

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

**O SITE DA USC EM INGLÊS: TEORIA E PRÁTICA DE
TRADUÇÃO, LOCALIZAÇÃO E GLOBALIZAÇÃO**

AUTOR: ALEXANDRE R. CACHUCHO

**ORIENTADORAS: PROF (A). FÁTIMA DE GÊNOVA DANIEL
PROF (A). MARILEIDE DIAS ESQUEDA**

USC

2008

O SITE DA USC EM INGLÊS: TEORIA E PRÁTICA DE TRADUÇÃO, LOCALIZAÇÃO E GLOBALIZAÇÃO.

ALEXANDRE R. CACHUCHO

Monografia apresentada à
Universidade do Sagrado Coração,
como requisito para conclusão do
curso de bacharelado em Tradução
Orientadoras: Prof. (a) Fátima de
Gênova Daniel e Prof. (a)
Marileide Dias Esqueda.

USC

2008

Quando existe avanço tecnológico sem avanço social, surge quase automaticamente, um aumento da miséria humana.

Michael Harrington

AGRADECIMENTOS

À Professora Fátima de Gênova Daniel, pela sensibilidade que a diferencia como educadora, por sua dedicação e disponibilidade como orientadora. Pela amizade que se construiu para além dos espaços da universidade.

À Professora Marileide Dias Esqueda, por sua competência, pelas contribuições teóricas, pela orientação na escolha do meu tema e por suas oportunas e relevantes contribuições.

Aos meus pais que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa de minha vida.

E, mais importante, ao meu companheiro Josimar Carlos dos Santos pelo incentivo, força e carinho que partilhamos durante nosso caminhar.

SUMÁRIO

<u>O Site da USC em inglês: teoria e prática de tradução, localização e globalização.....</u>	<u>1</u>
<u>Autor: ALEXANDRE R. CACHUCHO.....</u>	<u>1</u>
<u>Orientadoras: Prof (a). FÁTIMA DE GÊNOVA DANIEL.....</u>	<u>1</u>
<u>Prof (a). MARILEIDE DIAS ESQUEDA.....</u>	<u>1</u>
<u>Usc.....</u>	<u>1</u>
<u>2008.....</u>	<u>1</u>
<u>O Site da USC em inglês: teoria e prática de tradução, localização e globalização.</u>	<u>2</u>
<u>ALEXANDRE R. CACHUCHO.....</u>	<u>2</u>
<u>Usc.....</u>	<u>2</u>
<u>2008.....</u>	<u>2</u>
<u>lista de figuras.....</u>	<u>v</u>
<u>Lista de tabelas.....</u>	<u>vi</u>
<u>RESUMO.....</u>	<u>vii</u>
<u>.....</u>	<u>vii</u>
<u>ABSTRACT.....</u>	<u>viii</u>
<u>INTRODUÇÃO.....</u>	<u>9</u>
<u>1 A GLOBALIZAÇÃO E SEUS IMPACTOS NAS IDENTIDADES CULTURAIS E NA</u>	
<u>TRADUÇÃO.....</u>	<u>13</u>
<u>2 GLOBALIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO.....</u>	<u>24</u>
<u>3 A LOCALIZAÇÃO DE PÁGINAS DE INTERNET.....</u>	<u>31</u>
<u>4 A ARTE DE LOCALIZAR: métodos e técnicas.....</u>	<u>34</u>
<u>4.1 Avaliação.....</u>	<u>35</u>
<u>4.2 Planejamento.....</u>	<u>36</u>
<u>4.3 Localização.....</u>	<u>36</u>

LISTA DE FIGURAS

<u>Figura 1. Com a globalização, o mundo parece estar 'logo ali'. (fonte: Cartoon World Festival 2008).....</u>	<u>15</u>
<u>Figura 2. A globalização é sentida de formas diferentes.</u>	<u>21</u>
<u>Figura 3. Setores de prestação de serviços de localização (fonte: LISA 2003).....</u>	<u>25</u>
<u>Figura 4. O ciclo de desenvolvimento de um produto global (fonte: LISA 2005).....</u>	<u>27</u>
<u>Figura 5. O impacto das imagens na página da Universidade do Sagrado Coração.....</u>	<u>49</u>

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. A variação dos conceitos de globalização.....	23
Tabela 2. A variação dos conceitos de Localização.....	30

RESUMO

O presente trabalho teve o propósito de discutir sobre os métodos e técnicas envolvidos no setor da localização de páginas da internet e, posteriormente, aplicá-los na versão para o inglês do site institucional da Universidade do Sagrado Coração. Para tal, foi feita uma revisão de literatura envolvendo os temas: globalização, tradução e localização (GIDDENS, 1990; MCGREW, 1992; ROBERTSON, 1992; FRIEDMAN, 1995; CASTELLS, 1996; WARSCHAUER, 2000; ASHWORTH, 2002; MOUSBETH, 2002; CRONIN, 2004; ANOBILE, 2005), a qual possibilitou buscar respostas para duas questões principais: a) o efeito da globalização nas traduções e nas identidades culturais, bem como a importância da localização no mundo dos negócios atual; e b) quais os possíveis caminhos e as ferramentas na localização de um produto ou página da internet. Já no âmbito prático, foram utilizadas várias ferramentas tradutórias, destacando-se: os dicionários impressos e os eletrônicos; obras cobrindo os temas como marketing, publicidade e propaganda; obras de conteúdo histórico que ajudaram a elucidar as eventuais dúvidas sobre a instituição a ser vertida para o inglês; os sistemas de gerenciamento terminológico, que ajudaram a levantar e utilizar vocabulários especializados; e as memórias de tradução, que serviram para facilitar a reutilização de traduções já realizadas. Os resultados apontam para a inexistência de um único modelo de globalização adotado de forma voluntária por diferentes nações, mas sim a tradução de elementos da economia global e de informação para circunstâncias locais. Foi possível constatar também um aumento da necessidade de especialistas em localização impulsionado pela globalização, a internet e a proliferação da informação. Finalmente, percebemos a necessidade dos cursos universitários em Tradução incluírem em suas matrizes curriculares disciplinas que lidem com o setor de localização.

Palavras-chave: localização, tradução, globalização, página da Internet.

