



UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ - DEPARTAMENTO DE
PÓS GRADUAÇÃO EM INTERPRETAÇÃO DE
CONFERÊNCIA DE INGLÊS

Luiza Burkardt Portugal

**INTERPRETAÇÃO SIMULTÂNEA NA SITUAÇÃO DE PESQUISA DE
MERCADO QUALITATIVA EM AMBIENTE DE SALA DE ESPELHO**

Rio de Janeiro

2014

LUIZA BURKARDT PORTUGAL

**INTERPRETAÇÃO SIMULTÂNEA NA SITUAÇÃO DE
PESQUISA DE MERCADO QUALITATIVA EM AMBIENTE DE
SALA DE ESPELHO**

Trabalho de Conclusão de curso
apresentado como requisito para
aprovação no curso de pós-graduação
em Interpretação de Conferência de
Inglês, sob orientação da Professora
Mylene Queiroz

RIO DE JANEIRO - RJ

2014

Interpretação de Conferência de Inglês

Luiza Burkardt Portugal

Interpretação simultânea na situação de pesquisa de mercado qualitativa em ambiente de sala de espelho

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Estácio de Sá, como requisito para a obtenção do grau de Intérprete de Conferência de Inglês

Aprovado em, _____ de _____ de 20____

Examinador

XXXXXX

NOTA FINAL _____

RESUMO

Xxx
xx
xx

Palavras-chave: **Xxxxxx. Yyyyyyyy. Zzzzzzzzzz. Wwwwwwwwww.**

ABSTRACT

Xxx
xx
xx

Keywords: Xxxxxx. Yyyyyyyy. Zzzzzzzzzz. Wwwwwwww.

ÍNDICE

1.	Aaaaaaa	xx
2.	Bbbbbbb	xx
3.	Ccccccccc	xx
4.	Ddddddddddddddd	xx
5.	Eeeeeeeeeee	xx
6.	Fffffffffffffff	xx
7.	Ggggggggggg	xx

MYLENE: ALGUMAS PERGUNTAS OU ALERTAS PARA VOCÊ TER EM VISTA ANTES DE VOCÊ COMEÇAR A LER O ARTIGO

- Não pula linha entre parágrafos, correto?

- Quando eu traduzo o autor como fazer? Coloca entre aspas ou não? Segue as mesmas regras das citações em português ou porque eu fiz uma "interpretação" do texto original eu considero como uma citação indireta e não coloca aspas? O Romulo me disse que na primeira tradução era para colocar uma nota de rodapé dizendo que todas as traduções do artigo foram feitas pelo autor... Eu fiz isso, não sei se está correto.

- Nas citações diretas é só usar aspas ou aspas e itálico?

- Quando faz citação indireta tem que colocar o nome do livro? Ou é igual a citação direta que é só o nome do autor e o ano.

- O nome do autor nas citações vem como na bibliografia (ou seja invertido, tipo Queiroz, M.) ou eu coloco Mylene Queiroz?

- E quando o livro é de mais de um autor, como colocar na citação? Coloca o nome de todos?

- Como fazer citação de sites? E como colocar site na bibliografia?

Todas essas coisas eu deixei em vermelho para chamar sua atenção durante a leitura.

1. INTRODUÇÃO

Um dos possíveis campos de trabalho do intérprete, que talvez seja pouco ou não conhecido por muitos, é a interpretação simultânea na situação de pesquisa de mercado qualitativa em sala de espelho.

Essa situação de interpretação possui algumas características que a diferem da situação de interpretação simultânea clássica de conferência que serão detalhadas ao longo do artigo assim como também algumas semelhanças entre esses dois tipos de interpretação simultânea.

Assim como em outras modalidades de interpretação fora do ambiente clássico de conferências, existe escassa, ou até mesmo inexistente, literatura nacional e internacional sobre a interpretação no ambiente de pesquisa de mercado. Inclusive não existe nomenclatura específica para este profissional.

Primeiramente o artigo apresenta, através de revisão bibliográfica e, onde inexistente literatura, do relato de experiências profissionais da autora, a pesquisa de mercado qualitativa em sala de espelho ao leitor e como a interpretação simultânea se encaixa nesse contexto traçando comparativos com a interpretação em ambiente clássico de conferências. Subsequentemente, com o intuito de enriquecer o arsenal de conhecimento sobre a interpretação simultânea nesse contexto específico de pesquisa de mercado qualitativa em sala de espelho, são mostrados os resultados das entrevistas em profundidade realizadas com profissionais que atuam nessa área.

