

O ORIENTALISMO NA TRADUÇÃO DE LITERATURA JAPONESA

Thais Diehl Bresolin
Universidade de São Paulo

Resumo

As traduções de textos originários do leste do globo podem sofrer com o orientalismo, como definido por Said (1990), na escolha do texto, mas também na tradução e na construção de paratextos que acompanham a obra. Como as traduções contribuem para a formação da imagem de uma cultura, o presente artigo almeja analisar as publicações de literatura japonesa no Ocidente e a construção do Outro nesse processo, considerando três aspectos principais: ênfase da diferença, anacronia e feminização. Pretende-se, assim, demonstrar como os livros japoneses em tradução estão marcados por estereótipos que reforçam uma ideia de um Japão que foi criado no Ocidente.

Palavras-chave: Tradução; Literatura japonesa; Orientalismo; Paratextos

Abstract

Translations of texts from the Eastern side of the globe can suffer with Orientalism, as it was defined by Said (1990), during the text selection, but also during the translation and construction of paratexts accompanying the work. As the translations contribute to the formation of a culture's image, this paper aims to analyse publications of Japanese literature in the West and the construction of the Other in this process, considering three main aspects: emphasis on difference, anachronism, and feminization. As such, this paper tries to demonstrate how Japanese books in translation are marked by stereotypes that reinforce an idea of a Japan that was created in the West.

Keywords: Translation; Japanese literature; Orientalism; Paratexts

1. Introdução

Neste artigo, analisarei o processo tradutório de obras de literatura japonesa em suas diversas etapas para exemplificar algumas estratégias utilizadas que podem ser consideradas orientalistas e como elas se classificam. Para isso, compreendo todo o trabalho realizado na produção de uma tradução, desde a escolha da obra até a publicação e divulgação, como o processo tradutório. Segundo Furukawa (2012), os paratextos do livro, como a capa, normalmente não são analisados quando se discute a tradução literária, porém são eles a porta de entrada de um texto, fornecendo informações ao público e afetando a recepção e interpretação. Segundo Serra-Vilella (2018), a tradução é considerada um meio de aproximar culturas, mas o método de tradução e os paratextos que a acompanham podem resultar em

uma imagem estereotipada do Outro que o torna exótico em vez de contribuir com um entendimento real. As relações de poder de uma cultura sobre outra ditam como o Outro será representado no texto-alvo: não necessariamente como é, mas como acredita-se que os leitores querem vê-lo.

A capa é um paratexto especialmente relevante, pois é o primeiro contato da maioria das leitoras e leitores de um livro. O título de uma obra, que normalmente consta na capa, sintetiza a essência dela ao mesmo tempo que tenta persuadir leitores a iniciarem a leitura; e o projeto gráfico traduz visualmente seu conteúdo. Alguns leitores alegam julgar o livro pela capa, literalmente, e escolher o que irão ler ou não de acordo com a imagem e a sensação que ela transmite. Há aqueles que escolhem ler um livro por gostarem da estética da edição e outros que decidem que não irão ler por desgostarem. Não é raro ouvir comentários de alguém que ignorou um livro por não gostar da capa, mas, após conversar com outra pessoa que leu a obra, desfrutou da leitura. O oposto também é verdadeiro: a capa pode atrair uma pessoa por sugerir certo conteúdo, mas a expectativa pode ser frustrada durante a leitura.

A divulgação realizada pelas editoras também pode revelar como parte delas e do público veem o Japão. Sendo assim, considero o material de divulgação elaborado pelas editoras também um paratexto, pois está apresentando uma certa obra ao público e fomentando, mesmo antes da leitura, uma interpretação do texto.

2. O que é tradução orientalista

Para Edward Said (1990), o orientalismo nos ajuda a compreender os estereótipos usados para representar o Oriente como um lugar completamente diferente do Ocidente, ou seja a associação do Oriente com estranheza, diferença, sensualidade exótica, mas também sua representação como um lugar parado no tempo. Muitas vezes isso leva ao entendimento que os países a oeste do globo são racionais e superiores e aqueles ao leste estão sujeitos a tradições antigas e, por isso, são inferiores.

Ainda, o orientalismo funciona como um mecanismo machista:

O próprio orientalismo, além do mais, foi uma província exclusivamente masculina; do mesmo modo que muitas corporações profissionais durante o período moderno, ele via a si e a seu tema de estudos com antolhos sexistas. Isso é especialmente evidente nos escritos de viajantes e romancistas: as mulheres costumam ser criaturas de uma fantasia masculina de poder. Elas exprimem uma sexualidade ilimitada, são mais ou menos estúpidas e, acima de tudo, desejosas (Said, 1990, p. 214).

Contudo, a evidenciação das diferenças entre as características culturais e linguísticas não necessariamente é indesejada. De acordo com Venuti, a estrangeirização pode ser utilizada para apresentá-las de modo a não remover as suas características:

Um projeto tradutório pode se distanciar das normas domésticas a fim de evidenciar a estrangeiridade do texto estrangeiro e criar um público leitor mais aberto a diferenças linguísticas e culturais, mas sem ter que recorrer a experiências estilísticas tão alienadoras a ponto de causarem o próprio fracasso (2019, p. 177).