ABSTRACT

This study aimed at debating the methods and techniques involved in the activity of website localization and thereafter apply them to the English version of the University of Sagrado Coração website. Therefore, a literature review was performed covering the topics: globalization, translation and localization (GIDDENS, 1990; MCGREW, 1992; ROBERTSON, 1992; FRIEDMAN, 1995; CASTELLS, 1996; WARSCHAUER, 2000; ASHWORTH, 2002; MOUSBETH, 2002; CRONIN, 2004; ANOBILE, 2005). This review attempted to answer two main questions: a) the effect of globalization on translation and cultural identities as well as the importance of the localization sector inside today's business world; and b) what are the possible methods and tools for localizing a product or a website. The practice exercise implicated in the use of several translation tools such as: printed and electronic dictionaries; written works covering topics such as Marketing, Advertising and Publicity; historical books which helped solve the questions related to the university history; the terminology management systems which helped collect and utilize specialized lexicon; and translation memories which facilitated the reuse of previous translations. It was found that countries and communities do not voluntarily follow one single globalization pattern. Instead, they translate elements of the global information economy to local circumstances. It was also found an increasing number in the demand for specialists in localization stimulated by globalization, the internet and information proliferation. Finally, it was verified the need for university courses in Translation to include in their curriculum grid subjects concerning localization.

Key-words: localization, translation, globalization, website.

INTRODUÇÃO

Michael Cronin (2004), em sua obra *Translation and Globalization*, faz um resgate histórico, contextualizando as transformações vigentes em nosso mundo. Ele inicia relatando que:

o dramático colapso das economias ocidentais nos anos 70, com desemprego recorde e inflação elevada estimulados pelas altas do preço do petróleo em 1974 e 1979, levou a uma reestruturação fundamental da economia e do mundo desenvolvido, com uma forte ênfase em privatizações e desregulamentação. Este período também testemunhou o advento da tecnologia da informação que transformaria drasticamente as práticas do trabalho em níveis nacionais e internacionais. A invenção do transistor (1954), o uso do silício na produção de semicondutores (1954), a invenção do circuito integrado (1957) e a criação do computador em um chip – o microprocessador – por Ted Hoff da Intel (1971) traçaram a base tecnológica para a revolução da Tecnologia da Informação, doravante TI. (op. cit., p. 10)

Ainda de acordo com Cronin (2004), essa nova economia se caracterizaria por ser uma economia global e de informação. Economia de informação devido à produtividade e competitividade de empresas, regiões e nações dependerem basicamente da habilidade de se criar, processar e aplicar – de uma forma eficiente – informações baseadas em conhecimento. Para tal argumento, Cronin (2004) se baseia em Castells (1996) o qual diz que:

o termo ‘de informação’ indica o atributo de uma forma específica de organização social na qual a geração, processamento e transmissão de informação se tornam as fontes fundamentais da produtividade e do poder devido às novas condições tecnológicas surgidas neste período histórico. (op. cit, p. 21)

Em relação ao fato da economia ser global, Cronin (2004) nos esclarece que isto se deve às atividades principais de produção, consumo e circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, gerenciamento, informação, tecnologia, mercado), serem organizados em uma escala global por meio de uma rede de conexões entre os diferentes agentes econômicos. (CRONIN, 2004, p. 11)

Essa nova forma de economia de informação global tornou-se uma tendência atual, causando grandes efeitos em nossas vidas, trabalho, cultura e – porque não – práticas de tradução. Portanto, de acordo com Maria Rubia Roza Burger (2008), do site especializado em tradução *Oxford Group*, utilizar a assim chamada globalização para as práticas de tradução no

uso de novas nomenclaturas, neologismos e palavras emprestadas, tornou-se uma decisão importante para o tradutor.

Citando Karamanian (2008) e Ashworth (2002), estamos às portas de um novo paradigma internacional. Fronteiras estão desaparecendo e as distinções estão sendo perdidas. As linhas outrora nítidas e distintas, agora estão perdendo a força e tornando-se embaçadas.

Ainda de acordo com o site Burger (2008), se traduções podem aproximar culturas, um texto traduzido deve ser o mais globalizado possível em termos de compreensão e aplicação, fazendo com que o papel do tradutor seja o de achar o melhor caminho para traduzir as culturas envolvidas e assim, contribuir para a compreensão mais eficaz do texto original.

Fouces¹ (2004) chama a atenção para o fato da possibilidade de transmitir informações de forma maciça e virtual para o mundo inteiro estar diretamente relacionada com a criação, pela primeira vez na história da Humanidade, de uma área de intercâmbio comercial, baseada no mercado livre e de âmbito global. Um dos traços mais relevantes desta nova dinâmica é o processo também maciço de alargamento das redes de comunicação, cujo símbolo (e suporte) maior é a Internet.

Segundo um estudo da Universidade da Califórnia, Berkley, na internet há 550 milhões de documentos (95% deles aberto ao público), e a informação *online* está crescendo em um ritmo de 7,3 milhões de novas páginas por dia. A produção anual de informação em todo o mundo é de 1500 milhões de gigabytes, dos quais 93% foi produzido em formato digital durante o ano de 1999 (CASTELLS, 2001, p.108)

Os sites de internet são, portanto, uma parte crucial desse atual mundo globalizado dos negócios. Eles geram renda e são um meio acessível para a obtenção de informação a respeito de uma empresa ou instituição. A atual economia global exige que as empresas e instituições enxerguem além das fronteiras nacionais se desejarem se expandir.

¹ Todas as citações do autor feitas no presente trabalho encontram-se em um artigo disponível na internet pelo site <<http://www.confluencias.net/n1/fouces.html>> e, portanto, não dispõem de números de páginas. O acesso ao artigo foi feito no dia 08 de fevereiro de 2008.

Segundo Mousbeth (2002) e o site especializado em localização *Kwintessential* Ltda. (2008), a localização de sites de internet é o processo de modificação de um site já existente com o objetivo de torná-lo acessível, útil e adequado culturalmente a um determinado público alvo.

Apesar da tradução de um site ser, em sua essência, similar ao processo de tradução normal já que lida com palavras, frases e língua, essa tradução traz desafios diferentes que precisam ser considerados corretamente. Isso se deve a uma combinação de fatores lingüísticos, visuais e técnicos.

Antes dessa tradução ser realizada, devemos refletir sobre alguns aspectos básicos, como enumera Gamanenko (2008). O que é considerado rude, insolente, ofensivo ou mal educado nesta cultura? O que é respeitado, valorizado, venerado? Que traços de caráter são mais estimados? Quais as cores favoritas e com o que são associadas? Quais as diferenças mais notáveis entre a sua cultura e esta? Tudo isso é importante ao fazer a localização de páginas de internet.

Este trabalho tratou-se de uma pesquisa bibliográfica envolvendo os temas: globalização, tradução e localização mais uma experiência prática aplicando os métodos e técnicas envolvidas na realização da localização na versão para o inglês do site institucional da Universidade do Sagrado Coração de Bauru.