Desta forma o presente artigo tem como objetivos contextualizar a interpretação simultânea na situação de pesquisa de mercado qualitativa em ambiente de sala de espelho; entender as semelhanças e diferenças entre a interpretação de conferências clássica e nesse ambiente específico da pesquisa de mercado e conhecer a opinião dos intérpretes que atuam nessa área em relação às suas motivações, os prós e contras percebidos e a preparação para desenvolver as habilidades exigidas para atuar nessa área de pesquisa de mercado qualitativa.

(revisar e alterar conforme necessário após a finalização do artigo)

2. APRESENTAÇÃO DA PESQUISA DE MERCADO QUALITATIVA EM SALA DE ESPELHO

Dentro da pesquisa de mercado temos dois grandes grupos de modos de obtenção de dados que são: os dados secundários e os dados primários.

"Os dados primários são originados pelo pesquisador com o objetivo específico de abordar o problema em estudo". (Naresh Malhotra, 2006, p. 154).

As metodologias de pesquisa qualitativa, que são o tema deste artigo, fazem parte deste grupo de dados primários, juntamente com a pesquisa quantitativa. Por isso apenas as metodologias qualitativas de pesquisa serão abordadas e detalhadas aqui.

Existem diversos métodos de coleta de dados qualitativos sendo os dois principais e mais frequentemente realizados: as discussões em grupo (ou grupos de foco) e as entrevistas em profundidade. Este artigo focará nestes dois métodos.

Discussões em grupo: na prática, elas são formadas por um grupo em geral de 8 a 10 participantes (com possibilidades de variação para mais ou menos pessoas dependendo da ocasião ou do autor pesquisado) que tenham um perfil homogêneo e pré-determinado. Esses grupos são liderados por um moderador e em geral duram de uma hora e meia a três horas. São conversas pouco estruturadas e tendendo para uma situação natural e informal. São realizadas em salas especificamente preparadas para tais eventos (mais detalhes adiante).

Entrevistas em profundidade: também são amplamente utilizadas e assim como as discussões em grupo também propõem uma situação mais informal e natural de conversa só que a diferença fundamental é que ela é realizada com apenas um participante e sua duração costuma ser geralmente entre 30 minutos a mais de uma hora. O papel do moderador nas entrevistas em profundidade é de importância crucial para a obtenção de respostas valiosas por parte dos entrevistados. Elas também podem ocorrer em salas de espelho (loais especificamente preparados para esse tipo de pesquisa), porém também podem ocorrer fora deste ambiente.

Ressaltando que o moderador é o profissional de fundamental importância na coleta das respostas dos participantes de uma pesquisa e para o sucesso de uma pesquisa qualitativa de dados primários. Resumindo o papel do moderador em

grupos de foco, por exemplo, segundo **Naresh Malhotra (2006)** "Ele deve estabelecer relação com os participantes, manter ativa a discussão e motivar os respondentes a trazerem à tona suas opiniões mais reservadas."

Interessante perceber que assim como o intérprete, o moderador também está sujeito a uma situação que está presente na vida daquele profissional: a presença e contratação de pessoas sem experiência. Conforme descrevem **Pinheiro, R.M.; Castro, G. D.; Silva, H. H.; Nunes, J. M. G. (2005, p.137)** "Colocar qualquer um para fazer a mediação de grupos de discussão é altamente desaconselhável apesar de existirem cada vez mais moderadores não preparados que cumprem tal função."

No que diz respeito ao local para a realização de tais metodologias de pesquisas qualitativas, ambas são frequentemente realizadas em "ambiente preparado e locado para tal atividade: sala equipada com circuito de áudio e vídeo, espelho falso e serviço de buffet para os participantes" (**Pinheiro, R.M.; Castro, G. D.; Silva, H. H.; Nunes, J. M. G., 2005, p.137**). Esse ambiente é normalmente chamado pelos profissionais da área de salas de espelho.

