

A TRADUÇÃO DA LITERATURA DE MASSA: DESAFIOS ESPECÍFICOS

THE TRANSLATION OF MASS LITERATURE: SPECIFIC CHALLENGES

Cynthia Beatrice COSTA*
Lenita Maria Rimoli PISETTA**

Resumo: Muito se discute teoricamente a respeito da tradução de prosa e poesia canônica e/ou complexa. A maior parte do mercado literário no Brasil, entretanto, ocupa-se com a produção de livros considerados comerciais, dirigidos ao grande público, que constituem a chamada literatura de massa. Isso significa que uma grande parcela dos tradutores literários lida com desafios peculiares a esse tipo de texto, os quais, como argumentamos neste artigo, não coincidem com aqueles mais debatidos no campo literário dos Estudos da Tradução. Baseando-nos nas reflexões teóricas de Pierre Bourdieu a respeito da estética popular e nas considerações de John Milton, Pascale Casanova, Lawrence Venuti e Marie-Hélène C. Torres sobre a circulação e a tradução de *best-sellers* internacionais, primeiramente delineamos o que entendemos por literatura de massa, elencando as características principais desse tipo de ficção. Depois, propomos cinco habilidades profissionais que podem contribuir para que o tradutor da literatura de massa desempenhe seu trabalho com a “lealdade” proposta pelo funcionalismo de Christiane Nord. Ainda que haja críticas pertinentes ao viés funcionalista, acreditamos que ele atenda melhor a essa prática tradutória específica do que teorias focadas na materialidade do texto literário. Respalhada, ao mesmo tempo, por um levantamento bibliográfico multidisciplinar, por dados numéricos relacionados à venda de livros e por exemplos de traduções publicadas, esta se configura como uma pesquisa aplicada, que, em última análise, deseja contribuir tanto para uma maior abertura dos Estudos da Tradução à literatura de massa quanto a um melhor desempenho profissional de tradutores inseridos no mercado editorial brasileiro.

Palavras-chave: tradução literária; literatura de massa; *best-seller*; mercado editorial brasileiro; expertise do tradutor.

Abstract: Much is discussed from a theoretical point of view about the translation of canonical and/or complex prose and poetry. Most of the literary market in Brazil, however, is concerned with the production of commercial books aimed at the general public, which constitute what is known as mass literature. This means that a large portion of literary translators deals with challenges peculiar to this type of text, which, as we argue in this article, do not coincide with those most debated in the literary field of Translation Studies. Based on Pierre Bourdieu’s theoretical reflections on popular aesthetics and on John Milton, Pascale Casanova, Lawrence Venuti and Marie-Hélène C. Torres’ considerations on the circulation and translation of international bestsellers, we first outline a notion of “mass literature”, listing the main characteristics of this type of fiction. We then propose five professional skills that can help translators carry out their work with the “loyalty” proposed by Christiane Nord’s functionalism. Although there may be pertinent criticism against this approach, we believe that it better serves this specific translation practice than theories focused on the materiality of the literary text. Supported, at the same time, by a multidisciplinary bibliographic survey, by numerical data related to the sales of books and by examples of published translations, this is proposed as applied research, which, ultimately,

*Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Tradução da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2016). Docente do curso de Tradução da Universidade Federal de Uberlândia -UFU, do Programa de Pós-Graduação em Estudos Literários da UFU e na Pós-Graduação em Estudos da Tradução da UFSC. E-mail: cynthiacos@gmail.com. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3063-0121>

** Doutora em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas (1999). Atualmente é professora Livre-Docente da Universidade de São Paulo. E-mail: lenitarimolip@usp.br. ORCID ID: <https://orcid.org/>

aims to contribute both to a greater openness to mass literature in the realm of Translation Studies and to a better professional performance by translators working in the Brazilian publishing market.

Keywords: literary translation; mass literature; bestseller; Brazilian publishing market; translator expertise.

Introdução

O campo literário dos Estudos da Tradução há muito tem se preocupado com a recriação da polissemia, do ritmo e de outros traços poéticos em uma nova língua. Os desafios para os tradutores literários são muitos. Nem toda literatura, porém, desafia tradutores da mesma forma. No Brasil, quem trabalha para o mercado editorial tem maiores chances de lidar com livros comerciais, produzidos para agradar a um maior número possível de pessoas. O presente estudo argumenta que esses textos, que costumamos chamar de “literatura de massa” ou de *best-sellers*, desafiam tradutores de maneira singular.

Partindo dessa premissa, esta pesquisa tem dois objetivos centrais: 1) delinear o que entendemos por literatura de massa, destacando suas principais características e separando-a da literatura complexa que tende a ser privilegiada em estudos literários e tradutórios; 2) elencar habilidades profissionais e estratégias tradutórias esperadas – pelo mercado, pelos leitores e por outros agentes envolvidos no processo – no trabalho com esse tipo de literatura.

É importante ressaltar que entendemos habilidades profissionais no sentido proposto por K. Anders Ericsson (2006, p. 4) no âmbito dos estudos da *expertise*, ou seja: “*Expertise* refere-se, então, às características, habilidades e ao conhecimento que distinguem especialistas de novatos e pessoas menos experientes”.¹ Não as abordamos pela via da aquisição de competências e subcompetências, como no modelo proposto pelo PACTE² (2005), embora haja pontos de contato. Isso porque nos interessa, sobretudo, especificar o que se espera de um tradutor especialista no contexto do mercado editorial brasileiro, importador voraz de literatura de massa. Consideramos que esse profissional potencialmente desempenha uma função no sucesso comercial de um livro estrangeiro – sucesso este almejado pelas partes envolvidas em todo o processo de produção de um *best-seller* (VENUTI, 2002; cf. NORD, 2016). Partimos do princípio, portanto, de que, ao contrário do que se possa talvez imaginar, a literatura de massa

¹ Esta e outras traduções realizadas ao longo do artigo foram feitas por nós. Texto original: “*Expertise then refers to the characteristics, skills, and knowledge that distinguish experts from novices and less experienced people*”.

² O Grupo PACTE (*Proceso de Adquisición de la Competencia Traductora y Evaluación* – Processo de Aquisição da Competência Tradutória e Avaliação), fundado pela pesquisadora-líder Amparo Hurtado Albir na Universidade Autônoma de Barcelona, conduz pesquisas sobre a aquisição de competências tradutórias.

exige *expertise* por parte do tradutor, o que abrange habilidades diferentes daquelas esperadas de um tradutor de textos canônicos e/ou complexos.

Ainda no que concerne à metodologia, baseamo-nos em levantamento bibliográfico, considerando as reflexões de Pierre Bourdieu (2007) a respeito da estética popular; de John Milton (2000), Lawrence Venuti (2002), Pascale Casanova (2002) e Marie-Hélène Catherine Torres (2009) sobre a literatura de massa, sua circulação e tradução; e de Christiane Nord (2016) quanto ao funcionalismo. Reunimos, também, números amplamente divulgados do mercado brasileiro,³ de modo a compreender o papel que a literatura de massa desempenha em nosso contexto editorial específico. Ademais, baseamo-nos em exemplos de traduções publicadas, de modo a confirmar a aplicabilidade prática dos resultados da presente pesquisa.

Este texto está dividido em outras três partes. Na primeira, circunscrevemos o campo da literatura de massa, separando-a da chamada “alta literatura”; depois, debatemos brevemente as principais características desse tipo de ficção e como estas podem afetar o processo tradutório; por fim, na terceira parte, propomos cinco habilidades profissionais do tradutor especializado em literatura de massa. Fechamos com as considerações finais.

1. Alta literatura x literatura de massa

É difícil empreender um debate acerca das diferenças entre tipos de literatura sem incorrer em proposições pejorativas. No entanto, driblar esse debate, ignorando as diferenças que de fato existem, não é frutífero quando consideramos o trabalho tradutório. Partimos do princípio, neste artigo, de que confrontar a “alta literatura” (ou literatura artística, complexa) com a literatura de massa não envolve uma hierarquização entre as duas: acreditamos que ambas desempenhem papéis relevantes para o público leitor e na carreira de tradutores literários, por isso, são merecedoras da atenção de estudiosos.

Evidentemente, há uma zona cinzenta entre as castas literárias. *A insustentável leveza do ser*, de Milan Kundera,⁴ e *O nome da rosa*, de Umberto Eco,⁵ são exemplos de livros comercialmente bem-sucedidos que não costumam ser identificados como literatura de massa.

³Relatórios divulgados pelo PublishNews em parceria com a Nielsen (especializada em pesquisa de *marketing*) e com o Sindicato Nacional de Editores de Livros (SNEL) e pela empresa GfK (especializada em estudos de mercado), além da detalhada pesquisa apresentada por Sandra Reimão em 2011.

