modo como sua atuação é concebida por quem contrata o seu trabalho. (STUPIELLO, 2014, p. 22).

Dentre essas formas de concepção da tradução nos sites, os quais são construídos em estreita relação com a ideologia dos patrocinadores da tradução (os intermediários que gerenciam o processo a partir de suas empresas), observamos a reprodução e o fortalecimento de discursos que desconsideram a participação ativa leitor/tradutor na construção dos sentidos do texto. Ao mesmo tempo, observamos uma espécie de “furo”, uma vez que os programas foram criados e são sustentados pelo desejo de uma padronização terminológica, mas, inesperadamente, geram uma fragmentação no próprio domínio da tradução enquanto ocupação

(a pulverização que aludimos mais acima), engendrando a mesma falta de padronização que almejavam eliminar.

O terceiro tipo de tradução é o único considerado adequado para publicação pelos sites K e J, logo, os dois primeiros tipos não o são, ainda que para o segundo tipo, no caso do site K, haja revisão e seja ofertada uma garantia total. Ainda para o site K, no terceiro tipo, materializam-se a função de “revisor” propriamente dita, uma preocupação com a “escrita” do texto e a certificação da tradução¹⁰. Curiosamente, somente para o terceiro tipo (que é o mais caro) é apresentado um objetivo para a tradução nos dois sites: a publicação (no site T, por exemplo, não há menção à publicação). O comparecimento da revisão sugere que mesmo a tradução do tipo 2, para a qual há garantia total, é suscetível de apresentar problemas para a publicação. Uma vez mais é necessário perguntarmos: se permanece a possibilidade de erros no terceiro estágio, como a qualidade do segundo estágio pode ser total? Relembrando, há um entrecruzamento de FDs e de discursos, pelo/no qual a contradição se materializa. Vemos a circulação do discurso tradicional da tradução, no qual a atividade é considerada mecânica, e do discurso tecnológico, um retroalimentando o outro.

Ainda em referência à discussão sobre o enunciado “qualidade total”, encontramos dois sites cujos textos apresentam combinações lexicais um pouco estranhas ao falante do português do Brasil, problemas com o uso dos pronomes e também com as flexões verbais. Essas materialidades linguísticas conduzem à percepção de que existe um texto de partida redigido em língua estrangeira e que foi, provavelmente, vertido para português do Brasil a partir de uma tradução automática (ou assistida) submetida a uma revisão superficial. É importante salientar que uma das empresas envolvidas oferece os três tipos de tradução analisados. No caso do site S, por exemplo, são erros muito visíveis (incluindo sentenças em negrito e títulos). Relembrando, o primeiro tipo se refere à tradução feita com o uso de ferramentas de tradução (automática ou assistida) e sem uma revisão mais profunda (o custo é reduzido); o segundo tipo também envolve o uso de ferramentas de tradução (automática ou assistida), mas um “profissional” revisa o texto, sendo que é oferecida uma garantia total; e o terceiro tipo se refere à uma tradução certificada, para ser publicada, contando, inclusive, com uma segunda revisão, mais profunda (com um custo mais elevado). Não é incorreto supor que um dos três tipos de

¹⁰ A certificação da tradução é algo hoje exigido por muitos periódicos internacionais para que o artigo seja aceito para publicação, como é o caso da Engenharia Civil, por exemplo. A análise dessa exigência não faz parte do escopo deste trabalho, mas pretendemos abordar o assunto em outra oportunidade.

tradução foi utilizado pelas empresas para traduzirem seus sites (e que, provavelmente, não foi a tradução do terceiro tipo, a qual parece envolver uma maior preocupação com a redação propriamente dita). Assim, uma vez que houve usos fora do que seria esperado em português, resta-nos supor que se trata da tradução do tipo 1 ou do tipo 2.

Cabe retomarmos, portanto, à questão da qualidade, mais especificamente aos efeitos de sentido em jogo quando enunciados como “garantimos a qualidade” e “qualidade total” comparecem nos sites. É possível, inclusive, um questionamento a respeito da própria oferta de graus de qualidade. Não se trata de cair no desgastado discurso da busca de erros de tradução, mas de entender como se opera o jogo discursivo. Parece haver um esvaziamento de sentidos no que tange à discursivização do termo “qualidade” no âmbito da oferta de traduções. Em outras palavras, a circulação de sentidos se faz pelo viés de uma totalidade que simplesmente não pode ser garantida, simplesmente porque a própria noção de “erro” é uma construção discursiva, sustentada pelas condições de produção, que nunca são exatamente as mesmas. Tais materialidades, entretanto, se percebidas, podem suscitar o funcionamento de sentidos divergentes, que se contra-identificam na rede de sentido: se houve erro, como pode haver uma “garantia total”? A tal “garantia total” relaciona-se à ilusão de transparência se sentido: “é óbvio que a qualidade tem que ser total”; trata-se de uma regra de mercado, novamente um efeito de sentido da ordem do que é “imprescindível” (como vimos, “estar na rede” hoje é também “imprescindível”¹¹).