A tradução estrangeirizadora é um método de distanciamento, ou seja, que força quem lê a tradução a ir até o autor do original. Em contrapartida, a tradução domesticadora seria um método de aproximação do autor original ao leitor da tradução, apagando características culturais do texto. A estratégia de domesticação ou a de estrangeirização não necessariamente são orientalistas e as duas podem ser usadas em um mesmo texto para chegar a um equilíbrio que respeita as diferenças, mas ainda gerar uma tradução compreensível do texto-alvo.

Entendo uma tradução orientalista como aquela que se usa do orientalismo, definido por Said (1990) como um pensamento que distingue o Ocidente do Oriente para manter e justificar o domínio do Ocidente, para distanciar o texto do público leitor-alvo evidenciando um caráter exótico. Para o propósito deste artigo, o termo “tradução orientalista” compreende a seleção e tradução da obra, assim como seus paratextos: a capa e o título escolhidos e os materiais de divulgação, pois esses traduzem o conteúdo do texto em uma imagem ou poucas palavras.

Segundo Venuti (2019), a tradução inevitavelmente insere seus valores linguísticos e culturais, domesticando o texto estrangeiro, e isso ocorre em todos os estágios: escolha do texto, estratégias tradutórias, publicação, leitura e quando ensina-se sobre a obra. Aqui, três outras etapas também são relevantes, que podem ser entendidas como parte da publicação do livro: a escolha da capa, a escolha do título e a divulgação da obra. Apesar de os tradutores poderem sugerir traduções para o título do texto-fonte, essas nem sempre são acatadas e a palavra final é da editora, que escolherá o título que julgar mais adequado, entre outros motivos, por razões mercadológicas. Quanto à escolha da capa e à divulgação da obra, normalmente não há envolvimento de quem traduziu o texto.

Porém, as tradutoras e os tradutores podem participar da triagem de textos, além do seu trabalho evidente: a tradução de fato. A seleção de textos estrangeiros e as estratégias de tradução utilizadas podem estabelecer cânones domésticos para literaturas estrangeiras, excluindo ou incluindo obras de acordo com os valores domésticos (Venuti, 2019). Ou seja, os

livros que são escolhidos para serem traduzidos nem sempre refletem aqueles considerados mais importantes para uma determinada cultura. As estratégias tradutórias podem fixar estereótipos, excluindo valores, debates e conflitos que não estão de acordo com a agenda doméstica (Venuti, 2019). E quem lê uma tradução está lendo a interpretação de quem a traduziu, por isso, a leitura e a crítica da obra, quando são feitas a partir de uma tradução, também podem propagar certas ideologias que não estavam necessariamente presentes no texto-fonte.

Para a formação do cânone em tradução, segundo Venuti:

[...] uma comunidade cultural específica controla a representação de literaturas estrangeiras para outras comunidades na cultura doméstica, privilegiando certos valores domésticos enquanto exclui outros e estabelecendo um cânone de textos estrangeiros que é necessariamente parcial porque está a serviço de certos interesses domésticos (2019, p. 145).

Na tradução de ficção japonesa para o inglês, foram escolhidos autores como Tanizaki Jun'ichirō, Kawabata Yasunari e Mishima Yukio. Quem lê somente os romances desses autores pode pensar que a literatura japonesa é evasiva, obscura, delicada, intangível e melancólica; e, ao ler uma obra de ficção japonesa que não se encaixa nesses moldes, a impressão é de que o livro lido “não é japonês” (Venuti, 2019). Ou seja, a seleção de textos criou um estereótipo bem definido do que é literatura japonesa em inglês.

Na formação do cânone de literatura japonesa nos Estados Unidos, o Japão foi representado como um país exótico e estrangeiro, a antítese da sua imagem belicosa antes da guerra (Venuti, 2019). As obras que não condiziam com a imagem desejada, seja por serem cômicas ou representarem um Japão contemporâneo, não eram traduzidas ou, quando o eram, as traduções eram publicadas por editoras menores alcançando, consequentemente, um público menor (Venuti, 2019). E, além disso, a seleção dessas obras exclui as escritoras mulheres, mesmo aquelas que tiveram sucesso de crítica ou comercial. Sendo assim, o cânone de literatura japonesa nos Estados Unidos não reflete a heterogeneidade da sociedade japonesa. E quando outro país utiliza as traduções estadunidenses como base para escolher o que traduzir, ou traduz indiretamente a partir do que foi traduzido por eles, esses estereótipos e omissões são reproduzidos.

No Brasil, segundo Cunha (2014), as literaturas de línguas não hegemônicas deveriam passar pelo crivo de línguas hegemônicas até os anos 1980. A literatura japonesa, então, precisava ter já sido traduzida para algum idioma hegemônico, como o inglês, para sua publicação ser cogitada aqui. Além disso, muitas dessas traduções eram indiretas, mesmo que

no final dos anos 1950 a comunidade nikkei brasileira tenha começado uma vertente de tradução direta do japonês e menos ligada ao exotismo (Cunha, 2014; 2015). Porém, ainda hoje o mercado editorial brasileiro é fortemente influenciado pelos países hegemônicos. Por exemplo, a editora DBA lançou a coletânea *Tédio terminal*, de Suzuki Izumi, em 2024. Além da mesma seleção de textos, a capa da obra reproduz a mesma foto, a mesma paleta de cores e o título com a mesma fonte tipográfica da tradução estadunidense de 2021 da editora Verso Fiction, revelando o processo de seleção da obra.