⁴*Nesnesitelná lehkost bytí*, título original em tcheco, foi publicado primeiramente em uma tradução para o francês, com o título traduzido como *L'insoutenable légèreté de l'être*, em 1984. No Brasil, foi traduzido por Teresa Bulhões Carvalho da Fonseca de forma indireta, da língua francesa, como *A insustentável leveza do ser*. A primeira edição brasileira é da Nova Fronteira, do início de 1985; hoje, é publicado pela Companhia das Letras.

⁵Tradução de *Il nome della rosa*, publicado primeiramente na Itália em 1980 e mais tarde no mesmo ano no Brasil, com tradução de Aurora Fornoni Bernardini e Homero Freitas de Andrade. Costumava ser publicado com o selo Nova Fronteira, mas atualmente é a Record que dispõe dos direitos de publicação.

O pequeno príncipe, de Antoine de Saint-Exupéry,⁶ é um caso *sui generis* por seu alcance e sua longevidade. As sagas “O senhor dos anéis” (“The Lord of the Rings”, 1954), de J.R.R. Tolkien, e “Harry Potter” (publicada entre 1997 e 2007), de J.K. Rowling, objetos de estudo relativamente frequentes nas pós-graduações brasileiras, geram debates acalorados quanto à sua qualidade literária. Autores como Stephen King e Margaret Atwood habitam um entre mundos: não desfrutam (ao menos ainda) do prestígio literário de figuras como J.M. Coetzee e Svetlana Aleksievitch, mas também não são considerados popularescos. Já os romances policiais de Agatha Christie ocupam um lugar próprio – vistos indubitavelmente como literatura de massa, mas, em seu conjunto, também como dignos de admiração.

Ainda assim, de maneira geral e sem a pretensão de fechar a questão, é possível circunscrever o que se entende por literatura de massa: livros de ficção produzidos com vistas à venda, escritos propositalmente em linguagem acessível, com enredos formulaicos e personagens que convidam a uma fácil identificação por parte do grande público.

Do ponto de vista acadêmico, essa é a literatura que costuma ser tipicamente desdenhada. Ao passo que a literatura complexa ocupa um lugar de reverência na história ocidental, sendo sistematicamente autorizada pelas universidades como digna de ser lida e estudada (CURTIUS, 1996), a literatura popular, de massa ou de entretenimento vem adentrando a esfera acadêmica somente, e não sem obstáculos, desde o fim do século XX, como um provável efeito gradativo e inevitável “da erosão da velha distinção entre alta cultura e a chamada cultura popular ou de massa”⁷ (JAMESON, 1983, p. 112).

A divisão entre a alta literatura e a literatura de massa ainda fica nítida no âmbito dos Estudos da Tradução no Brasil, nos quais a herança concretista dos Irmãos Campos é particularmente forte (cf. CAMPOS; PIGNATARI; CAMPOS, 2006; CAMPOS, 2013). Partindo da noção da literatura como “arte verbal” (CAMPOS, 2013, p. 147), com uma linguagem “carregada de significado” (POUND, 2006, p. 32), esses tradutores-teóricos propuseram focar na materialidade do texto como forma de recriar a complexidade do poema ou da prosa poética em português brasileiro. Entendiam o ato tradutório como crítica e a criação literária, como um fim em si mesmo; seu intuito primordial seria a própria criação (LARANJEIRA, 1993). E, se o intuito é a própria criação, o artista não levaria em conta o gosto

⁶ *Le petit prince*, lançado na França em 1943, possui múltiplas traduções para o português brasileiro. Em geral, adotam o título *O pequeno príncipe*, usado na primeira edição brasileira de 1952, da editora Agir, com tradução de Dom Marcos Barbosa.

⁷ Tradução nossa de “erosion of the older distinction between high culture and so-called mass or popular culture”.

do leitor/receptor de sua obra, nem se preocuparia com condições mercadológicas. É o que Bourdieu aponta quando fala sobre a intenção pura do artista:

A intenção pura do artista é a de um produtor que pretende ser autônomo, ou seja, inteiramente dono do seu produto, que tende a recusar não só os “programas” impostos *a priori* pelos intelectuais e letrados, mas também, como a velha hierarquia do fazer e do dizer, as interpretações acrescentadas *a posteriori* sobre sua obra: a produção de uma “obra aberta”, intrínseca e deliberadamente polissêmica, pode ser assim compreendida como o último estágio da conquista da autonomia artística pelos poetas (...) (BOURDIEU, 2007, p. 11)

Esse posicionamento assumido por poetas, escritores, tradutores e teóricos da literatura e da tradução está em consonância com seu contexto histórico. Do modernismo em diante, a forma artística, em detrimento de sua mensagem, ganhou força nos meios intelectuais e acadêmicos. Em seu ensaio “The Translation of Mass Fiction” (2000), John Milton lembra que os Estudos da Tradução integram, tradicionalmente, a “alta cultura” (*high culture*), dominada por um “círculo aristocrático” (*aristocratic coterie*) com acesso a línguas e literaturas estrangeiras (MILTON, 2000, p. 171). De acordo com os preceitos desse grupo, as traduções ideais seriam lidas por uma elite culta, excluindo desse endereçamento a maior parte dos leitores. Milton baseia-se n’*A desumanização da arte* (1925), de Ortega y Gasset, para afirmar que o modernismo pode ter aprofundado ainda mais esse elitismo; ao passo que a arte romântica (“filha da democracia”⁸) apelava às emoções, o modernismo, focado na forma, resultou em uma espécie de movimento “antipopular” na arte, com obras de difícil acesso por parte do grande público (cf. ORTEGA Y GASSET, 2021).

Citando também Ortega y Gasset, Bourdieu (2007, p. 34) salienta que a arte moderna, “que se limita a levar até suas últimas consequências uma intenção inscrita na arte desde o Renascimento”, acaba por dividir o público entre duas castas antagonistas, a que compreende e a que não compreende, levando a um sentimento de inferioridade por parte dos que não compreendem. O menosprezo pela estética popular, segundo Bourdieu, está ligado a uma crença de que ela “implica a subordinação da forma à função” (p. 35), embora se possa argumentar que, ainda que ela privilegie a função, isso não elimina completamente a forma – apenas a hierarquia é invertida: ao passo que intelectuais tendem a valorizar a forma, a massa prefere o conteúdo e a experiência, isto é, o enredo, as personagens e a possibilidade de se identificar com elas. É por isso que as “classes médias” resistem à experimentação formal, já que esta pode frustrar uma “expectativa profunda de participação” (p. 35). Para esse público, a

⁸“child of democracy” (MILTON, 2000, p. 172).

experimentação formal pode levar à obscuridade, a um distanciamento com relação às convenções aceitas, o que o impediria de entrar no jogo e identificar-se.

É essa participação, esse envolvimento emocional, que pretende proporcionar a literatura de massa, ficção *pop* ou, simplesmente, os *best-sellers*, como também se convencionou chamar esse substrato do mercado editorial. Isso explica por que, no campo dos estudos literários, essa literatura é muito mais abordada pelo viés sociológico-temático – exemplo disso é a onda de estudos sobre distopia com base em sagas literárias populares (cf. FARIAS, 2019; GUIMARÃES, 2020) – ou, mais comumente ainda, como ferramenta para o ensino de literatura nas escolas (cf. ESPÍNDOLA; ROCHA, 2015). Ou seja, há uma preocupação de fato menor com sua forma literária e maior com sua função.

Já no âmbito dos Estudos da Tradução, a literatura de massa foi quase sempre abordada quanto à sua participação no mercado editorial (cf. VENUTI, 2002) e no sistema literário global (cf. CASANOVA, 2002); mais recentemente, têm sido realizados estudos mais variados, como sobre a recepção da tradução de *best-sellers* (cf. COSTA, 2021). Poucas são as análises preocupadas com a maneira de traduzir a literatura de massa quanto às suas peculiaridades linguísticas e culturais e com a responsabilidade de tradutores para com essa tarefa; uma exceção digna de nota são os estudos de Vanessa Lopes Lourenço Hanes (2014; 2015) sobre a tradução da obra de Agatha Christie no Brasil.

Percebe-se nessa recusa⁹ de abordar a tradução da literatura de massa em sua esfera prática, como se esse ato tradutório prescindisse de considerações teóricas, uma tendência ainda marcada na esfera dos Estudos da Tradução de dialogar sempre com os mesmos pares. Ao debruçar-se sobre a arte verbal, interessando-lhe, sobretudo, cotejar textos de partida com suas respectivas traduções para outras línguas, o estudioso da tradução desvenda as estratégias empregadas e, com frequência (ainda que os estudos descritivistas neguem tal prática), lamenta perdas incontornáveis de sentido e efeito. Está subentendida aí a sacralização do texto literário: as perdas geradas pelo processo tradutório são vistas como doloridas, às vezes gravíssimas. De acordo com o que foi proposto por Milton (2000), porém, pode-se atribuir a esse lamento uma contradição de base: do ponto de vista pragmático, a perda só será de fato dolorida para um grupo específico de conhecedores. Ou seja, um grupo que, potencialmente, conseguiria ler nas duas línguas em questão ou, ao menos, compreender que há diferenças intrínsecas entre elas.