Observamos que o discurso acadêmico da tradução (e mesmo o discurso dos estudos de linguagem), o qual propõe uma problematização da participação do leitor, da língua como materialidade ideológica, das diferentes formas de se pensar o que seja qualidade em tradução e o que seja erro, da interpretação como construção a partir de contingências sócio-históricas e político-ideológicas, não está conseguindo se fazer circular no espaço mercadológico estudado. Isso sustenta a importância de se pesquisar a relação entre tradução e mercado na rede eletrônica, até como forma de fazer circular sentidos divergentes.

Ainda nessa linha de análise, cabe dizer que também observamos nos sites em geral o uso de artigos definidos como materialidade de um discurso sobre a tradução que não considera a atividade em sua complexidade. No já citado site K, temos enunciados como “o significado

¹¹ Apesar de ser grande o acesso à rede, de acordo com relatório da ONU publicado em 2015 (apud O GLOBO, 2016), mais da metade da população mundial não faz parte do universo da internet. Logo, a imprescindibilidade é uma construção, que é tomada pelo sujeito como “verdade”.

do texto é mantido” e “o conteúdo do texto”, aliado ao uso do termo “transmissão”. O uso do artigo definido bem como do vocábulo “transmissão” materializam o trânsito de discursos sobre a tradução que há muito não circulam no âmbito dos Estudos da Tradução, mas que ainda se fazem muito presentes no senso comum. Temos a reprodução de construções ideológico-discursivas que desconsideram a participação ativa do tradutor como construtor de sentidos, seja em sua posição de sujeito-leitor de um texto, seja na sua posição de sujeito-reescritor desse texto, seja na posição de pós-editor: só há um significado, e este deve ser descoberto para, então, ser recodificado. O uso de “conteúdo”, muito presente na maioria dos 20 sites estudados, também remete a essa historicidade do dizer sobre a tradução, a já-ditos que ainda circulam no senso comum, bem como no contexto mercadológico, sobretudo no que se refere à tradução especializada. Esses dizeres são também sustentados pela circulação de sentidos para o texto como algo fixo, estável, cujos significados totais não somente podem ser apreendidos pelo leitor/tradutor, mas transportados integralmente e fielmente (no sentido não relativizado do termo) para uma língua outra, de forma totalmente neutra. Nessas condições, é reforçada a metáfora da tradução como “transporte” de sentidos estáveis. Pelo discurso mercadológico capitalista, constitutivo do discurso tecnológico, são reproduzidas no discurso sobre a tradução as noções tradicionais de precisão, fidelidade e equivalência. Para o tipo 3 do site K, por exemplo, está prevista uma segunda revisão do “conteúdo” do texto. Esses usos não são aleatórios, mas sustentados pelo discurso hegemônico de que há um único significado no texto, a ser descoberto/decodificado e transportado/recodificado para o novo contexto: a tradicional visão da leitura e da tradução como atos mecânicos (re)produzindo efeitos de sentido.

Embora nosso foco inicial de busca e seleção tenha sido a oferta de traduções especializadas, dentre os 20 sites analisados para este artigo, há os que também ofertam a “tradução literária” ou a “tradução de livro”. Essa nomenclatura aponta para a mudança de sentido que ocorre a partir da passagem de uma FD para outra. Na FD do discurso acadêmico da tradução, em sua relação com a FD dos estudos literários, a “tradução literária” é significada em relação a questões estéticas: há regras para que uma obra seja considerada “literária”, há padrões estéticos que separam a literatura de outras produções de escrita. Ainda que uma das grandes perguntas dos estudos literários seja o que pode ser considerado literatura/literário, na academia dizer a literatura, e com ela a tradução literária, é fazer circular efeitos de sentidos ligados à poesia, aos contos e romances, à significância de um poema (LARANJEIRA, 2003), etc. Nos sites das empresas, como podemos ver, os efeitos de sentidos são outros, porque a