Os autores **Pinheiro, R.M.; Castro, G. D.; Silva, H. H.; Nunes, J. M. G. (2005, p.137)** ainda especificam outra peculiaridade deste tipo de ambiente e que possui relação direta com este artigo que é o fato de que "por trás do espelho há uma sala reservada para os profissionais da empresa contratante, que têm a possibilidade de acompanhar e corrigir os rumos da discussão". É nesta sala atrás do vidro espelhado (one way mirror, ou espelho unidirecional) que o intérprete também estará presente junto com o cliente da empresa contratante assistindo e fazendo a interpretação simultânea da metodologia qualitativa que estiver sendo realizada.

Os profissionais da empresa contratante podem estar assistindo as discussões em grupo ou entrevistas em profundidade presencialmente e/ou remotamente. No caso de algum cliente estar acompanhando a pesquisa remotamente, **Naresh Malhotra (2006)** ainda ressalta que existem tecnologias de transmissão por vídeo (videoconferências) que permitem que ele assista ao que esteja acontecendo na sala de espelho em qualquer local do mundo.

Para ajudar a visualizar como são essas salas de espelho, abaixo alguns esquemas e imagens que ilustram esses locais:

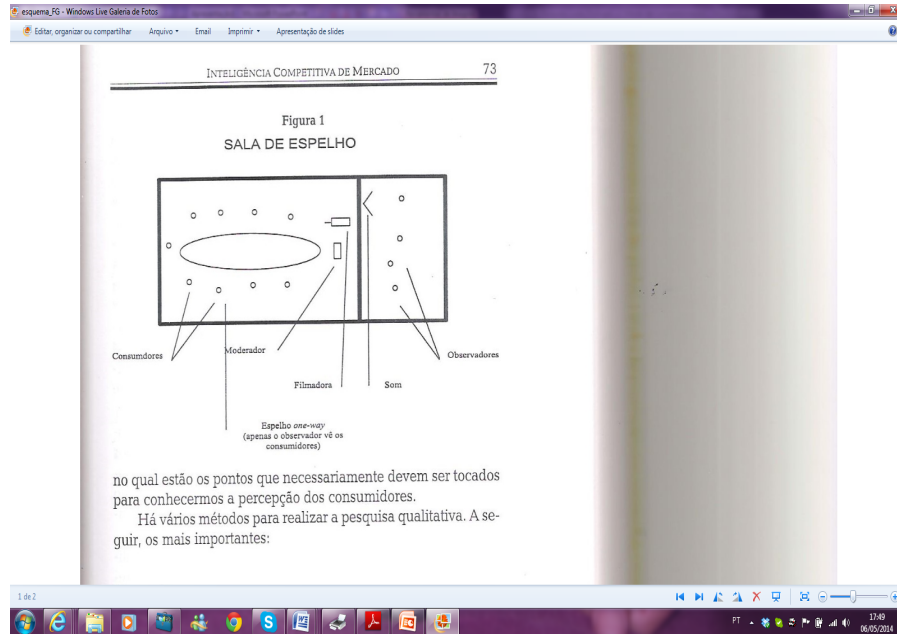


Figura 1. Esquema de uma sala de espelho

Fonte: GRABER, R. - *Inteligência Competitiva de Mercado*, 2001, p. 73

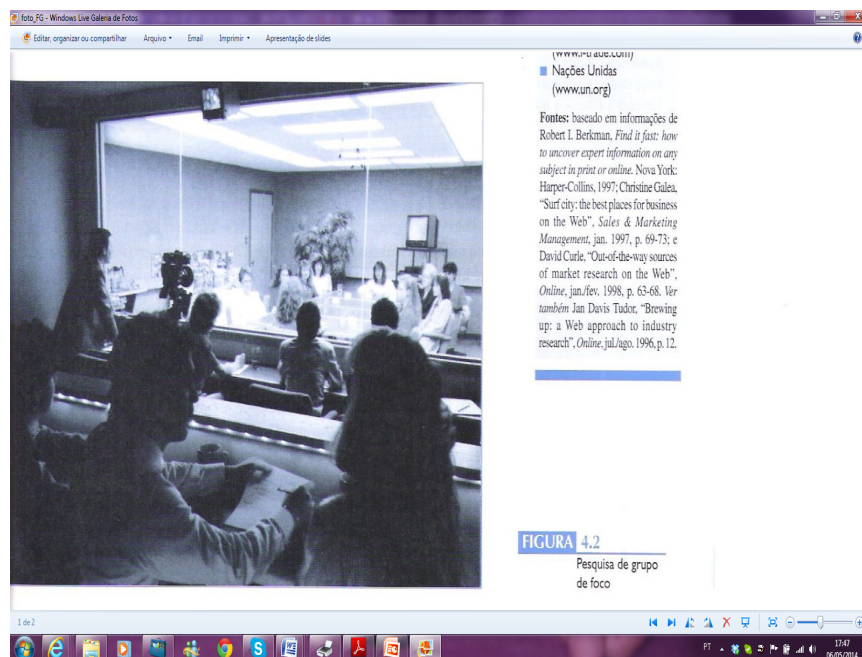


Figura 2: foto de uma situação de discussão em grupo em sala de espelho

Fonte: KOTLER. P., 2000, p. 129

3. CARACTERÍSTICAS DA INTERPRETAÇÃO SIMULTÂNEA EM PESQUISA QUALITATIVA EM AMBIENTE DE SALA DE ESPELHO E COMPARATIVO COM A INTERPRETAÇÃO SIMULTÂNEA CLÁSSICA DE CONFERÊNCIAS

Não foi encontrada literatura nacional ou internacional específica que descreva a interpretação no contexto de pesquisa de mercado de forma geral e muito menos sobre a interpretação simultânea especificamente na pesquisa qualitativa em sala de espelho.

Essa situação de escassez de literatura, especialmente nacional, sobre interpretação fora do contexto clássico de conferências também já foi abordada por Aneliese Gondar e Mylene Queiroz. Na monografia de Aneliese Gondar lê-se