⁹ Uma referência à noção de recusa desenvolvida por Bourdieu em sua discussão sobre a estética popular: “Tudo se passa como se a ‘estética popular’ estivesse baseada na afirmação da continuidade da arte e da vida, que implica a subordinação da forma à função, ou, se preferirmos, na recusa da recusa que se encontra na própria origem da estética erudita, ou seja, o corte radical entre as disposições comuns e a disposição propriamente estética” (BOURDIEU, 2007, p. 35).

A literatura de massa, por sua vez, não é traduzida para um grupo especificamente culto, mas para o grande público, que ou não conseguiria ler a obra de partida em língua estrangeira, ou não teria acesso a ela por questões financeiras e/ou logísticas. Trata-se de um público com menos mobilidade, portanto mais dependente do mercado editorial local.¹⁰ Esses leitores em geral não procuram ser intelectualmente desafiados por meio dessa leitura específica, já que estão lendo, sobretudo, para participar emocionalmente do livro (lembrando aqui a “participação” sugerida por Bourdieu), identificando-se com a problemática abordada e com as personagens, como bem resume Torres (2009):

O sucesso do *best-seller* depende da identificação do leitor com as personagens que evoluem numa problemática social contemporânea. O texto traduzido deve criar um mundo que o leitor reconhece. Outros critérios de sucesso do *best-seller*, tal como a simplicidade da linguagem, as imagens estereotipadas, a identificação clara das personagens, permitem que o leitor entre com facilidade no mundo imaginário do texto, porque os valores que as personagens representam e difundem são naturais e comuns para ele. (TORRES, 2009, p. 280)

Proporcionar essa entrada fácil no mundo imaginário do livro é, justamente, o que busca uma editora ao optar pela produção de um *best-seller* em potencial. Ao contrário da “intenção pura” do artista descrita por Bourdieu (2007, p. 11), a intenção dos envolvidos na produção da literatura de massa é popularizá-la e vender o máximo possível.

Em *Escândalos da tradução* (2002), referindo-se ao mercado editorial estadunidense, Venuti diz que investir em *best-sellers* é uma tendência percebida desde a década de 1970. De seu ponto de vista europeu, Casanova (2002, p. 213) vai além ao observar que essa tendência favoreceu a “circulação transnacional dos produtos editoriais concebidos para o mercado de massa”, fazendo surgir um tipo de romance especialmente destinado à circulação internacional, uma “*world fiction* fabricada artificialmente”. Pode-se depreender desse fenômeno que a demanda por tradução literária também cresceu, o que, em um país importador de literatura de massa como o Brasil, indica uma quantidade maior de tradutores trabalhando com esse tipo de texto.

¹⁰ Com essa descrição, não pretendemos separar radicalmente o leitor da literatura de massa do leitor da literatura complexa, pois há, obviamente, os leitores que se dedicam às mais variadas leituras. Um leitor eclético move-se entre a alta literatura e a literatura de massa. Porém, dois aspectos relevantes precisam ser levados em consideração: a atitude perante uma obra canonizada e um *best-seller* costuma ser diferente, ou seja, o horizonte de expectativa do leitor (cf. JAUSS, 1994) altera-se conforme o *status* cultural gozado pela obra; se o leitor culto tiver a habilidade de ler o *best-seller* em língua original, é possível que o faça, o que o torna menos dependente de traduções – uma prática especialmente comum entre leitores conhecedores de inglês.

2. Leitor em primeiro lugar

Observando-se os números do mercado editorial brasileiro,¹¹ não há dúvida de que se traduz muito mais para o grande público do que para uma elite poliglota e/ou acadêmica. Primeiramente, é preciso ressaltar que a ficção corresponde hoje, no período pós-pandemia de covid-19,¹² a cerca de 45% do faturamento do mercado editorial brasileiro, somando-se aí a ficção dirigida ao público infantojuvenil (24,86%) e ao público adulto (21,65%). Com pequenas variações ano a ano, os livros didáticos e a chamada “não-ficção *trade*”, composta por livros de autoajuda, negócios e espiritualidade, são responsáveis pela maior parte das vendas (NIELSEN-PUBLISHNEWS, 2021, p. 9). No âmbito da ficção estrangeira traduzida, são mais vendidos os gêneros *young adult* (YA) e o agora convencionado como “literatura *pop*”, antes conhecido de forma pejorativa como *chick lit*, ou ficção dirigida ao público feminino (PUBLISHNEWS, 2021).¹³

A principal característica da literatura de massa está em seu efeito de leitura – idealmente, precisa ser envolvente, do tipo *page-turner*: quem começa não consegue parar de ler. Esse efeito tem uma relação intrínseca com a construção de uma trama intrigante por parte do autor, mas também com a adoção de uma linguagem acessível e gostosa de ler, traço este que impacta diretamente o trabalho do tradutor, uma vez que ele procurará recriá-lo em sua língua. Nesse sentido, a deformação decorrente do processo tradutório sugerida por Antoine Berman como “enobrecimento” (BERMAN, 2012, p. 73) é enfaticamente evitada: em um livro de apelo ao gosto popular, uma linguagem rebuscada prejudica sobremaneira a experiência de leitura. É parte crítica do desafio do tradutor recriar a informalidade do texto de partida,¹⁴ encontrando estratégias para traduzir gírias, palavrões, abreviações, expressões idiomáticas e, sobretudo, a fluência dos diálogos. Sobre isso, voltaremos a falar na seção seguinte.

De maneira geral, pode-se afirmar que a linguagem da literatura de massa aproxima-se da jornalística, tanto por sua atualidade quanto pela clareza e, principalmente, por seu desejo de se comunicar com um público mais vasto possível. Ainda que não seja desprovida de trabalho estilístico, a linguagem costuma ser direta, o que constitui uma diferença crucial com relação à poeticidade em multicamadas que caracteriza a literatura complexa. Nesse sentido, do

¹¹ Baseamo-nos em relatórios divulgados pelo PublishNews e, especificamente, no “Painel do varejo de livros no Brasil – Resultados 2021 x 2020”, realizado anualmente em parceria entre a Nielsen e o Sindicato Nacional de Editores de Livros (SNEL) e considerado a principal fonte de dados de venda do mercado editorial brasileiro.

¹² A pandemia mudou significativamente a venda de livros no Brasil. Um dos efeitos foi o aumento da venda de livros de ficção (NIELSEN-PUBLISHNEWS, 2021, p. 9).

¹³ De fato, mulheres leem mais no Brasil (GfK, 2017, p. 4).

¹⁴ Em peso, traduz-se esse tipo de ficção principalmente da língua inglesa (REIMÃO, 2011, p. 202), cuja gramática costuma permitir uma informalidade maior do que a do português brasileiro escrito.

ponto de vista teórico, as premissas do funcionalismo atendem às expectativas dessa prática tradutória. Escreve Nord:

Segundo uma concepção funcional, tradução ou translação é a produção de um texto na língua de chegada (LC) que considera a função textual relacionada a um TP [texto de partida] existente, sendo que essa relação é especificada de modo diferente, de acordo com o escopo da tradução (a função do TC [texto de chegada] pretendida ou exigida). (NORD, 2016, p. 14)

Diferentemente, portanto, da noção romântica de uma literatura escrita como necessidade e/ou impulso de autoexpressão (cf. BALDICK, 2001, p. 222), a ficção produzida para o grande público é mais orientada à recepção do que à fonte; nunca se deve perder de vista o público ao qual a obra é endereçada, pois esse deve entendê-la e desfrutar dela como entretenimento ou escapismo. Não se trata apenas de uma primazia comercial, mas de uma valorização da comunicação: é preciso que a obra comunique algo a alguém. O texto é entendido, portanto, como “oferta de informação de um emissor a um receptor” (REISS; VERMEER, 2014 citados por NORD, 2016, p. 15).

Uma crítica frequente à visão funcionalista, e que se aplica a esse caso, é de que “tradutores funcionalistas não teriam uma ética própria, limitando-se a seguir uma ética baseada nos ditames do cliente, e que o tradutor se isentaria da responsabilidade por seu trabalho” (ESTEVES, 2014, p. 23). É fato que, ao traduzir a obra para outro contexto cultural, espera-se, da parte do tradutor, uma lealdade para com os variados agentes envolvidos no processo. No entanto, é preciso lembrar que isso não o isenta da responsabilidade para com a sua tarefa, já que, em certa medida, só ele tem controle de suas decisões – o que também indica uma liberdade maior por parte do tradutor do que supõem os críticos mais ferrenhos ao funcionalismo. Como explica Nord:

Visto que tradutores lidam com participantes de uma ação (cliente, público da cultura de chegada, autor(a) do TP) que esperam um TC condizente com a função e com certo vínculo com o TP e que não têm condições de verificar se o TC entregue corresponde a essas condições, os tradutores devem lealdade aos participantes da ação. Estes precisam poder acreditar que o encargo foi executado da melhor maneira possível. (NORD, 2016, p. 14)

Nota-se, desse modo, que a missão do tradutor de literatura de massa é recriar, em seu contexto de chegada, a função desempenhada pelo texto em seu contexto de partida. Em outras palavras: na melhor das hipóteses, se a obra foi/é um *best-seller* na língua em que foi originalmente escrita, espera-se que esse efeito seja reproduzido em outras línguas/culturas,

como observa Venuti (2002) sobre a expectativa de que textos estrangeiros de sucesso comercial desempenhem sucesso semelhante na cultura de chegada.