Apesar do ditado popular, muito pode ser julgado sobre um livro ao observar sua capa. Serra-Vilella (2018) analisou 432 capas de obras de literatura japonesa traduzidas e publicadas na Espanha entre 1904 e 2014 para verificar se elas representam uma imagem estereotipada do Outro e se houve alguma mudança nessa representação ao longo do tempo. A pesquisadora analisou as capas de acordo com três variáveis: marcadores culturais, temporalidade e elemento principal. Os marcadores culturais são aqueles elementos que são identificados como japoneses ou orientais e, segundo Serra-Vilella (2018) não necessariamente implicam em estereótipos, mas mostram que o Outro está sendo representado como diferente para o público e pode levar à exotização. A temporalidade aparece quando as imagens representam tempos antigos ou a modernidade. Já o elemento principal pode aparecer como: figuras femininas, incluindo partes do corpo humano que são identificadas como femininas; figuras masculinas, incluindo partes do corpo humano que são identificadas como masculinas; figuras humanas, quando o gênero não pode ser identificado ou inclui homens e mulheres; paisagens; objetos; animais; outros, que inclui imagens abstratas; e sem imagem. Em resumo, a pesquisadora utilizou essas classificações para verificar se o orientalismo é encontrado no corpus de capas em forma de anacronismo, exotismo ou imagens femininas.

Então, assim como fizeram Said e Serra-Vilella, este artigo analisará as traduções, capas e materiais de divulgação sob esses três aspectos: ênfase da diferença, anacronia e feminização. E, seguindo as definições de Venuti, também será analisado se o texto-fonte foi domesticado para acomodar o público leitor e diminuir estranhamentos, ou se foi estrangeirizado para marcar as diferenças culturais.

A seguir, veremos alguns casos de traduções orientalistas que aconteceram a oeste do globo terrestre.

2.1 O caso Murakami

As traduções de textos de Murakami Haruki para o inglês que são publicadas na revista *The New Yorker* recebem muitas alterações dos seus editores. Karashima, professor na Universidade de Waseda e tradutor, analisou o caso da publicação de *The Wind-up Bird and Tuesday's Women*, tradução de *Nejimaki tori to kayōbi no onnatachi* [ねじまき鳥と火曜日の女たち, O pássaro de corda e as mulheres da terça-feira] (1986), na revista em 1991 e comparou esta versão com a publicada na coletânea *The Elephant Vanishes* [O elefante desaparece], de 2001, ambas com tradução de Alfred Birnbaum. Na época, o editor-chefe da revista era Robert Gottlieb, que a via como emanção da visão de seus editores (Karashima, 2020). Ou seja, para ele, os editores de uma revista literária controlariam, de acordo com suas preferências, o que seria publicado. Neste caso, o conto de Murakami foi escolhido pela editora Linda Asher, que tinha interesse em publicar obras traduzidas, mas com alterações para que o texto final agradasse o leitor estadunidense (Karashima, 2020).

As modificações solicitadas incluíram a redução de descrições de cenas de sexo e até a remoção de frases inteiras. Segundo Karashima, Murakami já declarou em uma entrevista que Asher havia pedido para que ele “pegasse mais leve” e reduzisse o conteúdo sexual (2020, local. 1056). As descrições de relações sexuais podem parecer supérfluas, mas, além de serem uma característica do texto de Murakami, funcionam como construção das personagens e da história.

Outra alteração dos editores da revista foi uma menção ao escritor beatnik Allen Ginsberg. A primeira sugestão foi trocar a referência para Shakespeare, mas a versão final faz menção ao escritor modernista T. S. Eliot (Karashima, 2020). Isto é, mesmo a referência do texto-fonte a um autor estadunidense não pareceu adequada aos editores para o público leitor da revista. É possível também que, para os editores, Allen Ginsberg não estivesse adequado ao imaginário de quais escritores ocidentais um autor japonês pudesse referenciar.