Ainda que a proposta inicial de pesquisa versasse sobre a maior compreensão acerca da interpretação comunitária no Brasil, não foi encontrada expressiva representação do tema na literatura nacional, conforme o levantamento bibliográfico inicial para o presente trabalho. (2013, p. 10)

Outra menção sobre a mesma problemática aparece na dissertação de Mylene Queiroz no momento em que ela afirma que

A necessidade de estudos sobre interpretação comunitária no Brasil pode ser facilmente identificada por meio de uma investigação nas produções bibliográficas nacionais sobre o tema. A produção de trabalhos acadêmicos sob o epíteto “interpretação comunitária”, com exceção de pouquíssimos recentes trabalhos (QUEIROZ, 2009; RODRIGUES, 2010), é inexistente. (2011, p. 27)

Diante da ausência de insumos teóricos específicos na área da interpretação simultânea de pesquisa de mercado qualitativa em sala de espelho, as descrições adiante são baseadas em observações durante experiências profissionais da autora exercendo o papel de moderadora em projetos no Brasil que envolviam a contratação de intérpretes.

Uma empresa (que podemos denominar aqui de cliente estrangeiro) decide realizar uma pesquisa de mercado qualitativa no Brasil e contrata uma empresa ou um profissional de pesquisa de mercado brasileiro para realizar o projeto. Esse cliente estrangeiro também deseja enviar um representante seu para acompanhar pessoalmente o andamento da pesquisa qualitativa. Esse cliente (geralmente de língua inglesa) precisará que tudo o que esteja se passando na sala onde as entrevistas em profundidade ou discussões em grupo estejam ocorrendo em português seja vertido para sua língua (o inglês). Além disso outros clientes estrangeiros podem estar assistindo remotamente (ao vivo ou não) à pesquisa através de videoconferência.

Deste modo um ou mais intérpretes são contratados normalmente pela empresa brasileira de pesquisa que está realizando o projeto em nome do cliente estrangeiro. Com menos frequência o cliente estrangeiro pode contratar diretamente o intérprete sem a intermediação da empresa brasileira.

A função obrigatória que sempre deverá ser exercida pelo intérprete nessas situações de pesquisa de mercado é a interpretação simultânea das metodologias qualitativas que fizerem parte do escopo daquela pesquisa específica.