Quando o desempenho esperado vai se reproduzindo em variadas culturas, a obra pode se tornar um fenômeno mundial, isto é, “um *best-seller* internacional para um público internacional” (CASANOVA, 2002, p. 87). Foi o caso dos três livros da série “Cinquenta tons de cinza” (“*Fifty Shades of Grey*”),¹⁵ de E.L. James, cujo primeiro episódio mantém sua marca de romance mais vendido de todos os tempos na Grã-Bretanha,¹⁶ superando, inclusive, os livros da saga “Harry Potter” e o *best-seller* *O código Da Vinci* (*The Da Vinci Code*, 2006), de Dan Brown. No mês de julho de 2012, ano de seu lançamento, a trilogia de E.L. James chegou a ficar responsável por 75% do mercado de ficção nos Estados Unidos,¹⁷ um sucesso comercial repetido em países como a Alemanha, onde vendeu um milhão de exemplares em meio ano, e no Brasil, no qual a saga ocupou os três primeiros lugares na lista dos livros mais vendidos, somando uma venda de 1.101.869 exemplares em um intervalo de cinco meses (VEJA, 2012; PUBLISHNEWS, 2012). A título de comparação, basta considerar que *Torto arado*, romance nacional de Itamar Vieira Jr. lançado em 2019 e livro de ficção comercialmente mais bem-sucedido em 2021, vendeu 74.090 exemplares. Já *A garota do lago* (*Summit Lake*, 2016), de Charlie Donlea (traduzido por Carlos David Szlak), que ficou em segundo lugar, vendeu 56.101 (PUBLISHNEWS, 2022).

Evidentemente, variados agentes estão envolvidos em um efeito dominó como o de *Cinquenta tons de cinza*. Como já ressaltou Venuti no início dos anos 2000, a mídia eletrônica, ajudada pela televisão e pelo cinema, são “forças comerciais potentes [que têm] possibilitado a criação de *best-sellers* antes da publicação, pelo uso de um elaborado esquema de promoção e *marketing*” (VENUTI, 2002, p. 289). Na atualidade, esse esquema está, certamente, muito mais elaborado: já se lança o livro com a expectativa de uma adaptação para o cinema ou para as plataformas de *streaming*. A venda do livro é estimulada pela adaptação e vice-versa, em uma operação em que ambos os lados são beneficiados (LEICESTER, 2018).

Outro subproduto desse esquema é o público aficionado. Com frequência, fãs de um determinado autor esperam, ansiosos, pelo lançamento de uma próxima tradução – apesar de,

¹⁵ A trilogia, editada no Brasil pela Intrínseca, foi traduzida para o português brasileiro por três tradutoras diferentes. Em ordem de livros, Adalgisa Campos da Silva, Juliana Romeiro e Maria Carmelita Dias, respectivamente. Essa divisão do trabalho deu-se, muito provavelmente, à pressa de se lançar os volumes em sequência, com intervalos de um mês entre um e outro.

¹⁶ *Fifty shades*, título original da série de livros de E.L. James, é considerada a maior *best-seller* da década de 2010, inclusive no Brasil, com impressionantes 150 milhões de cópias vendidas no mundo (CAIN, 2020). No Brasil, o primeiro volume da série foi o livro mais vendido de 2012.

¹⁷ Dados do relatório “The U.S. Entertainment Consumer Report – State of the Media” (NIELSEN, 2013).

curiosamente, traduzirem de forma independente antes (a chamada *fan translation*). Isso ocorre, por exemplo, com sagas compostas por uma série de volumes. Para o tradutor, pode implicar uma espécie de competição, já que ele não será o único a traduzir a obra naquele determinado tempo-espço. Pode levá-lo, ainda, à adoção de algumas estratégias: entender o porquê do sucesso, de modo a possivelmente valorizar, em seu trabalho, determinado aspecto muito querido pelos fãs; familiarizar-se com a maneira como os fãs têm traduzido a obra, seja para manter o padrão, seja para modificá-lo conscientemente; manter decisões vocabulares do início ao fim, tendo em mente que boa parte do público lerá todos os livros, às vezes até mesmo em sequência. Essas são decisões tomadas, com frequência, em conversas com os editores.

Entretanto, dificilmente o tradutor terá a oportunidade de explicar, publicamente, seus procedimentos. Com poucas exceções, o tradutor da literatura de massa continua condenado à invisibilidade. No Brasil, seu nome costuma aparecer no expediente, na ficha catalográfica e, com sorte, na folha de rosto, mas nunca na capa. A ausência de paratextos explicativos nas edições colabora para a invisibilidade. Sobre isso, comenta Torres:

Outra regra geral para os *best-sellers* é que o discurso de acompanhamento, isto é, prefácios, introduções, notas do tradutor e outro posfácio, é inexistente. A função do discurso de acompanhamento bem como a do metatexto (notas e glossários) é de informar um público leitor específico, e particularmente interessado em precisões culturais, intelectuais, literárias. Mas os leitores de *best-sellers* não têm o privilégio de uma apresentação do autor ou do tradutor pois o próprio do *best-seller* é ser acessível a um público vasto e heterogêneo, tanto social, intelectual, cultural e profissionalmente, quanto do ponto de vista da idade, do sexo, etc. – público que notas ou prefácios “incomodariam”. (TORRES, 2009, p. 278-279)

Enquanto os Estudos da Tradução têm colaborado paulatinamente para a visibilidade do tradutor do cânone, chegando até mesmo a aproximá-lo do papel de autor ou coautor (cf. COSTA, 2016), o tradutor da literatura de massa permanece no anonimato, como se seu trabalho não envolvesse criatividade, nem fosse digno de reconhecimento. Um trabalho, de fato, fabril (MILTON, 2000, p. 177).

3. A tradução da literatura de massa

Como já foi abordado no item anterior, alguns aspectos caracterizam o trabalho do tradutor da literatura de massa. Antes de qualquer coisa, é preciso frisar que, do ponto de vista da responsabilidade com relação à tarefa que lhe é atribuída, o tradutor da literatura de massa não difere de outros tradutores (literários ou não). Ao comentar a tradução da ficção *pop* na China, Sara Rovira Esteve considera que a dedicação do tradutor independe de julgamentos qualitativos do texto em questão:

A literatura *pop* é com frequência menosprezada por ser superficial e de pouco valor literário. No entanto, espera-se que tradutores se empenhem para realizar o melhor trabalho possível e, do ponto de vista profissional, a qualidade do trabalho é sempre imprescindível – quer o trabalho que tenham pela frente seja considerado de pouco ou de grande valor literário.¹⁸ (ESTEVA, 2007, p. 15)

Em outras palavras, não é porque um texto literário é menos complexo que isso signifique que o tradutor seja necessariamente menos cobrado, ou que o tradutor não possua uma responsabilidade ética para com aquela tarefa.

Em entrevista, ao responder como lidava com “textos de nível qualitativo tão diferente”, Lia Wyler ilustrou a ética do tradutor profissional:

Uma relação muito rica e nela reside a diferença fundamental entre um tradutor profissional e outro cujo rendimento principal venha de outra fonte. **O tradutor profissional aceita e procura tirar o melhor proveito do que lhe é oferecido**, mas, sem dúvida, eu gostaria que os editores, seus prepostos e prepostos dos prepostos, fossem capazes de perceber que as melhores traduções são feitas quando há uma afinidade entre escritor e tradutor. (WYLER, 2001, p. 208; grifos nossos).

O trabalho, portanto, pode ser proveitoso para o próprio tradutor. Certamente há tradutores que gostam do *pop* e direcionam sua carreira a ele. E outros que acabaram se especializando nessa área. De toda maneira, como ressalta Wyler, o tradutor profissional traduz também para se sustentar, o que significa que suas habilidades podem impactar, diretamente, a quantidade e qualidade de trabalho que lhe é atribuída.