Ainda segundo Karashima (2020), Murakami aceitou as mudanças sugeridas pela revista porque suas publicações alcançariam um grande número de leitores e ele sentiu que não teria escolha a não ser seguir as regras impostas pela *The New Yorker*, mas ressalta que reverte todas as alterações quando publica seus textos em livro. Ou seja, quem lê o texto publicado pela *The New Yorker* não lê o texto que o autor pretendia escrever, mas uma versão editada pela revista, julgada ser a mais adequada para o seu público leitor estadunidense. Segundo Karashima (2020), até hoje as traduções de obras de Murakami publicadas na *The New Yorker* são editadas consideravelmente. Isto significa que mesmo um autor como Murakami, que ganhou grande fama internacional, inclusive sendo ano após ano cogitado

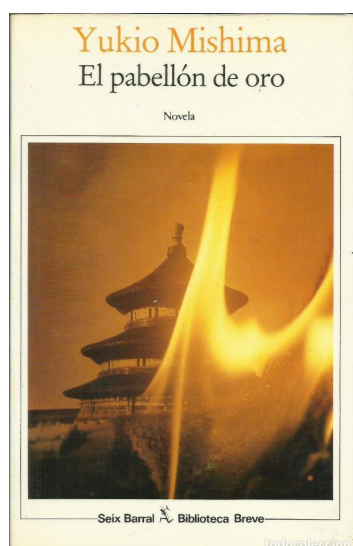
para o Prêmio Nobel de Literatura, não tem controle de como seu texto será traduzido em outros idiomas.

Neste caso, há uma domesticação do texto-fonte, que altera e remove passagens para se adequar à cultura do texto-alvo. Isto é, a remoção de passagens que foram julgadas como dispensáveis e alterações de outros trechos tornam o texto mais palatável para o leitor estadunidense.

2.2 O caso das capas espanholas

Como mencionado anteriormente, Serra-Vilella (2018) analisou 432 capas de traduções de literatura japonesa publicadas na Espanha. Uma das capas, a da tradução espanhola de *Kinkakuji* [金閣寺] (1956), de Mishima Yukio, *El pabellón de oro*, lançada em 1986 pela editora Seix Barral, apresenta uma foto de um templo “oriental”, ou seja, um marcador cultural. Porém, na foto não está representado um templo japonês e, sim, o Templo do Céu em Pequim, na China. Essa é uma evidência da ignorância na qual os estereótipos são construídos e evoca uma imagem do Outro, mas não o representa, pois o templo da foto não pertence ao país o qual tenta representar, mesmo que visto em uma categoria “oriental” (Serra-Vilella, 2018).

Figura 1 – Capa de *El pabellón de oro* (1986)



Fonte: Serra-Vilella (p. 148, 1986).

A pesquisadora também notou a recorrência de ilustrações em ukiyo-e. Para Serra-Vilella (2018), o ukiyo-e pode ser considerado um símbolo da reinterpretação do Outro

no Ocidente, pois essas ilustrações não eram valorizadas no Japão na época que estavam sendo produzidas, porém receberam valor pelos ocidentais com o movimento artístico do “japonismo”. Ukiyo-e é um tipo de xilogravura japonesa de baixo custo da Era Edo (1603-1868) que foi difundido nos círculos artísticos europeus com a Exposição Universal de Paris de 1867, virando moda na Europa nas décadas de 1870 e 1880. Ou seja, o uso dessas imagens também é uma apropriação do direito de decidir o que representa o Outro visualmente, pois essas foram escolhidas pelo Ocidente para representar a arte japonesa. Ainda, as ilustrações em ukiyo-e não são apenas utilizadas para ilustrar capas quando há uma relação clara entre a imagem e o conteúdo do livro, resultando em uma discrepância temporal (Serra-Vilella, 2018).

Anacronismo, ou estagnação no passado, pode ser um método para localizar o Outro em uma posição inferior, representando a sua cultura como menos avançada. Nos dados obtidos por Serra-Vilella (2018), 179 capas (41,5% do total) evocam o passado, 91 (21%) evocam a modernidade e 162 (37,5%) não sugerem representação temporal. Ou seja, o Outro é representado como arcaico na maioria das publicações espanholas.

Os marcadores culturais foram encontrados em 263 capas (61%) e, quando há marcadores culturais de Japão ou Oriente, a temporalidade representada é predominantemente o passado com 163 capas contra 59 representando modernidade (Serra-Vilella, 2018). Essas 163 capas somam 37,7% do total analisado e, apesar da imagem de “tradição” não ser necessariamente uma exotização, demonstra uma predileção para essa representação, mesmo em livros cujo conteúdo não é clássico, reforçando o afastamento do Outro japonês (Serra-Vilella, 2018). Isto significa que, quando há um marcador cultural claro, ele normalmente representa algum aspecto tradicional e colabora com a representação do Japão como um lugar “parado no tempo”.

Quando as capas são ilustradas com representações de indivíduos, a figura feminina é predominante. Em um total de 215 capas com imagens de pessoas, 118 são de figuras femininas, 62 são figuras masculinas e 35 são figuras humanas não distinguíveis ou representam homens e mulheres (Serra-Vilella, 2018). Além disso, há uma representação muito específica da mulher japonesa. Mulheres identificáveis como japonesas ou asiáticas representadas em estilo antiquado ou tradicional somam 56 capas, quase metade das 118 capas com figuras femininas (Serra-Vilella, 2018). A imagem de uma mulher com aparência tradicional, representada por penteados e roupas tradicionais, pode ser vinculada pelo público geral à gueixa e mesmo que essa imagem não seja explicitamente sensual, ela pode lembrar sensualidade, pois é um estereótipo comum acerca dessas artistas (Serra-Vilella, 2018). Ou

seja, quando a capa representa uma figura feminina, normalmente será uma mulher com marcadores culturais e temporalmente no passado, evocando a imagem da gueixa e, consequentemente, inferindo certa sensualidade.