Eventualmente o intérprete também pode ser solicitado a participar de reuniões de briefing e/ou de-briefing, respectivamente antes e/ou após a pesquisa ter sido realizada, caso o moderador ou outras partes interessadas não saibam ou não se sintam confortáveis em se comunicar em inglês. Nessas reuniões a técnica de interpretação geralmente utilizada é a consecutiva (ou raramente a sussurrada). Esse comentário serve apenas a título de ilustração do papel de intérprete como um todo em um projeto de pesquisa, mas não é o foco do presente artigo.

Usualmente no Brasil o intérprete fica chamada na sala de observação (atrás do espelho unidirecional) junto com o(s) cliente(s) (estrangeiros ou não). Embora o intérprete esteja em um outro ambiente ouvindo os participantes atrás de um vidro, similarmente ao ambiente clássico de conferências, ele não está isolado em uma cabine. Ele está muitas vezes cercado por outras pessoas, que eventualmente conversam entre si durante o trabalho do intérprete, e isso pode representar um desafio para a realização da interpretação uma vez que esse ambiente está longe de ser o ideal para tal atividade. Essa hipótese será investigada nas entrevistas com os intérpretes previstas neste artigo.

Sendo assim o(s) cliente(s) estrangeiro(s) ouve(m) a interpretação diretamente do intérprete que por sua vez ouve o som original em português a partir de um fone de ouvido. Se existem outros observadores de língua nativa assistindo à entrevista eles também ouvirão o som original a partir de fones de ouvidos, apenas os ouvintes de língua estrangeira não precisam utilizar os fones pois ouvem diretamente o intérprete que está ao seu lado.

Podemos perceber algumas semelhanças e também diferenças entre o ambiente e situação detalhados acima e o que é descrito por **Valerie Taylor-Bouladon (2001)** como o modo simultâneo de interpretação de conferência. Segundo a autora, ¹ no ambiente de conferências o intérprete está sentado dentro de uma cabine atrás de um grande espelho que permite que ele veja o palestrante e o que se passa no outro ambiente. Ele ouve a mensagem em uma língua e a retransmite simultaneamente em um outra língua para o ouvinte através de um microfone. E mais especificamente no site da AIIC (Associação Internacional de Intérpretes de Conferência) está explicitado que esse equipamento transmite a interpretação para os fones dos ouvintes na sala de reunião. (<http://aiic.net/node/7/how-interpreters-work/lang/1>).

É possível perceber então uma outra diferença da interpretação simultânea em pesquisa qualitativa em sala de espelho para a clássica de conferências que é o fato de que os clientes estrangeiros (que no âmbito de conferência seriam os ouvintes) estão do lado do intérprete junto com ele dentro do que seria a cabine no ambiente de conferências. Com isso o intérprete não necessita de microfone para transmitir sua interpretação. No entanto microfones também são utilizados em pesquisa de mercado mas para fins de gravação das reuniões e/ou transmissão via videoconferência quando necessário.

Em contrapartida, a semelhança seria que no ambiente de pesquisa em sala de espelho o intérprete também está assistindo à pesquisa atrás de um grande vidro, a diferença é que esse vidro é espelhado de modo que nenhum dos participantes da pesquisa (que transpondo para a situação de conferências seriam os palestrantes) pode vê-lo enquanto em conferências o intérprete pode ser visto pelo público e palestrantes.

¹ Todas as traduções de trechos de textos cujas fontes originais eram em língua inglesa foram feitas pela autora desse artigo

O que é importante para intérpretes sempre levarem em consideração enquanto realizando uma técnica simultânea, de acordo com **Roderick Jones (2002)**, é não se esquecerem que, mesmo estando atrás de um vidro (ou espelho) em uma cabine (ou sala) isolada, eles fazem parte da reunião e portanto devem manter contato visual com os palestrantes e até mesmo gesticularem na cabine mesmo que ninguém os esteja vendo. A gesticulação pode ser excepcionalmente útil durante a interpretação simultânea em salas de espelho justamente porque o ouvinte/cliente está ao lado do intérprete e isso pode ajudá-lo na compreensão do contexto e do que está sendo dito.

No Brasil pode-se dizer que é de praxe apenas um intérprete ficar na sala de observação realizando a interpretação e por um período normalmente bem mais longo do que o que costuma ocorrer em ambiente clássico de conferências. Ou seja, em geral não existe revezamento entre os intérpretes cada 30 minutos e o intérprete não conta com a presença de um colega ao seu lado durante seu trabalho. Essa prática destoa do que prega a teoria de interpretação simultânea em ambiente clássico de conferência.