A seguir, listamos algumas das habilidades profissionais esperadas dos tradutores e estratégias que costumam ser adotadas nesse tipo de trabalho. A intenção não é normativa, no sentido de ditar o que deve ou não ser feito, mas de organizar minimamente os desafios peculiares a esse tipo de tarefa e as possíveis exigências que a acompanham. Emprestamos a noção de “habilidade profissional” do campo dos estudos da *expertise* (ERICSSON, 2006), em sua interface com o estudo do processo tradutório (cf. SILVA, 2007; SILVA; COSTA, 2015), porque a presente reflexão não é dirigida à formação de tradutores, mas ao seu melhor desempenho profissional. Objetiva descrever o que de fato é praticado na tradução da literatura de massa e quais habilidades parecem ser particularmente desejáveis nessa prática. Isso pode contribuir para o tradutor já profissionalizado e até mesmo especialista, à medida que o convida

¹⁸ “Pop literature is often dismissed as being superficial and of little literary value. However, as professionals, translators are expected to apply themselves to always do the finest job possible, and as professionals the quality of their work is paramount whether the work they have before them is considered to be of little or great literary value”.

a uma metarreflexão, a um monitoramento do próprio processo de tradução e à reflexão sobre ele *a posteriori* (SILVA; COSTA, 2015). Proposta por Fábio Alves (2005) no contexto da *expertise* em tradução, a metarreflexão é imprescindível para a tomada de decisão consciente e para um melhor desempenho por parte do tradutor conforme ele vai se especializando.

Outra ressalva também se faz necessária: as habilidades listadas são interligadas e se sobrepõem umas às outras. Consideramos relevante separá-las no intuito de especificar o máximo possível os conhecimentos e as atitudes que mais podem impactar a qualidade do trabalho.

Os exemplos selecionados foram retirados de livros que alcançaram algum ou muito sucesso comercial no Brasil. Entendemos que as habilidades profissionais dos tradutores, embora não sejam a razão principal da venda de um livro, podem colaborar para esse sucesso, atendendo ao que é esperado pelas editoras que os contratam e pelo público final (cf. NORD, 2016). Observar o trabalho dos tradutores também nos dá a oportunidade de confirmar que há uma lógica por trás de suas escolhas e que estratégias específicas são colocadas em prática na tradução da ficção voltada para o grande público.

3.1 Conhecer a forma falada atual das línguas¹⁹

Sim: as formas faladas das línguas de partida e de chegada no dia a dia, não somente as línguas escritas. Pode parecer um conhecimento óbvio para um tradutor, mas, na prática, não é. Manter-se atualizado com as formas coloquiais precisa ser um esforço consciente e cotidiano.

A língua adotada na literatura de massa é, salvo exceções, a língua padrão corrente do país de origem do livro. Mais especificamente, a língua padrão da classe média cosmopolita. Disso decorre a necessidade de tradutores se manterem atualizados com relação ao emprego das duas línguas – tanto a de partida quanto a de chegada, sob o risco de se equivocar no uso de expressões idiomáticas e de desatualizar, dificultar e/ou enobrecer demais o texto (cf. BERMAN, 2012). O conhecimento de gírias e abreviações é particularmente desafiador, pois seu emprego muda constantemente, sobretudo na era da internet.

Como serão resolvidas essas questões na tradução é uma preocupação, inclusive, por parte dos editores ao comprarem os direitos de livros carregados de gírias e afins. Renata

¹⁹ Esse conhecimento relaciona-se com a subcompetência bilíngue e com a subcompetência extralinguística listadas pelo PACTE (2005), mas é particularmente direcionado a uma língua falada no dia a dia, somada aos conhecimentos do mundo cotidiano. O conhecimento de língua do tradutor da literatura de massa não pode ser exclusivamente erudito.

Pettengill, editora-executiva do Grupo Editorial Record, falou em uma entrevista a respeito de sua tradução brasileira de *Holy Cow*, de David Duchovny:

Ufa, li tudo de uma vez só e já deixo aqui minhas impressões: achei sensacional. É engraçado, irônico, metalinguístico e supergostoso de ler. Tem tudo pra ser um *best-seller*. Acho que o único problema se encontra na tradução, já que ele usa muita gíria americana (e de ídiche), jogos de palavras e faz muita referência à cultura pop. (LAMEGO, 2016, s/p)

É curioso observar como a editora-tradutora resume o candidato a *best-seller*: supergostoso de ler. Seu receio quanto ao vocabulário do livro é compreensível, mas a consciência dos desafios na tradução possivelmente a orientaram em suas estratégias, assim como um palpável conhecimento de gírias e referências *pop* – o livro, de fato, é repleto delas. Em dado momento, por exemplo, a protagonista Elsie, uma vaca, fala de sua “BFF” (abreviação de *best friend forever*), o que é mantido dessa forma no português brasileiro, com a diferença de que, em inglês, encontra-se em letras minúsculas (*bff*). Nesse exemplo, vê-se que o conhecimento das línguas faladas – de partida e de chegada – permite a escolha de deixar em língua estrangeira o que de fato é usado em língua estrangeira na cultura de chegada. Na atualidade, “BFF” é uma gíria absorvida e disseminada no Brasil.

Nem sempre a tradução de uma gíria resultará em outra gíria, ou vice-versa. Cabe à sensibilidade do tradutor escolher quando usar gírias e expressões mesmo quando estão ausentes no texto de partida. Pettengill traduziu “Oh yeah, we believe in God. In the shape of a cow. Not really. Scared you, though, didn’t I?” (DUCHOVNY, 2015, p. 6) por “Ah, é, nós acreditamos em Deus. Que, na verdade, é uma vaca. Só que não. Assustei você, né?” (DUCHOVNY, 2016). Nesse caso, pode-se observar as marcas de oralidade, que serão tratadas adiante, e o uso da expressão “só que não”, muito difundida na internet há alguns anos e hoje menos usada, como tradução de “not really”, uma expressão dicionarizada que, apesar de ter ganhado ares de modismo na década de 2010, está dentro da norma padrão da língua inglesa. Essa escolha indica um desejo de atualidade, sem a preocupação de que a expressão possa logo cair em desuso – afinal, o *best-seller* é voltado para o aqui-agora.

3.2 Cultivar familiaridade com o público jovem

Espera-se que o tradutor de *best-sellers* tenha uma noção do público para o qual escreve. No caso de romances policiais e literatura *pop* para adultos, a preocupação com a especificidade do leitor é menor, pois se trata de um público vasto – a tendência, nesse caso, é adotar uma linguagem “padrão”, parecida com a que é usada no jornalismo e na televisão. *Best-sellers* já

consolidados também orientam novos *best-sellers*, definindo uma espécie de linguagem artificial e própria desse tipo de publicação.

No segmento *young adult*, no Brasil maior que o de ficção para adultos, os parâmetros são outros. O trabalho do tradutor é facilitado por sua familiaridade com o público: com suas gírias do momento, seus gostos e, principalmente, com o fato de que essa é uma parcela da população que, ainda que não seja fluente, costuma ter algum conhecimento de língua inglesa (da qual a maior parte dos livros é traduzida), sobretudo do vocabulário que mais lhes interessa, e das culturas estadunidense e britânica, pois mantém contato com elas por meio da internet.

Há que se ter muito cuidado, por exemplo, na adoção de gírias. Ao mesmo tempo em que são bem-vindas, seu uso é altamente vigiado pelo público interessado, isto é, o público que de fato as usa no dia a dia. Um exemplo de recepção negativa relatado por Carolina Gomes da Costa (2021) está relacionado à escolha da tradutora Camila Pohlmann – ou de outros envolvidos no processo de produção do livro, como editores e revisores – por “santíssima trindade do boy magia” como tradução de “it was the holy trinity of hot boys” (ARMENTROUT, 2012, s/p) no livro *Obsidiana* (ARMENTROUT, 2015, s/p), primeiro volume de uma saga de fantasia voltada ao público juvenil. A princípio, trata-se de uma tradução criativa e até divertida, que inclusive aparece em memes na internet. Porém, houve quem tenha reclamado, percebendo em “boy magia” uma brasilidade (por incrível que pareça, já que a expressão contém uma palavra em inglês) incompatível com um livro estadunidense. No texto de partida, de fato não se trata de uma gíria do momento (*hot boys*), mas de uma expressão, ainda que informal, já consolidada em língua inglesa. No português brasileiro, porém, “boy magia” era uma gíria corrente no ano de lançamento do livro, o que indica, como no caso do “só que não” citado anteriormente, um desejo de falar ao público em sua linguagem atualíssima. Esse se mostra, no entanto, um terreno escorregadio, e cabe à *expertise* do tradutor, que inclui sua familiaridade com o público a que se dirige, a decisão de utilizar ou não gírias do momento.

3.3 Usar com equilíbrio as marcas de oralidade

Assim como ocorre com gírias, as marcas de oralidade exigem um equilíbrio fino: “Todo efeito de verossimilhança depende de um cálculo muito preciso; basta uma única nota dissonante, um passo em falso, para que ele desapareça” (BRITTO, 2012, p. 93). Paulo Henriques Britto não está se referindo, aqui, à tradução da literatura de massa em específico, mas essa é uma observação bastante cabível a textos repletos de diálogos, como costumam ser os *best-sellers*.