Por meio dessa revisão literária, as seguintes perguntas foram respondidas:

- Qual o efeito da globalização nas traduções e nas identidades culturais?
- Qual a importância da localização no mundo dos negócios atual?
- Quais os melhores caminhos e as ferramentas mais eficientes na hora de realizar a localização de um produto ou página da internet?

Já no âmbito prático, foram utilizadas várias ferramentas tradutórias, destacando os dicionários impressos e eletrônicos, obras cobrindo os temas como marketing, publicidade e propaganda, obras de conteúdo histórico que ajudaram a elucidar as eventuais dúvidas sobre o site da instituição vertido para o inglês, os sistemas de gerenciamento terminológico, que

ajudaram a levantar e utilizar vocabulários especializados e as memórias de tradução, que serviram para facilitar a reutilização de traduções já realizadas.

1 A GLOBALIZAÇÃO E SEUS IMPACTOS NAS IDENTIDADES CULTURAIS E NA TRADUÇÃO

Antes que qualquer conclusão seja tirada sobre o papel da globalização no mundo atual e suas relações com a tradução, precisamos ter muito claro que conjunto de complexos processos ela sintetiza, além da força que tem nas identidades culturais e na própria tradução, tema deste trabalho.

Cronin² (2004) nos alerta que teóricos do mundo todo nem sempre concordam a respeito do que pode ser entendido como globalização. Se considerarmos a visão de Robertson (1992), globalização refere-se tanto à compreensão de mundo quanto à intensificação da consciência do mundo como um todo (p. 8). Já Jonathan Friedman (1995), citado por Cronin em 2004 na obra *Translation and Globalization*, alega que a globalização diz respeito a processos de atribuição de significado que são de uma natureza global. (CRONIN, 2004, p. 77 *apud* FRIEDMAN, 1995, p. 73). Também encontramos o conceito de globalização exposto por Ashworth (2002) de que o termo se refere a um processo que permite a Mensagem ser adaptada às condições que podem ser impostas pelo Receptor, o qual não compartilha da mesma bagagem cultural e lingüística que o Transmissor (ASHWORTH, 2002, p. 66).

Anthony McGrew (1992) vai mais além e acrescenta que a globalização não só atravessa fronteiras nacionais, como diz Cronin (2004), mas integra e conecta comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado.

É neste mundo interconectado citado por McGrew (1992) que acontecem as trocas não só de mercadorias, mas também de pessoas e idéias relatadas por Cronin (2004). Porém, como lembrado pelo autor, apesar da proliferação de termos fecundar uma pluralidade de argumentos, também causa uma confusão. Além de gerarem confusão, as diferentes visões em relação à globalização dividem opiniões quanto aos benefícios ou malefícios deste fenômeno. Ao mesmo tempo em que Warschauer (2000) define a globalização como uma nova ordem

² As citações de diversos autores usados neste trabalho foram retiradas de obras que se encontram em inglês e as traduções destas são de minha própria autoria.

econômica pós-industrial baseada na produção e distribuição globalizadas tendo a aplicação da ciência, tecnologia e o gerenciamento da informação como elementos-chave, ele também nos chama a atenção para um possível aspecto negativo deste fenômeno: 'o aumento da desigualdade entre aqueles que controlam os recursos tecnológicos e de comunicação e aqueles que carecem de acesso tecnológico e know-how' (WARSCHAUER, 2000, p. 1).

Apesar de a globalização ter várias definições e várias opiniões, dependendo do ponto de vista comercial, político, social ou técnico (ASHWORTH, 2002, p. 66), a maioria dos autores concorda que este fenômeno, como Giddens (1990) mesmo diz, implica em um movimento de distanciamento da idéia sociológica clássica da "sociedade" como um sistema bem delimitado e sua substituição por uma perspectiva que se concentra na "forma como a vida social está ordenada ao longo do tempo e do espaço" (GIDDENS, 1990, p. 64).

Ao contrário do que muitos pensam, a globalização não é um fenômeno recente. Giddens (op. cit.) já dizia que a modernidade é inerentemente globalizante. Por mais que as nações tenham sempre buscado uma soberania e certa autonomia ao longo da história, elas nunca foram tão soberanas nem tão autônomas como gostariam, assim como relata David Held (1992). O próprio capitalismo em si não permitiu que as nações-estados fossem determinadas por fronteiras nacionais (WALLERSTEIN, 1979, p. 19). Assim, parece ser inversamente proporcional que tanto a tendência à autonomia mundial quanto à globalização estão profundamente enraizadas na modernidade. (WALLERSTEIN, 1979, p.98).

Por mais que as observações acima comprovem que a globalização não é um fato recente, tanto Hall (2006) quanto Anobile (2005) concordam que o alcance, assim como o ritmo da integração global aumentaram enormemente, acelerando os fluxos e os laços entre as nações.

Profundas transformações econômicas, políticas, tecnológicas e sociais ocorreram nos últimos quinze anos, o que resultou em um grau sem precedentes de integração internacional. Este processo de globalização, como é comumente conhecido, é um dos aspectos que atualmente definem nossas vidas. (ANOBILE, 2005, p.08)

Citando Warschauer (2000) e Cronin (2004), em um mundo de mudanças incessantes e um fluxo inesgotável de riqueza, poder e imagens, a busca por uma identidade específica,

seja religiosa ou étnica, como refúgio e fonte de significado torna-se intensa (CRONIN, 2004, p. 12 *apud* WARSCHAUER, 2000, p. 1).

A vida das pessoas é cada vez mais afetada pelas redes internacionais que operam via mercados financeiros, empresas transnacionais e a Internet. Em resposta a esse crescente poder das redes globais, as pessoas – como indivíduos e como coletivo – esforçam-se para tomar o controle de suas identidades e defenderem o que elas vêem como essencial de si mesmos. (WARSCHAUER, op. cit.)

Uma vez constatada esta busca por uma identidade específica, quais seriam as conseqüências dos aspectos da globalização, cujos principais recursos são a tecnologia e a informação, sob as identidades culturais? Este é o objetivo do parágrafo a seguir.