Resumindo, na Espanha, o Japão é visto como um Outro distante no tempo e espaço, marcado por representações visuais entendidas como orientais e representado por figuras femininas atraentes. Em outros termos, as capas espanholas de literatura japonesa são estrangeirizadoras e orientalistas, pois usam estereótipos para representar o Japão a partir da diferença, sensualidade exótica e como um lugar parado no tempo. Ainda não temos estudos similares no Brasil, mas é possível que esse tipo de visão esteja sendo reproduzido aqui, pois o mercado editorial brasileiro costuma acompanhar as tendências estrangeiras.

2.3 O caso do *Genji monogatari* na Grécia

Em comunicação para uma conferência sobre tradução de literatura japonesa, a pesquisadora Akylina Printziou comentou sobre o processo tradutório na Grécia, onde é comum traduções indiretas de obras japonesas a partir do inglês¹. A tradução indireta é aquela que não usa o texto no idioma em que a obra foi escrita, mas uma tradução para outro idioma. Um exemplo mencionado foi a tradução de *Genji monogatari* [源氏物語, O romance do Genji], de Murasaki Shikibu, realizada por Nikos Pitsinos a partir da tradução para o inglês de Arthur Waley, para a Editora Nimfi e lançada em 2024.

Nesse caso, a tradução para o grego foi realizada a partir do texto traduzido para o inglês, e não do texto original em japonês. O texto do inglês Waley é muito elogiado, mas é fruto da sua época: o primeiro volume foi lançado em 1925. Segundo Ury (1976), os primeiros capítulos da tradução de Waley demonstram uma predileção para o herói, Genji, pensar de um certo jeito e possuem uma grande medida do próprio gênio do tradutor: algumas passagens da obra foram omitidas, como é o caso do segundo capítulo de *Wakana* [若菜, “Jovens ervas”]; outras tiveram suas referências trocadas, como em um trecho que Genji proclama um poema sobre uma cerca na neve, mas a tradução substitui para uma declaração em prosa do personagem sobre seu desejo de ver algo bonito como flores e árvores; ou ainda a adição de comentários do tradutor, como quando Waley insere uma frase sobre o desejo que

¹ Informações fornecidas por Akylina Printziou, pesquisadora e tradutora literária, na sua apresentação intitulada *Translators in the Middle: Visibility, Agency, and Market Forces in Greek and English Translations of Japanese Literature* para o *Human Translators in Focus: Exploring the Human Aspects of Japanese Literary Translation through a Sociological Lens*, promovido por Trinity Centre for Literary and Cultural Translation do Trinity College (Online, Dublin, IE), em 22 de outubro de 2025.

Genji teria de pintar uma paisagem ou conversa diretamente com quem está lendo. O tradutor também foi criticado por aproximar pessoas e objetos budistas àqueles da igreja anglicana (Ury, 1976). Objetos japoneses que seriam estranhos ao público leitor inglês da época também foram adaptados. Por exemplo, as personagens se recostam em sofás, apesar desse tipo de mobília não estar presente na corte Heian (Ury, 1976).

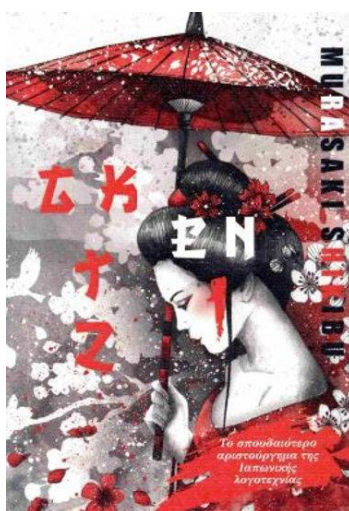
Waley viu *Genji monogatari* como um conto de fadas, e sua tradução transforma o Japão clássico em uma terra encantada. Segundo Ury (1976), o tradutor se apropriou do texto, cortando e alterando passagens para transformar a história em uma versão inteiramente sua. Ou seja, a tradução produzida por Waley reflete suas preferências ideológicas e poetológicas que, segundo Lefevere (2007), sempre moldam as estratégias de quem traduz para solucionar problemas ocasionados por elementos do texto-fonte e das suas expressões linguísticas, alterando aquilo que não está de acordo com a corrente dominante na cultura da tradução. Então usar uma tradução como texto-fonte para uma nova tradução em um terceiro idioma é reproduzir essas ideologias e poéticas. É possível que a fama e o respeito que a tradução de Waley ganhou — principalmente na Europa, mas também no Japão — possa ter incentivado a editora grega a utilizá-la, em vez do texto em japonês, com a esperança de que o resultado fosse um texto também bem aceito pelos leitores gregos.