O envolvimento emocional com o livro tem relação com um sentimento de naturalidade durante a leitura. Isto é, quanto menos o público estranhar a forma de falar das personagens (a menos que a estranheza seja proposital), melhor. A ideia é “formular diálogos ficcionais mais próximos da realidade falada”, criando “um efeito de verossimilhança, ou seja, a ilusão de que o diálogo seria real” (AMORIM, 2018, p. 137-138).

A língua falada é menos formal que a escrita em idiomas ocidentais como um todo, e, no português brasileiro, essa diferença é notória. No entanto, no ato tradutório, parece haver uma resistência nesse sentido: a tendência é que ainda se empregue em diálogos uma língua artificial, que não seria falada em praticamente nenhum contexto. O pronome enclítico (depois do verbo), por exemplo, ainda é visto em muitas traduções de diálogos atuais, o que pode soar como um rebuscamento excessivo, já que não é exagero afirmar que ninguém fala assim.

No trabalho com livros em que diálogos ocupam, senão a maior, boa parte das páginas, espera-se que o tradutor demonstre um bom manejo nesse sentido. Para tanto, é preciso que saiba equilibrar o uso de diminutivos, interjeições e marcas fonéticas²⁰ como “tô”, “tá”, “pra” e “né”, lembrando-se que um passo em falso pode quebrar o efeito desejado.

Apesar da resistência, aos poucos já se pode notar na literatura de massa maior flexibilização da norma culta. Trata-se de um movimento bem-vindo, pois diálogos contemporâneos, no que diz respeito à verossimilhança citada por Britto e Amorim, de fato beneficiam-se da utilização de marcas de oralidade. Como no exemplo a seguir, no que diz respeito ao uso oral do imperativo:

“**Levanta**, eu quero meu café da manhã”.

Arrastei-me para fora da cama e entrei tropeçando na cozinha. A caçarola que eu usava para ferver leite estava caída no chão.

Assim que me viu, Bob deslizou propositadamente em direção a sua tigela.

– **Ok, companheiro, captei a ideia** – disse, abrindo os armários e pegando um sachê de sua ração de frango favorita. (BOWEN, 2014, p. 69; grifos nossos)

No trecho acima, de *Um gato de rua chamado Bob* (*A Street Cat Named Bob*), de James Bowen, com tradução de Ronaldo Luís da Silva, vê-se claramente a discrepância entre a fala do gato (“levanta”, como tradução de “get up”) e a do narrador, esta segunda mais formal. Ao falar com o gato, o narrador volta à informalidade – assim como em inglês, em que ele diz “Ok, mate, I get the picture”.

²⁰ Para mais sobre a discussão da tradução literária de marcas de oralidade, cf. BRITTO, 2012, p. 92-93. Sobre a tradução de marcas de oralidade em Agatha Christie, cf. HANES, 2014, p. 325.

O uso excessivo das marcas de oralidade, por outro lado, pode afastar o leitor quando este sente que o texto está simplesmente mal escrito. Esse fenômeno aparentemente contraditório apontado por Lauro Maia Amorim (2018), mas que está de acordo com as reflexões de Bourdieu (2007), é de que “obras associadas à alta literatura, por estarem mais diretamente relacionadas à própria experimentação estética e linguística” são mais propensas “à admissão da heterogeneidade linguística” do que os *best-sellers* (AMORIM, 2018, p. 161).

3.4 Domesticar para se aproximar do leitor

A domesticação é entendida aqui como estratégia e como habilidade, isto é, a habilidade de se domesticar estrategicamente um texto.

Venuti apontou, não sem certo dissabor, para a tradução fluente do *best-seller*, cuja “ênfase é posta na familiaridade, a ponto de tornar a linguagem praticamente invisível” (VENUTI, 2002, p. 240). Por certo, espera-se que a linguagem da literatura de massa seja fluida e, embora isso possa ter um peso negativo à luz da discussão proposta por Venuti, pode-se argumentar, por outro lado, que o leitor que busca entretenimento não quer ter sua diversão dificultada (ou impedida) por um texto desnecessariamente complicado. Lembrando-se que complicado não equivale a complexo; um texto pode ser simplesmente difícil de entender, sem que isso lhe atribua profundidade ou complexidade. Em sua pesquisa a respeito de traduções de Agatha Christie, por exemplo, Hanes (2014, p. 329) notou uma elevação no registro nas edições mais antigas, o que certamente não tornou seus romances policiais mais complexos do ponto de vista literário.

É evidente que, diante de um texto voltado para o grande público, espera-se que o tradutor caminhe até o leitor, facilitando sua tarefa de leitura. Como considera Britto:

Quando a tradução é destinada a leitores com menos sofisticação intelectual, ou a um público infantojuvenil, o tradutor tenderá a lançar mão de estratégias domesticadoras, com o objetivo de não afastar o leitor, que talvez deixasse o livro de lado se encontrasse uma dificuldade excessiva na leitura. (BRITTO, 2012, p. 64)

A linguagem fluída do *best-seller* não equivale, porém, a um menor esforço por parte do tradutor. Recriar um texto agradável, acessível e rápido de ler em outra língua representa um desafio e exige prática. Considerando-se um excerto de *O caçador de pipas* (*The Kite Runner*), de Khaled Hosseini, que ficou por 40 semanas na lista dos mais vendidos no Brasil em 2006 (SIMÕES, 2006), em tradução de Maria Helena Rouanet:

Há um outro clichê de que o meu professor de redação literária certamente **debocharia**: tal pai, tal filho. Mas era verdade, não era? O que acabei descobrindo é que *baba* e eu éramos **muito mais** parecidos do que jamais poderia imaginar. Nós dois traímos as pessoas que dariam a vida por nós. (HOSSEINI, 2005, p. 226; grifos nossos)

Comparando-se ao trecho de partida:

Here is another cliché my creative writing teacher **would have scoffed at**; like father, like son. But it was true, wasn't it? As it turned out, Baba and I were **more** alike than I'd ever known. We **had both betrayed** the people who would have given their lives for us. (HOSSEINI, 2013, p. 226; grifos nossos)

Temos, então, pequenas marcas de domesticação, com vistas a tornar o texto mais acessível em língua portuguesa. O ponto e vírgula foi substituído por dois pontos, mais usual ao se anunciar algo (no caso, o provérbio “tal pai, tal filho”); acrescentou-se o “muito” como ênfase em “muito mais parecidos”, um uso comum entre brasileiros; o tempo verbal foi simplificado na última frase, passando do *past perfect* no inglês (equivalente ao mais-que-perfeito composto) ao pretérito perfeito no português.

Um exemplo que combina domesticação e marca de oralidade é o emprego do diminutivo, comum em português brasileiro. Como no trecho narrado em primeira pessoa:

Deve trabalhar como voluntária em algum lugar, pois às segundas e sextas sai de casa um pouco depois das onze, mais ou menos na hora em que acordo, e volta lá pelas cinco, cinco e meia, quando já estou escolhendo o **filminho da noite**. (O de hoje é O homem que sabia demais, pela enésima vez. Sou a mulher que via demais). (FINN, 2018, p. 14; grifos nossos)

Nota-se, nessa passagem de *A mulher na janela (The Woman in the Window)*, de A.J. Finn, traduzido por Marcelo Mendes, o uso casual de “filminho”, corriqueiro entre brasileiros. Em inglês, não se encontra no diminutivo:

And she must volunteer someplace – she leaves the house a little past eleven on Mondays and Fridays, around the time I get up, and returns between five and five thirty, just as I'm settling in for my **nightly film**. (This evening's selection: The Man Who Knew Too Much, for the umpteenth time. I am the woman who viewed too much.) (FINN, 2018, s/p)

Outras modificações demonstram, novamente, como a estratégia da domesticação – entendida como uma aproximação deliberada em direção ao leitor – é empregada na tradução da literatura de massa. O travessão, mais usado no inglês do que no português informal, foi

substituído por vírgula; “between five and five thirty” foi traduzido de forma mais direta e oral, como “cinco, cinco e meia”. Por fim, a aliteração Knew/viewed foi recriada em sabia/via.

É relevante observar, com base nesses exemplos, que a aversão de Venuti (2002) à domesticação não se justificaria na leitura de textos contemporâneos publicados no Brasil, pois não se adota, de forma geral, uma estratégia de domesticação exagerada, a ponto de apagar a cultura de partida. Pelo contrário: como sugere Britto (2012, p. 63-64), o que se busca é um equilíbrio, mantendo referências estrangeiras – nos exemplos dados, vemos BFF, *baba*, o filme de Hitchcock – sem prejudicar a aproximação do leitor.