Retomando o que foi dito no início deste capítulo, uma das características principais da globalização que Hall (2006) e Giddens (1990) nos relatam é a "compressão espaço-tempo". Com a globalização, o mundo parece menor e as distâncias mais curtas (Figura 1). Ainda segundo os autores, qualquer evento que aconteça de um lado do globo tem um impacto imediato sobre pessoas e lugares muito distantes. Harvey (2003, p. 240) argumenta que:

À medida que o espaço se encolhe para se tornar uma aldeia "global" de telecomunicações e uma "espaçonave planetária" de interdependências econômicas e ecológicas – para usar apenas duas imagens familiares e cotidianas – e à medida que os horizontes temporais se encurtam até ao ponto em que o presente é tudo que existe, temos que aprender a lidar com um sentimento avassalador de compressão de nossos mundos espaciais e temporais.



Figura 1. Com a globalização, o mundo parece estar 'logo ali'. (fonte: Cartoon World Festival 2008)

Essas noções de espaço-tempo são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação. É o que afirma Hall (2006) ao dizer que todo meio de representação - escrita, pintura, desenho, fotografia, simbolização através da arte ou dos sistemas de telecomunicação - deve traduzir seu objeto em dimensões espaciais e temporais. Diferentes épocas têm diferentes formas de combinar essas coordenadas espaço-tempo.

Giddens (1990) também chama a atenção para uma separação entre espaço e lugar decorrente da globalização. De acordo com o que Hall (2006) interpreta desta separação, o "lugar" é específico, concreto, conhecido, familiar, delimitado. É o ponto de práticas sociais específicas que nos moldaram e nos formaram e com as quais nossas identidades estão estreitamente ligadas:

Nas sociedades pré-modernas, o espaço e o lugar eram amplamente coincidentes, uma vez que as dimensões espaciais da vida social eram, para a maioria da população, dominadas pela "presença" - por uma atividade localizada [...] A modernidade separa, cada vez mais, o espaço do lugar, ao reforçar relações entre outros que estão "ausentes", distantes (em termos de local), de qualquer interação face-a-face. Nas condições da modernidade [...], os locais são inteiramente penetrados e moldados por influências sociais bastante distantes deles. O que estrutura o local não é simplesmente aquilo que está presente na cena; a "forma visível" do local oculta as relações distanciadas que determinam sua natureza (GIDDENS, 1990, p. 18).

Ainda seguindo a interpretação de Hall (op. cit.) da separação entre espaço e lugar, os lugares permanecem fixos; é neles que temos "raízes". Já o espaço pode ser "cruzado" num piscar de olhos – por avião a jato, por fax ou por satélite. Harvey chama isso de "destruição do espaço através do tempo" (2003, p. 205).

Um impacto talvez preocupante desse processo é o que Hall (2006) descreve como 'o enfraquecimento ou destruição sorrateira das formas nacionais de identidade cultural'. Cronin (2004) também faz menção a esse aspecto da globalização frequentemente identificado como um fator negativo na manutenção da língua. Segundo ele, a difusão das ideologias com base no mercado, a influência econômica e política das empresas transnacionais, o surgimento do turismo internacional, a dominação dos modelos científicos e técnicos ocidentais e a disseminação global da cultura popular ocidental são descritas como agentes da 'destruição' lingüística e cultural. (CRONIN, 2004, p. 72). Assim, fica cada vez mais difícil manter as identidades culturais intactas com tanta exposição às influências externas:

As pessoas que moram em aldeias pequenas, aparentemente remotas, em países pobres, do "Terceiro Mundo", podem receber, na privacidade de suas casas, as mensagens e imagens das culturas ricas e consumistas do Ocidente, fornecidas através de aparelhos de TV ou de rádios portáteis, que as prendem à "aldeia global" das novas redes de comunicação. (HALL, 2006, p.74).

Hall (op. cit.) afirma que todas essas identidades diferentes fazem apelos a diferentes partes de nós e nos dá a idéia de que é possível fazer uma escolha. A difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito que o autor chama de "supermercado cultural". No interior deste discurso, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a identidade, ficam reduzidas a uma espécie de língua franca internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas. Este fenômeno é conhecido como "homogeneização cultural".

É com essas tendências que a tradução precisa se preocupar, pois segundo Venuti (2002), ela é uma prática cultural que está profundamente implicada nas relações de domínio e dependência, igualmente capaz de mantê-las ou interrompê-las.

A colonização das Américas, da Ásia e da África não poderia ter ocorrido sem intérpretes, tampouco a tradução de textos religiosos, efetivos, legais, educacionais. Os projetos recentes das corporações multinacionais, sua exploração da força de trabalho e dos mercados internacionais, também não podem avançar sem uma grande quantidade de traduções, variando desde contratos comerciais, manuais de instrução e cópia de propaganda até romances populares, livros infantis e trilhas sonoras de filmes. (VENUTI, 2002, p. 297 tradução de ESQUEDA, 2002).

Venuti (2002) ainda relata que a tradução desempenha um papel fundamental no incentivo à leitura e à publicação, e no enriquecimento das línguas e literaturas regionais nos países em desenvolvimento. Para aquelas culturas não letradas, a tradução significa os primeiros livros e para aquelas já letradas significa lucrativos contratos editoriais, televisivos ou cinematográficos que ajudam a sustentar o desenvolvimento industrial ao construir públicos-leitores da língua nativa para os produtos culturais de países hegemônicos. (VENUTI, 2002, p. 298).

Apesar disso, esse papel da tradução muda de acordo com a hierarquia dos países no mercado global. Venuti (2002) argumenta que nos países hegemônicos, a tradução modela imagens de seus subordinados, que podem confirmar ou interrogar os valores domésticos

dominantes, reforçando ou revendo os estereótipos étnicos, os cânones literários, os padrões de mercado e as políticas estrangeiras às quais a outra cultura possa estar sujeita. Nos países subordinados, as traduções modelam imagens dos países hegemônicos que podem tanto clamar por submissão, colaboração ou resistência, quanto assimilarem os valores estrangeiros dominantes ou revê-los criticamente para criar auto-imagens domésticas mais nacionalistas.

Venuti (2002) também justifica de certa forma a importância do trabalho aqui proposto ao dizer que a língua inglesa tem se tornado a mais traduzida mundialmente, mas é uma das línguas para a qual menos se traduz. Nas palavras dele, se ganha muito dinheiro a partir da tradução da língua inglesa, mas se investe pouco na tradução para esta.