Além disso, a capa da edição grega revela uma intenção orientalista e demonstra desconhecimento sobre a cultura e literatura clássicas japonesas. Ela consiste em um desenho de uma gueixa com parte dos ombros à mostra e um coque alto nas cores preto, branco e vermelha com as letras do título posicionadas desarranjadas vertical e horizontalmente. Mesmo que a representação da imagem da gueixa fosse adequada e correspondesse à imagem da gueixa no Japão, nesse caso, ainda estaria completamente fora de contexto. Na época de Murasaki, que se estima ter vivido entre 973 e 1014, além de ainda não existir a imagem da gueixa como se entende hoje, as roupas e penteados eram bastante diferentes. As mulheres normalmente usavam quimonos de várias camadas sem deixar muita pele à mostra e seus cabelos eram usados predominantemente longos e soltos.

O título *Gkntzi I* [em grego: Γκέντζι I] é escrito em uma fonte que tenta remeter ao silabário *katakana*, que para nipófonos resulta em um texto confuso visualmente. Além de não favorecer a legibilidade, esse tipo de tipografia foi utilizado nos Estados Unidos com intenções racistas nas propagandas antiasiáticas, mais especificamente durante o “*Chinese Exclusion Act*” [Lei de Exclusão de Chineses], de 1882, com a primeira fonte no estilo, “*Mandarin*”, sendo lançada em 1883 pela Cleveland Type Foundry (Lee, 2024). Essas fontes são chamadas de “*Chop Suey*” em alusão ao prato da culinária chinesa e são formadas por

letras romanas que sugerem a morfologia da escrita asiática. Segundo Lee (2024), elas carregam marcadores de racialização com significados derogatórios e servem para construir a imagem de Outro. No caso da tradução de *Genji monogatari* para o grego, a fonte escolhida para a capa corrobora para que o livro japonês seja visto como exótico. E, ao remeter visualmente ao silabário *katakana* ainda demonstra desconhecimento sobre a obra, pois ela foi escrita em uma época que as mulheres dominavam a “*onnade*” [“à mão de mulher”], o que veio se tornar o silabário *hiragana*.

Imagem 2 - Capa de *Gkntzi 1*



Fonte: página de venda do livro no site da editora Nimfi (2025).

Neste caso, a tradução indireta grega utiliza a tradução domesticadora e estrangeirizadora de Waley, pois domestica aspectos, como objetos e termos religiosos, para facilitar o entendimento do leitor ocidental, ao mesmo tempo que estrangeiriza o texto transformando-o em um conto de fadas e tornando-o exótico. A capa, por sua vez, apresenta a imagem da gueixa, o que ao mesmo tempo feminiza, enfatiza a diferença e produz uma anacronia, pois não representa uma mulher da época de *Genji monogatari*, mas um imaginário ocidental do que seria uma mulher japonesa, isto é, exótica e sensual.

2.4 O caso do título excêntrico

As obras não estão a salvo do orientalismo mesmo nos casos em que a tradução e quem traduziu não pretendem transformar o original em um Outro. Na mesma conferência mencionada anteriormente, a tradutora estadunidense de literatura japonesa Morgan Giles compartilhou um episódio no qual, durante uma reunião sobre a escolha do título de um livro

que havia traduzido, foi pedida sua opinião sobre diferentes opções². Ela não revelou com qual obra aconteceu esse fato, porém ainda é um caso interessante e que demonstra, mesmo que superficialmente, os critérios e a linha de raciocínio utilizados pelo mercado editorial se tratando de literatura japonesa. A opção de título que a tradutora considerou a menos adequada por ser um título excêntrico foi justamente a escolhida pela editora pelo mesmo motivo. Ou seja, neste caso, a editora desejou passar uma visão excêntrica do Japão, mesmo que o título original e o conteúdo da obra não transmitissem a mesma excentricidade, mais uma vez afastando o Japão e transformando-o no Outro.

Este caso é anedótico, mas ilustra como a representação do Japão no Ocidente ainda é bastante estereotipada e, intrigantemente, o interesse comercial de que o país seja visto como exótico. Assim, podemos considerar que a ênfase da diferença e a estrangeirização de uma obra ainda estão muito presentes no mercado editorial, sendo também desejadas para impulsionar as vendas.

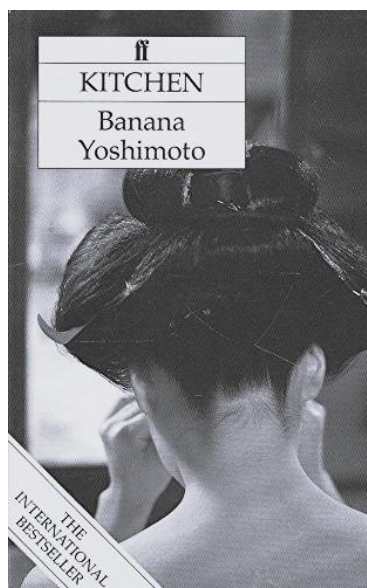
2.5 Os casos de Kitchen

Diferente de outras obras de literatura japonesa que tiveram sucesso de vendas em outros países, *Kitchen* [キッチン], de Yoshimoto Banana, não foi traduzida primeiramente para o inglês, mas para o italiano em 1991. Foi essa publicação que chamou a atenção da editora estadunidense Grove, que publicou a obra em 1993, com tradução de Megan Backus (Venuti, 2019). Segundo Venuti (2019), a tradução de Backus atingiu um público leitor diverso e foi capaz de alterar o cânone de língua inglesa da ficção japonesa moderna. Mesmo com esse grande feito, a obra não escapou de ser alvo da orientalização.