matriz de sentido é outra: trata-se da FD mercadológica, definindo o sentido de tradução como produto: livro. Tanto que a “tradução literária” nessas condições de produção pode abranger, por exemplo, livros de “autoajuda”, “ficção”, religião e filosofia” (site G), “discussões específicas” e “temas amplos” (site B). Para a tradução de livros também comparecem materialidades como “precisão”, “fluência”, “*extrema* precisão”, “emoções transmitidas *integralmente*” etc. Além disso, comparecem enunciados como os de que os tradutores “identificarão a *intenção autoral*”, que o leitor irá, por meio da tradução, “experimentar um mundo *equivalente*”, que a experiência de leitura será vivida como se tivesse vindo da “mesma pessoa” e que “as *palavras* serão sentidas” etc. (grifo nosso). Todos esses enunciados reforçam um discurso sobre a tradução que não se sustenta pelo discurso acadêmico da tradução, mas por uma visão tradicional de tradução, que chega pela historicidade do dizer.

Assim, se em pesquisas anteriores pudemos perceber materialidades linguísticas do funcionamento do discurso acadêmico da tradução perpassando o discurso mercadológico, principalmente com a inclusão das diferenças culturais na concepção do que é traduzir, o mesmo não foi verificado no corpus aqui estudado.

4. Considerações finais

Como conclusão parcial, uma vez que a pesquisa encontra-se em curso, sustentamos que nos sites estudados ocorre a assimilação no que se refere ao discurso sobre a tradução, ou seja, as materialidades analisadas sugerem dizeres historicamente construídos a partir de uma visão tradicional de tradução. O discurso sobre as novas tecnologias parece reforçar esses mesmos sentidos e não contestá-los, e isso não apenas no que tange à tradução, mas à própria concepção de língua. Nas condições de produção da chamada alta tecnologia, os sentidos hegemônicos não estão sujeitos a forças transformadoras, pelo menos no que se refere à forma que o exercício da tradução é comumente discursivizado no âmbito do mercado de trabalho.

Muito há que ser analisado no que se refere aos sites em nosso *corpus* (como prazos de entrega, valores disponibilizados e formas de contratação), bem como se faz necessária uma pesquisa com os tradutores e empresas no intuito de mapear as muitas funções hoje exercidas em substituição à ocupação de “tradutor”. Ainda assim, esperamos ter demonstrado as quão relevantes são as pesquisas que envolvem as relações entre a tradução e o mercado, até mesmo com o objetivo de que sejam construídas ações para valorizar o tradutor e seu ofício (monetária e culturalmente). Não propomos uma tomada de posição incompatível ao mercado ou a adoção

de uma postura contrária ao uso da internet e das ferramentas de tradução, mas um questionamento mais profundo sobre o alcance dessas tecnologias, tanto para a concepção da tradução como para a formação de tradutores mais preparados para enfrentarem o mercado de trabalho que hoje se lhes impõe.

Conforme enfatiza Stupiello (2014), a velocidade e a urgência impostas aos profissionais da área acabam por impedir a reflexão sobre questões relevantes. Pesquisas como a da referida autora têm lançado luz à parte desses temas, com a problematização da responsabilidade do tradutor, da ética do tradutor e da diluição da autoria. Podemos acrescentar à lista os valores de troca atuais da tradução, os prazos (cada vez mais curtos) e a formação de tradutores capazes de se moverem no pulverizado mercado da tradução.

Referências

ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos de estado**. Trad. Walter J. Evangelista e Maria L. V. De Castro. RJ: Graal, 1985 [1970].

BALDINI, L. J. S. Tríplice Aliança. In: MARIANI, B.; DIAS, J. (Ed.). **Enciclopédia audiovisual virtual de termos, conceitos e pesquisas em Análise do Discurso e áreas afins**. Niterói: LAS/UFF, 2016. Disponível em: <http://ufftube.uff.br/video/1X7GA346K9SK/Tr%C3%ADplice-alian%C3%A7a--Lauro-Baldini>. Acesso em: 31 out. 2016.

BRASIL. Ministério do Trabalho e do Emprego. CBO — **Classificação Brasileira de Ocupações**. Disponível em: <http://www.mteco.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>. Acesso em: 20 jan. 2017.

CALDAS, B. F. **Discursos sobre/de tradução no Brasil: línguas e sujeitos**. 2009. 200 f. Tese (Doutorado em Letras). Instituto de Letras, Universidade Federal Fluminense. Niterói, RJ, 2009.