Voltando ao conceito de países dominantes e subordinados, Venuti (2002) faz um parêntese relevante ao argumentar que, por mais que a tradução revele a dependência econômica e cultural dos países em desenvolvimento com relação aos outros hegemônicos, suas muitas ramificações também deixam claro que essa dependência é mútua em muitos sentidos, mesmo que desigual. O autor afirma que:

o status da tradução na economia global é particularmente constrangedor para os principais países de língua inglesa [...] Tal status chama a atenção para as condições questionáveis de sua hegemonia, sua própria dependência da dominação do inglês, do intercâmbio cultural desigual que envolve a exploração do mercado editorial estrangeiro, da mídia eletrônica e a exclusão e estereotipagem domésticas de culturas estrangeiras. (VENUTI, 2002, p. 300)

Para constatar isso podemos citar Schäler (2002) o qual diz que a maioria das editoras do mundo digital geram mais dinheiro com as vendas em mercados internacionais do que em seus mercados locais. Mais de 60% da renda total da Microsoft em 2001 provinha do mercado internacional. Somente na Irlanda neste mesmo ano, a *Microsoft* teve lucros de 1.9 bilhões de dólares.

Cronin (2004) explica que, quando a língua de um grupo é excluída da esfera pública, da política, da educação e da área do comércio, resta pouco a este grupo senão abraçar a língua de seus dominadores e aceitar o processo de assimilação. E de fato há críticas radicais às práticas de tradução que vêem todas as traduções como uma forma de censura antropofágica. Porém, segundo Venuti (2002), a dominação cultural dos países desenvolvidos nem sempre significa um processo homogeneizador de formação de identidade. Sob os

regimes de colonização, as funções da tradução são extremamente diversas e de efeito imprevisível, sempre permitindo ao colonizado o espaço discursivo para evitar ou adulterar os estereótipos discriminatórios que lhe estão impostos. (VENUTI, 2002, p. 320). Dois anos depois, encontramos respaldo também em Rieche (2004), ao relatar que cada cultura parece ter suas próprias normas sobre o que é ou não aceitável em termos de tradução, com a autora ainda nos alertando que conhecer essas normas é tão útil quanto conhecer os outros modelos locais de comunicação. Quanto mais prestígio uma cultura de destino considerar que tem, menos ela vai tolerar a presença de elementos estrangeiros na tradução (RICHIE, 2004, p. 7). Essas colocações apontam para um possível dilema:

Traduzir para a língua do conquistador sempre carrega consigo o perigo da assimilação ou aniquilação; traduzir na língua do conquistado, o perigo do excesso de poder [...] (CRONIN, 2004, p. 96 *apud* MANGUEL, 1998, p. 125)

Poderíamos dar um nome a esse conceito que junta as tendências globais às realidades locais. O professor e consultor internacional Gilbert Gilles Gerteiny se refere a ele como glocalização. Usando as palavras do autor, a glocalização é a globalização que estabelece limites: ela deve adaptar-se às realidades locais, em vez de ignorá-las ou simplesmente destruí-las. Gerteiny (2008) ainda relata que ao provocar resistência a si própria - suscitando um movimento mundial de contestação - a globalização, ironicamente e paradoxalmente, termina contribuindo para a concentração da atenção sobre as realidades locais. Na maioria das vezes, protestar contra a globalização tem efeito contrário, produzindo mais globalização. Gerteiny (2008) conclui que para ganhar a causa do local tem que agir-se no nível global, porém utilizando-se das novas tecnologias a fim de maximizar a ação localmente.

Finalmente, Venuti (2002) discorre que, em momentos históricos decisivos, especialmente durante o colapso de um regime imperial ou colonial, as culturas subordinadas têm tomado outra direção. De acordo também com Venuti (2002) e Cronin (2004), a tradução tem sido valorizada e colocada no centro do processo de globalização (CRONIN, 2004, p. 34) como uma prática, não de acúmulo de capital, mas de formação de identidade, com participação ativa na construção de autores e nações, leitores e cidadãos. Como resultado, os projetos de tradução têm sido promovidos por intelectuais e instituições acadêmicas de ponta. As indústrias livreiras, por sua vez, têm feito investimentos significativos na tradução.

Pode-se concluir que culturas e línguas, nas próprias palavras de Clifford (1997), ainda estão amplamente associadas às áreas espacialmente definidas do globo, mesmo que o status de determinadas línguas e o aumento do consumismo globalizado tentem desafiar a equação entre cultura, língua e lugar. Se por um lado, como Cronin (2004) mesmo diz, há a lógica evolucionária que dita o que é padrão, normativo, homogeneizado e universal, por outro, existem as reivindicações culturais que apontam para o específico, o anômalo, o excepcional e o local. Ainda segundo o autor, a tradução ocupa um espaço muito particular nesses desejos conflitantes. Ao mesmo tempo em que uma das razões de ser da tradução é a sua capacidade implícita de universalizar, de pegar um texto de uma cultura e língua amarradas a um determinado espaço e transplantá-lo para uma língua e cultura diferentes; também é papel da tradução tornar os leitores ainda mais cientes da natureza específica e da profundidade de uma determinada cultura, seja exibindo riquezas desconhecidas no caso das traduções externas, seja revelando potenciais escondidos no caso das traduções internas.

Quanto ao impacto da globalização na tradução, teremos também uma bifurcação de atitudes. De acordo com Cronin (2004), para aqueles que compartilharem de uma visão tecnocrática (baseada na tecnologia e na ciência) de cultura humana e eficiência, a tendência será de enfatizar o papel da tradução em generalizar, ignorando o compromisso da tradução com os pormenores. Já para aqueles que lutam pela diferença cultural, o papel da tradução literária de dar importância às particularidades seria completamente distinto do universalismo tecnológico da tradução comercial e técnica. (CRONIN, 2004, p. 32). Porém, não podemos esquecer que o tradutor não toma decisões sozinho e, muitas vezes, é impelido a acatar diretrizes de empresas e países que gerem seu trabalho. Portanto, citando Venuti (2002), o impacto da tradução varia de acordo com a posição de um determinado país na economia geopolítica globalizada.

Por último, com respeito ao impacto da globalização nas identidades culturais e o suposto ‘enfraquecimento ou destruição sorrateira das formas nacionais de identidade cultural’ descritas por Hall (2006), podemos citar Eisenstadt (2000, p. 40):

embora a globalização tenha de fato se espalhado pela maior parte do mundo, ela não deu origem a uma única civilização ou a um padrão institucional, mas sim ao desenvolvimento de várias civilizações modernas, ou pelo menos padrões civilizatórios, isto é, de civilizações que compartilham características em comum,

mas que tendem a desenvolver dinâmicas institucionais e ideológicas diferentes e até cognatas.