Ainda em 1993, a Editora Faber & Faber, do Reino Unido, publicou sua edição com a tradução de Backus, mas com outra capa. A imagem escolhida reproduz um estereótipo com a foto do que parece ser uma gueixa de costas chorando. A novela publicada originalmente em 1988 é um retrato da sua época e não menciona gueixas. E a protagonista, apesar de perder sua avó, não é completamente pessimista e melancólica. Ou seja, a capa representa uma sensualidade e melancolia que não estão presentes na história.

Figura 3 – Capa de *Kitchen* (1993)

² Informações fornecidas por Morgan Giles, tradutora e crítica literária, em entrevista intitulada *In Conversation with Translators 2: Translating Japan's Zainichi Voices* para o *Human Translators in Focus: Exploring the Human Aspects of Japanese Literary Translation through a Sociological Lens*, promovido por Trinity Centre for Literary and Cultural Translation do Trinity College (Online, Dublin, IE), em 24 de outubro de 2025.



Fonte: Furukawa (p. 223, 2012).

Já como insinuado pelo título em inglês, a obra explora um Japão mais moderno do que tradicional. A protagonista, Mikage, é uma universitária japonesa, mas a cultura estadunidense está muito presente em sua vida. A história é narrada em estilo coloquial e a protagonista utiliza estrangeirismos do inglês. Segundo Furukawa (2012), a tradução de Backus — elogiada tanto por críticos, como Lawrence Venuti, quanto pelo público — encontrou um meio-termo entre a estrangeirização e a domesticação do texto. Desta forma, a capa está em desacordo com o conteúdo do livro, pois não representa a protagonista nem o conteúdo da novela e nem mesmo as estratégias tradutórias utilizadas. Essa capa, mais uma vez, estrangeiriza e orientaliza a obra, afastando-a temporalmente, pois a narrativa se passa no presente da publicação e a gueixa remete ao passado e à sensualidade.

No Brasil, as publicações de traduções de *Kitchen* também tiveram uma trajetória interessante. A primeira tradução para o português brasileiro foi realizada indiretamente do italiano por Julieta Leite e publicada pela Editora Nova Fronteira em 1995. Não entrarei nos detalhes das questões encontradas ao se realizar uma tradução indireta, pois essas já foram expostas no exemplo da tradução de *Genji monogatari* para o grego.

Em abril de 2025, a Editora Estação Liberdade anunciou a publicação de uma aguardada nova tradução, desta vez diretamente do japonês, feita por Lica Hashimoto, Fabio Saldanha e Lui Navarro. A primeira capa revelada pela Estação Liberdade foi muito comentada por ter sido acusada de ser produzida através de inteligência artificial, mas gostaria de chamar atenção para outra questão. A imagem de divulgação do livro sobrepõe a capa a

uma foto de um prato de sushi, mais especificamente o que parece ser um *futomaki* recheado de salmão e abacate.

O luto é um dos temas principais da obra, e Mikage encontra conforto na cozinha e afeto na comida. Muitos pratos aparecem ao longo da novela, como lãmen, tempurá, tofu, *nikuman* e *katsudon*, para citar alguns. A comida serve como uma alegoria para a superação do luto, mas em nenhum momento os personagens comem nenhum tipo de sushi. Acredito, então, que a escolha da imagem do prato de *futomaki* advenha de um imaginário estereotipado do que é a comida japonesa e, possivelmente, desconhecimento do conteúdo do livro. A publicação do Instagram foi removida posteriormente com a alteração da capa e contracapa para fotos representando uma geladeira aberta e fechada, da série ICE BOX da fotógrafa japonesa Ushioda Tokuko, mas ainda é possível ver uma reprodução da imagem de divulgação na matéria de Magdiel (2025). Com esse exemplo percebe-se que, além das traduções e das capas dos livros, o processo de divulgação de uma obra também pode demonstrar uma visão orientalista da cultura japonesa.

Figura 4 – Publicação de divulgação do livro *Kitchen* (2025)



Fonte: Magdiel (2025).

A capa britânica de *Kitchen* enfatiza a diferença, traz anacronia e a figura feminina com a foto de uma gueixa que não está presente na história, nem se encaixa temporalmente com a narrativa, pois, apesar da personagem principal ser uma mulher, Mikage é uma jovem moderna. Quanto à divulgação de *Kitchen* no Brasil, há uma enfatização da diferença representada pelo prato de sushi, ou seja, a publicidade se apoia no afastamento do indivíduo japonês para transformá-lo no Outro. Ao mesmo tempo, a publicação domestica a culinária

nipônica para o que se entende como comida japonesa no Brasil, utilizando a imagem de um prato que não aparece na obra, nem traz a imagem de conforto similar àqueles apresentados pela protagonista.