Segundo **Valerie Taylor-Bouladon (2001)** em uma interpretação simultânea de conferências, ficam dois intérpretes em uma cabine de modo a garantir a qualidade da interpretação já que a técnica da simultânea é muito estressante para o intérprete e envolve muita concentração. O trabalho é dividido em geral por dois intérpretes cada um trabalhando por períodos curtos intercalando com períodos de descanso. Os intérpretes se revezam a cada meia hora normalmente e mesmo durante o período de descanso o intérprete está atento e pronto para eventualmente agir caso seu colega concabino necessite.

A alta complexidade do trabalho do intérprete e essa rotina de revezamento também é especificada no site da AIIC que ressalta que a interpretação simultânea requer um alto nível de concentração porque demanda a realização de diversas atividades concomitantemente como ouvir e falar; analisar a estrutura do que está sendo dito de modo a apresentar o argumento do palestrante; e escutar a si próprio para monitorar quaisquer deslizes cometidos. E então por causa disto os intérpretes fazem revezamento de cerca de 30 minutos (<http://aiic.net/node/7/how-interpreters-work/lang/1>).

A primeira atividade citada acima, a de ouvir e falar ao mesmo tempo, é considerada por **Roderick Jones (2002)** como não natural e por isso deve ser adquirida, treinada e desenvolvida.

Um mesmo intérprete pode realizar sozinho o trabalho de um dia inteiro, mas também mais de um intérprete pode trabalhar em um dia. Neste último caso cada intérprete fica responsável por um período do dia que é acordado previamente e o primeiro encerra o seu trabalho quando o segundo chega e assim por diante. De qualquer forma não é feito o revezamento após um curto período e o intérprete geralmente não conta com o apoio de um colega em caso de qualquer eventualidade. Isso pode ser especialmente difícil para intérpretes iniciantes e talvez também um fator adicional de tensão mesmo para um intérprete experiente conforme será comprovado ou não com o resultado das entrevistas com esses profissionais.

É importante também ressaltar que o intérprete pode ser contratado para traduzir diferentes metodologias de pesquisa sendo as mais usuais, como já visto, as discussões em grupo e entrevistas em profundidade. Consideremos que uma discussão em grupo pode chegar a ter 13 participantes (incluindo o moderador) que muitas vezes acabam falando ao mesmo tempo. E inclusive essas diferentes metodologias podem ocorrer em um mesmo dia de trabalho. Essa mudança de metodologias, ou até mesmo a própria discussão em grupo pelo seu suposto maior grau de dificuldade pode representar um desafio adicional para o intérprete. Essa também será uma hipótese a ser investigada junto aos intérpretes que serão entrevistados.

4. ENTREVISTAS COM INTÉRPRETES QUE ATUAM EM PESQUISA DE MERCADO - RESULTADOS

A FAZER

(FAZER SUBTÍTULOS PARA CADA ASSUNTO ABORDADO NO ROTEIRO)

5. BIBLIOGRAFIA

AiIC. How interpreters work. Disponível em:

<http://aiic.net/node/7/how-interpreters-work/lang/1>. Acesso em: 15 de agosto de 2014

GONDAR, A. - *Indo além da interpretação de conferências: um estudo piloto da interpretação comercial e comunitária no Brasil*. Rio de Janeiro, PUC, 2013.

GRABER, R. - *Inteligência Competitiva de Mercado*. São Paulo, Madras e Letras e Expressões, 2001.

JONES, R. - *Conference interpreting explained*. 2 ed. Manchester, St. Jerome Publishing, 2002.

KOTLER, P. - *Administração de Marketing*. 10. ed. São Paulo, Prentice Hal, 2000.

MALHOTRA, N. - *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 4. ed. Porto Alegre, Bookman, 2006.

QUEIROZ, M. - *Interpretação médica no Brasil*. Ilha de Santa Catarina, Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

PINHEIRO, R.M.; CASTRO, G. D.; SILVA, H. H.; NUNES, J. M. G. - *Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado*. Rio de Janeiro, FGV, 2005.

TAYLOR-BOULADON, V. - *Conference interpreting: principles and practice*. Valeria Taylor-Bouladon, 2001.