Complementando o que foi dito por Eisenstadt (2000), Cronin (2004), inspirado em Myerson (2001), explica que essa difusão geográfica da globalização e a extensão da penetração da versão neoliberal podem ser exageradas. Segundo ele, nem todas as partes do planeta vão sentir a globalização ao mesmo tempo ou da mesma forma. Portanto, partindo do pressuposto das “múltiplas modernidades” citado por Eisenstadt (2000), Cronin (2004) diz que o mais adequado seria não falar tanto a respeito de tradução e globalização, mas sim de globalização como tradução. Vem daí a importância da tradução no mundo globalizado já que segundo o autor uma é igual à outra. Em outras palavras, assim como uma tradução não é nunca idêntica ao original ou mesmo idêntica a uma outra tradução, Cronin (2004) nos explica que não existe um único modelo de globalização adotado de forma voluntária por diferentes nações-estado, mas sim cada país ou comunidade traduz elementos da economia global e de informação para circunstâncias locais. Não existindo um único modelo de globalização também não há apenas uma tradução que satisfaça todos os mercados, mas sim traduções diversas que se adaptem a cada público alvo local. (Figura 2). Servaes (2002) menciona que a globalização e a localização formam em si um mesmo processo, sendo exatamente os dois lados de uma mesma moeda. Isto até pode ocorrer dentro da mesma comunidade interpretativa. Por esta razão, os processos estão intrinsecamente relacionados entre si.



**Figura 2. A globalização é sentida de formas diferentes.
(fonte: Cartoon World Festival 2008)**

Na tabela que se segue (Tabela 1) vemos que o termo globalização sofreu alterações ao longo do tempo. Percebemos que partimos de um conceito de reorganização do tempo e espaço de uma sociedade mencionado por Giddens (1990) e chegamos até um conceito que inclui as trocas de mercadorias, pessoas e idéias que uma determinada sociedade realiza em uma escala global citado por Cronin (2004).

Autor	Globalização – conceito
Giddens (1990)	“Um movimento de distanciamento da idéia sociológica clássica da "sociedade" como um sistema bem delimitado e sua substituição por uma perspectiva que se concentra na ‘forma como a vida social está ordenada ao longo do tempo e do espaço’”.
McGrew (1992)	“Um processo que integra e conecta comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado”.
Robertson (1992)	“Tanto uma compreensão de mundo quanto à intensificação da consciência do mundo como um todo”.
Friedman (1995)	“Processos de atribuição de significado que são de uma natureza global”.
Castells (1996)	“Um fenômeno econômico com a capacidade de agir como uma unidade em tempo real, em uma escala planetária”.
Warschauer (2000)	“Uma nova ordem econômica pós-industrial baseada na produção e distribuição globalizadas; tendo a aplicação da ciência, tecnologia e o gerenciamento da informação como elementos-chave”.
Ashworth (2002)	“Um processo que permite a Mensagem ser adaptada às condições que podem ser impostas pelo Receptor, o qual não compartilha da mesma bagagem cultural e lingüística que o Transmissor”.
Cronin (2004)	“Movimento global de trocas de mercadorias, pessoas e idéias”.

Tabela 1. A variação dos conceitos de globalização.

2 GLOBALIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO

Segundo o ex-secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, a globalização é “um processo irreversível, não uma opção”³. Portanto, seria indiscutível que as empresas devam se adaptar às novas tendências provenientes deste processo se desejarem obter êxito em seus negócios. Mas como se adaptar a esse “irreversível processo” e de que forma essa adaptação pode refletir no sucesso de uma instituição?

Durante os anos 90, uma atividade cresceu rapidamente para transformar-se em uma indústria internacional: a localização. A necessidade da localização refletia o crescimento desse ‘irreversível’ processo de globalização citado acima, o qual foi abastecido pelo avanço da TI e da internet em particular. A atividade começou primeiramente com a localização de *softwares*, como relata Ashworth (2002), em resposta às necessidades da indústria da informática em expandir sua atuação no mundo por meio da disponibilidade de seus produtos em diversas línguas. Mas logo as barreiras da atividade de localização se estenderam às áreas como equipamentos médicos, produtos multimídia e às comunicações. (ASHWORTH, 2002, p. 17).

Fundada em 1990 na Suíça, a *LISA (Localization Industry Standards Association)* é o fórum internacional líder para as organizações que realizam transações comerciais globais. Há 15 anos, ela aprimora as maneiras corretas e incorretas de envolver os clientes, produtos e serviços internacionais para mais de 500 membros de empresas, instituições públicas e privadas, ministérios governamentais e organizações de comércio.

De acordo com Anobile (2005), diretor-gerente da *LISA*, e de acordo com o que já vimos no capítulo anterior sobre globalização, o meio empresarial está cada dia mais globalizado e para ter sucesso nesse meio, as empresas não podem simplesmente exportar seus produtos para o mundo. Elas precisam fazer algo a mais para se tornarem realmente globalizadas. Ainda de acordo com o autor, ser globalizado não é simplesmente estar presente em todo o mundo, mas sim incorporar uma perspectiva global em todos os aspectos da empresa. Portanto, a globalização seria a união da perspectiva e da filosofia de fazer negócios.

³ Relatório do Secretário-Geral da ONU à Assembléia Geral da ONU sobre Globalização e Interdependência, Outubro de 1999.

Continuando esse raciocínio, Anobile (2005) nos alerta que as empresas somente podem ser globais se forem locais nos mercados em que atuam. Os produtos, serviços, documentação, atendimento ao consumidor, suporte técnico, *marketing* e outras atividades de uma empresa devem refletir as necessidades do mercado local no que diz respeito à cultura, ao idioma e às exigências dos negócios. A figura que se segue (Figura 3) nos dá um panorama. Para estar à frente da concorrência e garantir o retorno do investimento dentro do ciclo de vida cada vez mais reduzido de um produto, é necessário criar simultaneamente versões para diversos mercados locais. É neste contexto que entra em cena o que chamamos



de localização.

Figura 3. Setores de prestação de serviços de localização (fonte: LISA 2003).

No gráfico acima (Figura 3) podemos constatar em porcentagens que os setores da localização de *software*, *Hardware* de TI sozinhos são responsáveis por quase metade da demanda dos projetos de localização. Não seria para menos, já que foi neste setor que a necessidade de localizar produtos surgiu. Também podemos verificar por meio deste gráfico

que a localização de *Websites* ocupa um lugar de destaque se compararmos esse setor tão recente com os demais já bem conhecidos do mercado.