3. Considerações finais

Os casos discutidos neste artigo demonstram que uma obra de literatura japonesa não está isenta de sofrer uma visão orientalista em nenhuma das etapas de seleção, tradução, publicação e divulgação do livro. Mesmo que a pessoa que a traduziu use uma abordagem que tente evitar estereótipos, é possível que a capa ou a divulgação do livro pela editora, e todas as diferentes pessoas envolvidas no processo, façam uso de ideias clichês que estão no imaginário da cultura do texto-alvo para atender a uma lógica do mercado editorial para estimular as vendas. Sendo assim, em certos casos também poderá haver uma discordância entre a capa (ilustração e título) e/ou divulgação e o conteúdo da obra, o que pode ser positivo ou negativo. Caso o leitor escolha um livro com base em uma capa orientalista, no pior dos casos poderá não gostar da leitura, porque não reproduz os estereótipos que o atraíram. Ou, no melhor dos casos, o leitor descobrirá um novo Japão que ultrapassa suas expectativas.

Referências

CUNHA, Andrei S. O Japão em tradução: textos brasileiros. **Tradução em revista**, Rio de Janeiro, n. 18, p. 55-70, 2015. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/rev_trad.php?strSecao=article_sp&fas=27151&numfas=11&nrseqcon=24853&NrSecao=11. Acesso em: 10 jan. 2024.

CUNHA, Andrei S. A literatura japonesa em tradução no Brasil. In: II Seminário Internacional de Língua, Literatura e Processos Culturais, 2014, Caxias do Sul. **Anais do II seminário internacional de língua, literatura e processos culturais – SILLPRO: espaço, território e região**. Caxias do Sul: UCS, 2014, p. 824-832.

FURUKAWA, Hiroko. Representations are Misrepresentations: The Case of Cover Designs of Banana Yoshimoto's *Kitchen*. **TTR: Traduction, terminologie, rédaction**, v. 25, n. 2, p. 215-233, 2012. Disponível em: <https://www.erudit.org/en/journals/ttr/2012-v25-n2-ttr0844/1018809ar/>. Acesso em: 29 out. 2025.

KARASHIMA, David. **Who we're reading when we're reading Murakami**. New York: Soft Skull, 2020. Livro eletrônico.

LEE, Chris. Typographic design as visual historiography and racial formation. **International journal of film and media arts**, v. 9, n. 2, p. 23-42, 30 dez. 2024. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/ijfma/article/view/9912>. Acesso em: 24 out. 2025.

LEFEVERE, André. **Tradução, reescrita e manipulação da fama literária**. Tradução de Claudia Matos Seligmann. Bauru: Edusc, 2007.

MAGDIEL. **Editora usa I.A. em capa, e gera I.A. para negar: entenda o caso Estação Liberdade**. É difícil escrever com a nadadeira. 29 abr. 2025. Disponível em: <https://137magdiel.substack.com/p/editora-usa-ia-em-capa-e-gera-ia>. Acesso em: 23 out. 2025.

MURASAKI, Shikibu. **Gkntzi 1** [Γκέντζι I]. Tradução de Nikos Pitsinos. Atenas: Nimfi, 2024.

NIMFI. Capa de **Gkntzi 1** [Γκέντζι I]. Disponível em: <https://www.nimfi.gr/product-page/%CE%B7-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B3%CE%BA%CE%AD%CE%BD%CF%84%CE%B6%CE%B9>. Acesso em: 17 nov. 2025.

SAID, Edward W. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. Tradução de Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SERRA-VILELLA, Alba. The Other reflected in book covers: Japanese novel translations in Spain. **Cultura, Lenguaje y Representación**, [S. l.], v. 19, p. 141-161, 2018. Disponível em: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/article/view/2615>. Acesso em: 31 out. 2025.

SUZUKI, Izumi. **Tédio terminal**. Tradução de Andrei Cunha, Rita Kohl e Eunice Suenaga. São Paulo: DBA Literatura, 2024.

SUZUKI, Izumi. **Terminal boredom**: stories. Tradução de Polly Barton, Sam Bett, David Boyd, Daniel Joseph, Aiko Masubuchi e Helen O'Horan. Londres: Verso Fiction, 2021.

URY, Marian. The Imaginary Kingdom and the Translator's Art: Notes on Re-Reading Waley's Genji. **The Journal of Japanese Studies**, Califórnia, v. 2, n. 2, p. 267-294, 1976. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/132055>. Acesso em: 28 out. 2025.

VENUTI, Lawrence. **Escândalos da tradução**: por uma ética da diferença. Tradução de Laureano Pelegrin, Lucinéia Marcelino Villela, Marileide Dias Esqueda, Valéria Biondo. São Paulo: Editora Unesp, 2019.

YOSHIMOTO, Banana. **Kitchen**. Tradução de Lica Hashimoto, Fabio Saldanha e Lui Navarro. São Paulo: Estação Liberdade, 2025.

YOSHIMOTO, Banana. **Kitchen**. Tradução de Megan Backus. Nova York: Grove Press, 1993.

YOSHIMOTO, Banana. **Kitchin** [キッチン]. Tóquio: Fukutate Shoten, 1991.

Recebido em: 18/11/2025
Aprovado em: 20/04/2026