3.5 Conhecer o universo pop

Livros produzidos para o grande público dialogam com a contemporaneidade, e espera-se que sua tradução corresponda “às expectativas atuais da cultura doméstica” (VENUTI, 2002, p. 236). Hoje, por exemplo, são comuns temáticas relacionadas ao autoritarismo do Estado, ao feminismo e ao combate ao racismo e à xenofobia. Disso decorre a necessidade de tradutores manterem-se minimamente atualizados com relação ao que se passa na sociedade, tanto do ponto de vista da informação (por meio da leitura do noticiário, por exemplo) quanto dos debates cotidianos (presentes nas rodas de conversa e nas redes sociais).

Porém, não basta se manter atualizado. O universo *pop* como um todo – referências a personalidades, canções, livros, séries de TV, crimes famosos... – costuma “pipocar” nos *best-sellers*. Idealmente, o tradutor deve ter uma noção geral da cultura de massa, conseguindo reconhecer alusões variadas, de Jack, o Estripador a estrelas do atual *pop* coreano.

Já no sumário de *Holy Cow – Uma fábula animal* vemos títulos de capítulos mantidos em inglês. Um deles é uma apropriação um pouco modificada da canção da banda Pink Floyd, “Comfortably Numb” (algo como “confortavelmente entorpecido”), transformada em “Uncomfortably Numb” (portanto, algo como “desconfortavelmente entorpecido”). O título do capítulo em inglês é “Uncomfortably Numb (see Floyd, Pink)”, mas este só é inteiramente traduzido no interior da edição brasileira, não no sumário, no qual não aparece a brincadeira com o nome da banda citado como fonte acadêmica. De toda forma, no capítulo 12, “Uncomfortably Numb (*ver* Floyd, Pink)”, a vaca Elsie está apática, “completely numb” no texto de partida e “completamente entorpecida”, na tradução de Pettengill. Em português, é perdida, assim, a relação direta com o título, mas é mantida a referência *pop*. É possível que tirar o título da canção da banda britânica, muito conhecido entre amantes do rock no Brasil, seria mais prejudicial para um livro *pop* como esse do que não repetir as palavras do título dentro do capítulo.

No segmento juvenil, ícones que cercam o imaginário dos jovens de classe média são ainda mais recorrentes. Um exemplo de *Viúva negra* (2020), da Marvel:

Na manhã seguinte, bateram na porta antes de o despertador parar de tocar. O velho rádio-relógio tocava uma canção das antigas, “**Nobody Loves the Hulk**”, da banda **The Traits**. O som se ergueu sobre a escrivaninha ao lado da cama de Alex, mas ele nem se mexeu com o barulho.

Aliás, continuou roncando.

Alex ficara acordado até tarde no dia anterior fazendo a mala para a viagem, e é por isso que **um furacão parecia ter passado em seu quarto**, com roupa para todo lado (limpas e sujas, como se precisassem ficar separadas...), pilhas de histórias em quadrinhos e colecionáveis em todas as prateleiras (mas não nas embalagens originais – Alex se recusava a ser esse tipo de colecionador) e um excêntrico pôster do Homem de Ferro na parede. (**Não parecia importar a Alex que a cabeça da Taylor Swift estivesse colada sobre o corpo do Tony Stark. Taylor Stark era a piada mais duradoura de Dante.**) (STOHL, 2020, s/p; grifos nossos)

Tradução do seguinte trecho:

The next morning, the pounding on the door began before the alarm went off. The ancient clock radio played an old song, “**Nobody Loves the Hulk**,” by the **Traits**. It blared from the desk next to Alex’s bed, but he didn’t even flinch at the noise.

In fact, he snored at it.

Alex had stayed up late packing for his trip, which was why **his room now rocked the tornado-swept look**, with laundry everywhere (clean and dirty, as if those needed to be kept apart), stacks of comics and collectibles on all the shelves (but not in original packaging—Alex didn’t want to be that guy), and an off-kilter poster of Iron Man hanging by one corner. (**It didn’t seem to matter to Alex that Taylor Swift’s head was pasted on Tony Stark’s body. Taylor Stark was Dante’s longest-running joke.**) (STOHL, 2015, s/p)

O texto possui referências à cultura jovem atual – cultura essa que é além-fronteiras, devido à globalização e à presença massiva de jovens nas redes sociais acessadas em grande parte do mundo. Além da clara estratégia de domesticação, empregada no esclarecimento de que The Traits é uma banda e na descrição do *tornado*/furacão que passou pelo quarto (furacão é muito mais usado nesse contexto no Brasil), há uma familiaridade na menção a Tony Stark, o Homem de Ferro, e a Taylor Swift, cantora estadunidense muito popular na atualidade: “**da Taylor Swift como se estivesse colada sobre o corpo do Tony Stark**”. Essa estratégia aproxima o texto da realidade do leitor *young adult*.

Ainda que se possa argumentar que bastaria a qualquer tradutor fazer uma rápida busca virtual para encontrar quem é quem, sem dúvida manter-se cotidianamente informado facilita o processo.

Considerações finais

Esta é uma pesquisa aplicada, pois objetiva, em última análise, impactar a prática de tradutores. Para tanto, partimos de algumas premissas: 1) a literatura de massa diferencia-se da literatura complexa, portanto as estratégias adotadas na tradução de uma e de outra também são distintas; 2) a literatura de massa possui características que influenciam a prática de seus tradutores; 3) é possível, com base nessas características, elencar habilidades profissionais que contribuem para que o tradutor cumpra a sua função.

Não nos parece produtivo debater a submissão dos tradutores à lógica do mercado, ainda que se possa considerar essa uma crítica pertinente ao viés funcionalista da tradução. Adotamos neste estudo uma postura pragmática com relação ao funcionamento do mercado editorial no Brasil, considerando suas práticas e seus números de vendas, acreditando assim poder colaborar para a discussão em torno da literatura de massa como fenômeno cultural consonante com a estética popular, tal qual proposta por Bourdieu (2007). Também acreditamos poder contribuir para uma abertura dos Estudos da Tradução para além do cânone e da literatura complexa. Entender o *best-seller* e a tradução do *best-seller* favorece o desempenho profissional de tradutores literários inseridos na realidade editorial brasileira.

A tradução da literatura de massa exige tomadas de decisão, adoção de estratégias e habilidades específicas por parte do tradutor, não se configurando como um trabalho menor com relação a outros tipos de tradução. Pode-se dizer, talvez, que exige um perfil singular de tradutor, do qual é exigido uma lealdade (NORD, 2016), sobretudo, para com o receptor. O bom tradutor da ficção de massa é capaz de recriar, em sua língua, um texto envolvente, contribuindo para gerar o efeito *page-turner* que se espera desse tipo de literatura. Como habilidades profissionais que cooperam, potencialmente, para que esse efeito seja alcançado, elencamos: conhecer a forma falada atual das línguas; cultivar familiaridade com o público jovem; usar com equilíbrio as marcas de oralidade; domesticar para se aproximar do leitor; conhecer o universo *pop*.

Evidentemente, o tradutor não pode ser responsabilizado, sozinho, pela produção de um *best-seller*. Mas, talvez, sua parcela de responsabilidade seja maior do que se costuma acreditar e, caso seja reconhecida, pode levar a uma visibilidade maior de seu trabalho. Futuros estudos podem abordar mais profundamente a questão da visibilidade, além de debaterem, com mais precisão, o impacto das habilidades do tradutor na construção de um texto condizente com a estética popular. Estratégias tradutórias próprias à literatura de massa merecem maior atenção dos Estudos da Tradução.

Referências

ALVES, Fábio. Bridging the gap between declarative and procedural knowledge in the training of translators: meta-reflection under scrutiny. **Meta**, v. 50, n. 4, dez./2005.

AMORIM, Lauro Maia. A variação linguística em traduções de alta literatura e de best-sellers de ficção popular. **TradTerm**, São Paulo, v. 31, out./2018, p. 136-163.

ARMENTROUT, Jennifer L. **Obsidiana**. Trad. Camila Pohlmann. Rio de Janeiro: Valentina, 2015. E-book.

ARMENTROUT, Jennifer L. **Obsidian**. Fort Collins (CO): Entangled Publishing, 2012. E-book.

BALDICK, Chris. Romanticism. In _____. **Oxford Concise Dictionary of Literary Terms**. New York: Oxford University Press, 2001.

BERMAN, Antoine. **A tradução e a letra ou o albergue do longínquo**. Trad. de Marie-Hélène C. Torres, Mauri Furlan, Andreia Guerini. Florianópolis: PGET/UFSC, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Trad. Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. Porto Alegre: Zouk; São Paulo: Edusp, 2007.

BOWEN, James. **Um gato de rua chamado Bob** – a história da amizade entre um homem e seu gato. Trad. Ronaldo Luís da Silva. Ribeirão Preto (SP): Novo Conceito, 2014.

CAIN, Sian. 150m Shades of Grey: how the decade's runaway bestseller changed our sex lives. **The Guardian**, 15/01/2020. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2020/jan/15/150m-shades-of-grey-how-the-decades-runaway-bestseller-changed-our-sex-lives>>. Acesso em 06/02/2022.