Por mais cuidadosa que seja nossa análise, ela não pode considerar apenas a localização. Neste momento, é importante fazer uma distinção entre internacionalização e a localização (Figura 4). A internacionalização, parafraseando Cronin (2004) e Anobile (2005), é a preparação dos produtos para a localização. Portanto, os produtos devem ser internacionalizados antes de serem localizados. Caso contrário, como Anobile (2005) mesmo nos relata, a localização levará o dobro de tempo para ficar pronta e custará o dobro.

Tecnicamente, Ashworth (2002) define a internacionalização como a separação do texto do código original com o objetivo de facilitar o manuseio para o localizador quando o texto for submetido à tradução. Todos os elementos lingüísticos a serem traduzidos e todos os elementos culturais possivelmente problemáticos são isolados. Datas, números, moeda, imagens, logos, vídeo clipes são armazenados em arquivos separados, ao invés de serem diretamente inseridos em um programa, página da internet ou jogo (LANGLOIS, 2002, p 262). Em outras palavras, é o processo de garantir, em nível técnico e de projeto, que um produto possa ser localizado com facilidade. (ANOBILE, 2005, p.48)

Mas o que é a localização propriamente dita? O que antes era considerado “um processo meramente lingüístico”, hoje se tornou algo muito mais complexo. Observe, atentamente, essas definições:

A localização é o processo de modificação de produtos ou serviços para adaptá-los às diferenças de mercados distintos. (*LISA – Localization Industry Standards Association*, 2005, p. 14)

A localização une serviços e disciplinas como engenharia, tradução, gerência de contratos, novas regulamentações legais, novos atalhos, datas de apresentação, códigos de cores, exemplos e vai além deles. (MOUSBETH, 2002, p. 1)

Partindo dos conceitos citados acima é possível constatar que a localização não é um processo apenas de substituição lingüística, mas sim de produção e adaptação de um produto para dar-lhe as características e particularidades que teria se fosse produzido no local a que se

destina (RIECHE, 2004, p. 1). Parafraseando Rieche (2004), essa adaptação só pode ocorrer se o tradutor tiver com o que trabalhar, ou seja, se o software for dividido em elementos que o tradutor possa manipular. Vem daí a necessidade de várias etapas no processo, incluindo engenheiros especializados em localização, profissionais de editoração eletrônica e gerentes de projeto, entre outros. (RICHE, 2004, p. 2). É pelo fato da capacidade da localização em adaptar produtos e serviços a cada mercado específico que Anobile (2005) a chama de “a peça do quebra-cabeça dos negócios globais” que possibilita que as empresas atuem em outros mercados além do local.



Figura 4. O ciclo de desenvolvimento de um produto global (fonte: LISA 2005)

E assim como um quebra-cabeça, onde a união de pequenas peças nos d  a visão final do todo, a localização também cobre diversos aspectos da atividade acadêmica e industrial, como nos explica Cronin (2004). Tais aspectos vão desde a fabrica o de disquetes e *CD-ROMs* por meio da tradu o e aplicativos de engenharia e verifica o de *softwares*, até o gerenciamento completo de projetos complexos acontecendo simultaneamente (CRONIN,

2004, p. 13). Tudo isto tendo em vista sempre a natureza do que é traduzido, o meio e o formato em que o material será utilizado e as peculiaridades da indústria da localização e do mercado de *software* (RIECHE, 2004, p. 2).

É interessante o fato de Cronin (2004) mencionar que a escolha da palavra ‘localização’ ao invés de tradução não é inteiramente inocente. Segundo ele, a tradução tem um longo histórico de dificuldades de aproximação que é desvantajoso comercialmente. O termo Localização, por outro lado, implica em um processo completamente novo, o qual não mede esforços para comprometer-se com o ‘local’, eliminando qualquer gosto imperial inconveniente deixado pelos conceitos polêmicos da tradução como subjugação. (CRONIN, 2004, p. 63)

Mas de que maneira a internacionalização e a localização poderiam facilitar às empresas atuarem em outros mercados? O site especializado em tradução *Kwintessential* Ltda. (2008), ao discorrer sobre os benefícios da localização diz que, atualmente, a maximização de lucros envolve ir além dos mercados nacionais que, nas palavras de Cronin (2004), podem estar estagnados ou em declínio. O acesso a uma carteira de clientes internacional é vital se uma empresa ou instituição quer expandir e participar do comércio internacional e estender o ciclo de vida de seu produto. Nesse aspecto, a localização quebra as barreiras lingüísticas e abre portas para outros continentes, já que a maioria das pessoas se sente mais confortável e entende uma empresa melhor se sua informação, produto ou serviço forem apresentados em sua língua nativa. Além disso, as pessoas estão três vezes mais inclinadas a comprar algo se apresentado em sua língua materna (LANGLOIS, 2002, p. 261). Vejamos:

a localização permite que os benefícios da globalização não se restrinjam às grandes empresas e a países de economia dominante, ela permite que falantes de idiomas menos comuns desfrutem dos mesmos produtos e recursos daqueles que estão em mercados mais importantes. Além disso, a localização permite que o fluxo de produtos e informações seja bidirecional, já que viabiliza que países menores ofereçam bens e serviços para países de economia dominante, aos quais não teriam acesso de outro modo. Quando as empresas localizam seus produtos e serviços ajudam a “equilibrar o campo de batalha”, compensando as desigualdades econômicas e criando um mundo onde todos podem participar. (ANOBILE, 2005, p.10).

Tanto Anobile (2005) quanto Mousbeth (2002) concordam que a localização e a globalização aplicam-se a quase todos os setores e são peças fundamentais nas estratégias de

negócios internacionais bem-sucedidos. Ao analisarmos essas questões, percebemos que há mais de uma década o setor da localização tornou-se um negócio de muitos bilhões de dólares (RIECHE, 2004, p. 2), apesar de sua origem modesta como “indústria artesanal”.

A *Allied Business Research* estimava que o setor da localização movimentasse em torno de US\$ 11 bilhões em 1999, com uma projeção de expansão para US\$ 20 bilhões em 2004 (CRONIN, 2004, p.13). A *LISA* (2005), empresa responsável por aprimorar as técnicas de localização, estima que na verdade a área de Tecnologia da Informação, dentro do setor da localização, gera sozinha cerca de 10 bilhões de dólares. Com a inclusão de todos os mercados verticais, esse número passa a ser consideravelmente maior. Para estabelecer uma comparação: números recentes do tamanho do setor da tradução indicam valores “entre 11 e 18 bilhões de dólares”, segundo a Associação Americana de Tradutores, e de 30 bilhões de dólares, segundo a Comissão Européia.