CALDAS, B. F.; MELLO, G. C. C. de. Tradução e Tradutores no Brasil: construções discursivas em editais públicos. In: JORNADA INTERNACIONAL DE ESTUDOS DO DISCURSO, 2., 2012, Maringá, p. 1-15. **Anais...** Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2012.

_____. Vozes da Tradução como Profissão: movência de sentidos na Classificação Brasileira de Ocupações. In: ESTEVES, L.; VERAS, V. (Org.). **Vozes da tradução, éticas do traduzir**. São Paulo: Humanitas, 2014, p. 177-196.

CRONIN, M. **Translation and Globalization**. London: Routledge, 2003.

FERREIRA, M. C. L. A Análise do Discurso e suas interfaces: o lugar do sujeito na trama do discurso. **Organon**. Porto Alegre, v. 24, n. 48, p. 1-12, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/Daniel/Downloads/28636-110571-1-SM.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2017.

FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Trad. Luiz F. B. Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005 [1969].

INDURSKY, F. A fragmentação do sujeito em análise do discurso. In: INDURSKY, F.; CAMPOS, M. C. (Org.). **Discurso, memória, identidade**. Sagra Luzzato: Porto Alegre, 2000, p. 70-81.

O GLOBO. Mais da metade da População não tem acesso à rede diz relatório da ONU. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/mais-da-metade-da-populacao-mundial-nao-tem-acesso-internet-diz-relatorio-da-onu-7557878#ixzz4P0FvT0PQ>. Acesso em: 20 out. 2016

LARANJEIRA, M. **A Poética da Tradução**. São Paulo: EDUSP, 2003

LEFEVERE, A. P. **Translation, rewriting and the manipulation of literary fame**. London, New York: Routledge, 1992.

MARIANI, B. **O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989**. RJ: Revan, SP: Unicamp, 1998.

MARQUES, W. Metodologia de Pesquisa em Análise do Discurso Face aos Novos Suportes Midiáticos. **Domínios de Lingu@gem**, Uberlândia, v. 5, n. 1, 2011, p. 58-73.

MARX, K. **O Capital: crítica da economia política (Livro 1)**. Trad. Regis Barbosa e Flávio R. Kothe. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996. t. 1.

MELLO, G. C. C. de. **Assimilação e Resistência sob uma perspectiva discursiva: o caso de Monteiro Lobato**. 2010. 402 f. Tese (Doutorado em Letras) – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica. Rio de Janeiro, RJ, 2010.

_____. Tradução e rede eletrônica: sentidos em luta? In: LIMA, É. (Org.) **Tradução: avanços e desafios na era digital**. Rio de Janeiro: Editora Transitiva, 2018 (no prelo).

ORLANDI, E. Segmentar ou recortar? In: **Linguística: questões e controvérsias**. Série Estudos 10. Curso de Letras do Centro de Ciências Humanas e Letras das Faculdades Integradas de Uberaba. Uberaba, 1984, p. 9-27.

_____. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2005 [1999].

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. Trad. Eni P. Orlandi. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.) **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Unicamp, 1997 [1969].

_____. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni P. Orlandi. Campinas, SP: Ed. Da Unicamp, 1988 [1975].

SCHLEIERMACHER, F. Sobre os diferentes métodos de tradução. Trad. Margarete von Mühlen Poll. In: HEIDERMANN, W. (Org.). **Clássicos da teoria da tradução**. Florianópolis: UFSC/Núcleo de Tradução, 2001 [1813], p. 25-87. v. 1.

SOUZA, L. M. A. e. Ideologia e rede eletrônica. In: MARIANI, B.; DIAS, J. (Ed.). **Enciclopédia audiovisual virtual de termos, conceitos e pesquisas em Análise do Discurso e áreas afins**. Niterói: LAS/UFF, 2016. Disponível em: <http://ufftube.uff.br/video/1X7GA346K9SK/Tr%C3%ADplice-alian%C3%A7a--Lauro-Baldini>. Acesso em: 31 out. 2016.

STUPIELLO, É. N. de A. **Ética profissional na tradução assistida por sistemas de memórias**. São Paulo: UNESP Digital, 2014.

ZIZEK, S. **Primeiro como tragédia, depois como farsa**. Trad. Maria Beatriz Mendonça. São Paulo: Boitempo, 2011.

VENUTI, L. **Escândalos da tradução: por uma crítica da diferença**. Trad. Laureano Pelegrin et al. Bauru: EDUSC, 2002 [1998].

Artigo recebido em: 19.04.2017

Artigo aprovado em: 23.05.2017