CAMPOS, Haroldo de. **Transcrição**. São Paulo: Perspectiva, 2013.

CAMPOS, Haroldo de; PIGNATARI, Décio; CAMPOS, Augusto de. **Teoria da poesia concreta: textos críticos e manifestos 1950-1960**. Cotia: Ateliê Editorial, 2006.

CASANOVA, Pascale. **A república mundial das letras**. Trad. Marina Appenzeller. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

COSTA, Carolina Gomes da. **O que BookTubers dizem sobre a tradução?: um estudo de resenhas de livros traduzidos**. 2021. 139f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem), Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, 2021.

COSTA, Cynthia Beatrice. **Dom Casmurro em inglês: tradução e recepção de um clássico brasileiro**. 2016. 392f. Tese (Doutorado em Estudos da Tradução) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

CURTIUS, Ernest Robert. **Literatura europeia e Idade Média latina**. Trad. Paulo Rónai e Teodoro Cabral. São Paulo: Edusp, 1996.

DUCHOVNY, David. **Holy Cow**. London: Headline, 2015.

DUCHOVNY, David. **Holy Cow** – Uma fábula animal. Trad. Renata Pettengill. Rio de Janeiro: Record, 2016.

ERICSSON, K. Anders. An Introduction to Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance: Its Development, Organization, and Content. In ERICSSON *et al.* (ed.). **The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance**. New York: Oxford University Press, 2006. p. 3-19.

ESPÍNDOLA, Ana Lúcia; ROCHA, Flávio Amorim da. Literatura de massa na escola: uma proposta de letramento literário. **Via Atlântica**, São Paulo, n. 28, dez./2015, p. 247-259.

ESTEVES, Lenita Maria Rimoli. **Atos de tradução: éticas, intervenções, mediações**. São Paulo: Humanitas/FAPESP, 2014.

FARIAS, Leonardo Guimarães de. **A sorte não está do nosso lado: a distopia *The Hunger Games* como crítica a sociedade ocidental**. 2019. 93f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Linguagem) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2019.

FINN, A.J. **A mulher na janela**. Trad. Marcelo Mendes. São Paulo: Editora Arqueiro, 2018. E-book.

FINN, A.J. **The Woman in the Window**. New York: HarperCollins, 2018.

GfK. Conhecimento não tem preço: a crise não afetou o hábito de consumo de leitores frequentes. **GfK**, 27/03/2017. Disponível em: <https://insights.gfk.com/hubfs/Landing_Pages_PDF/Brazil/BR_201704_WP_Books.pdf>. Acesso em 10/02/2022.

GUIMARÃES, Mônica Lopes Névoa. **Jogos Vorazes: uma reflexão sobre o mundo contemporâneo**. 2020. 128f. Tese (Doutorado em Estudos Literários) – Universidade Federal de Uberlândia, 2020.

JAUSS, Hans Robert. **A história da literatura como provocação à teoria literária**. Trad. Sérgio Tellaroli. São Paulo: Ática, 1994.

HANES, Vanessa Lopes Lourenço. As traduções de Agatha Christie no Brasil: considerações sobre a representação da oralidade e o pós-colonialismo. **Mutatis Mutandis**, v. 7, n. 2, 2014, p. 306 -333.

HANES, Vanessa Lopes Lourenço. **The language of translation in Brazil: written representations of oral discourse in Agatha Christie**. 2015. 308 f. Tese (Doutorado em Estudos da Tradução) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

HOSSEINI, Khaled. **O caçador de pipas**. Trad. Maria Helena Rouanet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.

HOSSEINI, Khaled. **The Kite Runner: a novel**. New York: Berkley Publishing Group (Penguin), 2013.

JAMESON, Fredric. Postmodernism and consumer society. In FOSTER, Hal (ed.). **The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture**. Port Townsend (WA): Bay Press, 1983, p. 111-126.

LAMEGO, Claudia. A tradução de Holy Cow, por Renata Pettengill. **Blog da Record**, 29/01/2016. Disponível em: <<https://www.record.com.br/entrevista-renata-pettengill/>>. Acesso em 11/02/2022.

LEICESTER, Andrew. Book adaptations into screen and stage: a powerful two-way street. **The Bookseller**, 29 novembro 2018. Disponível em: <<https://www.thebookseller.com/blogs/book-adaptations-screen-and-stage-powerful-two-way-street-901421>>. Acesso em 11/02/2022.

MILTON, John. The Translation of Mass Fiction. In BEEBY, Allison; ENSINGER, Doris; PRESAS, Marisa (org.) **Investigating Translation: selected papers from the 4th International Congress on Translation**, Barcelona, 1998. Amsterdã: John Benjamins, 2000. p. 171-179.

NIELSEN-PUBLISHNEWS. Painel do varejo de livros no Brasil – Resultados 2020 x 2021. **Publishnews**, abril de 2021. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/estaticos/uploads/2021>>. Acesso em 06/02/2022.

NIELSEN. The U.S. Entertainment Consumer Report – State of the Media. **Nielsen**, 2013. Disponível em: <<https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/U.S.-Entertainment-Consumer-Report-April-2013.pdf>>. Acesso em 06/02/2022.

NORD, Christiane. Lealdade em vez de fidelidade: proposta de uma tipologia funcional da tradução. Trad. Cristiane Krause Kilian. **Cadernos de Tradução**, Porto Alegre, número especial, 2016, p. 9-24.

ORTEGA Y GASSET, José. **A desumanização da arte e outros escritos**. Trad. Wagner Schadeck. Campinas (SP): Vide Editorial, 2021.

PACTE GROUP. Investigating translation competence: conceptual and methodological issues. **Meta**, v. 50, n. 2, p. 609-619, 2005.

POUND, Ezra. **ABC da Literatura**. Trad. José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 2006.

PUBLISHNEWS. Confira os livros mais vendidos de 2021. **Publishnews**, 03/01/2022. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/materias/2022/01/03/confira-os-livros-mais-vendidos-de-2021>>. Acesso em 06/02/2022.

PUBLISHNEWS. Lista de mais vendidos geral de 2012. **Publishnews**, 2012. Disponível em: <<https://www.publishnews.com.br/ranking/anual/9/2012/0/0>>. Acesso em 06/02/2022.

PUBLISHNEWS. Sem preconceitos: Desmistificando a Literatura Pop e Young Adult. **Publishnews**, 22/11/2021. Disponível em:

<<https://www.publishnews.com.br/materias/2021/11/22/sem-preconceitos-desmistificando-a-literatura-pop-e-young-adult>>. Acesso em 06/02/2022.

REIMÃO, Sandra. Tendências do mercado de livros no Brasil – um panorama de best-sellers e ficção nacional (2000-2009). **MATRIZES**, ano 5, n. 1, jul./dez. 2011, p. 194-210.

REISS, Katharina; VERMEER, Hans J. **Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained**. Translated from German by Christiane Nord. New York: Routledge, 2014.

SILVA, Igor Antônio Lourenço da. **Conhecimento experto em tradução: aferição da durabilidade de tarefas tradutórias realizadas por sujeitos não-tradutores em condições empírico-experimentais**. 2007. 272f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2007.

SILVA, Rodrigo D’Avila Braga; COSTA, Patrícia Rodrigues da. Entrevista com Igor Antônio Lourenço da Silva. **Belas Infiéis**, v. 4, n. 3, p. 141-150, 2015.

SIMÕES, Eduardo. Afeganistão vira best-seller no Brasil. **Folha de S.Paulo**, 29 de julho de 2006. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2907200619.htm>. Acesso em 11/02/2022.

STOHL, Margaret. **Black Widow: forever red**. New York: Marvel Press, 2015. E-book.
STOHL, Margaret. **Viúva negra: vermelho eterno**. Trad. Cynthia Costa. São Paulo: Excelsior, 2020.

TORRES, Marie-Hélène Catherine. *Best-sellers em tradução: o substrato cultural internacional*. **Alea**, v. 11 n. 2, Rio de Janeiro, dez. 2009, p. 278-283.

VEJA. ‘Cinquenta Tons de Cinza’ chega a 100 000 exemplares no Brasil. **Veja**, 11/08/2012. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/cultura/cinquenta-tons-de-cinza-chega-a-100-000-exemplares-no-brasil/> >. Acesso em: 06/02/2022.

VENUTI, Lawrence. **Escândalos da tradução: por uma ética da diferença**. Trad. Laureano Pelegrin, Lucinéia M. Villela, Marileide D. Esquerda e Váleria Biondo. Bauru: Edusc, 2002. p. 235-296.

WYLER, Lia. Entrevista com Lia Wyler. **Cadernos de Tradução**, v. 2, n. 8, 2001, p. 205-231.

Recebido em: 15/02/2022

Aceito para publicação em: 27/04/2022