A *LISA* (2005) ainda menciona que as empresas de localização cresceram nos últimos anos, passando de pequenas a empresas de liderança que oferecem tecnologias avançadas.

Desde o início da década de 90, um setor completamente novo – a localização – vem aumentando a oferta de serviços, assessoria e capacitação na área de globalização, internacionalização, localização e tradução (GILT), oferecendo conhecimento e serviços necessários para que as empresas vendam os seus produtos e ofereçam o respectivo suporte em todo o mundo. (ANOBILE, 2005, p.06)

Apesar de já termos relatado no começo deste capítulo o início da atividade de localização na década de 90, Anobile (2005) nos esclarece que o setor da localização existe desde que se começou a exportar produtos em maior escala. Um bom exemplo citado por ele são os fabricantes de automóveis que enfrentam problemas de *design*, fabricação e *marketing* originados pelo fato dos carros trafegarem tanto pela direita como pela esquerda, pela legislação nacional de segurança e iluminação e pelas variações de biotipo. Entretanto, o termo “localização” tornou-se comum somente nos anos 90, quando o setor começou a crescer significativamente. Esse desenvolvimento foi estreitamente vinculado à disseminação da informática e em particular ao surgimento do computador pessoal. À medida que os computadores passaram a estar em todas as partes nas empresas de todo mundo, os fabricantes de *software* e *hardware* começaram a enfrentar problemas crescentes de adaptação e tradução também já mencionados no começo deste capítulo. (ANOBILE, 2005, p.20). É pensando justamente na importância dessa última ferramenta, a informática, e seguindo a tendência

globalizada de se fazer negócios, que discutiremos a seguir um novo ramo dentro da localização: a localização de páginas de internet.

Na tabela que se segue (Tabela 2) vemos que o termo localização sofreu alterações ao longo do tempo. Percebemos que partimos de um conceito de um processo que quebra barreiras de um receptor que não compartilha da mesma bagagem lingüística e cultural do transmissor, passamos pelo delineamento das atividades profissionais envolvidas nesse processo para, então, chegarmos à visão de localização do ponto de vista mercadológico e econômico.

Autores	Localização - conceito
Ashworth (2002)	Um processo que facilita a globalização, dirigindo-se às barreiras lingüísticas e culturais específicas do Receptor, o qual não compartilha a mesma bagagem lingüística e cultural do Transmissor.
Mousbeth (2002)	Uma atividade que une serviços e disciplinas como engenharia, tradução, gerência de contratos, novas regulamentações legais, novos atalhos, datas de apresentação e códigos de cores.
Cronin (2004)	Um processo no qual um produto já pronto é adaptado para satisfazer as necessidades de um mercado local específico.
<i>Anobile (2005)</i>	A localização é o processo de modificação de produtos ou serviços para adaptá-los às diferenças de mercados distintos.

Tabela 2. A variação dos conceitos de Localização.

3 A LOCALIZAÇÃO DE PÁGINAS DE INTERNET

Em 1974, a invenção do *TCP / IP*⁴ – o protocolo de rede que permitiu com que diferentes tipos de redes se conectassem – levou ao desenvolvimento de um novo tipo de informática com conseqüências significativas para a organização da vida econômica. Da metade dos anos 80 para frente, os computadores funcionavam não isoladamente, mas cada vez mais em rede. A divisão de forças em uma rede eletrônica traduzia-se na habilidade de aumentar a capacidade de memória e processamento. O resultado foi uma mudança definitiva de um ‘armazenamento de dados e processamento centralizados para uma divisão de forças em rede e interativa’. A demanda por uma rede informatizada foi guiada em parte pelas necessidades da economia globalizada (CRONIN, 2004, p. 44). É claro que essa ascensão da Rede Mundial de Computadores significa que a localização está se movendo para diferentes áreas como as páginas da internet e o comércio eletrônico.

Um estudo realizado pela *International Data Corporation* e citado por Cronin (2004) em sua obra *Translation and Globalization*, relata que existiam cerca de 147 milhões de internautas só em 2001. Projeções eram para que esse número chegasse a 1 bilhão em 2005, sendo a China sozinha responsável por 300 milhões (ASHWORTH, 2002, p. 12). Na verdade, uma pesquisa feita pela *NUA Internet Surveys* e citada por Warschauer (2000) diz que a China terá mais internautas que os Estados Unidos até 2010. Em 2003, segundo Cronin (2004), o mercado de comércio eletrônico movimentava 1,3 trilhões de dólares.

Ashworth (2002) salienta que a informação sobre produtos e serviços tem se tornado cada vez mais disponível *online*, já que poupa os custos de impressão. De acordo com Damien Scattergood, Gerente do Grupo de Tecnologia da Localização para a *Symantec*, e também citado por Cronin (2004), o tempo para o mercado é a grande prioridade. E é devido à disseminação de informação quase que instantânea proporcionada por esta “teia”, tradução do termo em inglês *Web* referindo-se à Rede Mundial de Computadores, que compradores em potencial em diferentes partes do globo podem ficar cientes de novos produtos assim que eles saem da fábrica (CRONIN, 2004, p. 14).

⁴ TCP - Abreviação do termo em inglês *Transmission Control Protocol*.
IP - Abreviação do termo em inglês *Internet Protocol*

Pesquisas feitas pelo site especializado em localização *Kwintessential* (2008) mostram que a maioria das pessoas se volta para mecanismos de busca como *Google* ou *Yahoo* na hora de obter informações. Para expressar isso em números mais exatos, Warschauer (2000) relata que 95% dos universitários americanos recorrem a *Web* para realizar pesquisas, procurar emprego e manter contato com seus amigos.

Segundo um estudo da Universidade da Califórnia, *Berkley* (LYMAN e VARIAN, 2000), na internet há 550 milhões de documentos (95% deles aberto ao público), e a informação *online* está crescendo em um ritmo de 7,3 milhões de novas páginas por dia. A produção anual de informação em todo o mundo é de 1500 milhões de *gigabytes*, dos quais 93% foi produzido em formato digital durante o ano de 1999 (CASTELLS, 2001, p.108)

Os sites de internet são, portanto, uma parte crucial desse atual mundo globalizado dos negócios. Eles geram renda e são um meio acessível para a obtenção de informação a respeito de uma empresa ou instituição. Entretanto, enquanto o mundo torna-se um único mercado eletrônico, a língua, como descreve Ashworth (2002), passa a ser uma barreira rebelde impedindo a comunicação. Segundo Cronin (2004), estimava-se em 2003 que 50% dos usuários da rede na Europa, 75% na América Latina e 80% no Japão demonstrariam uma preferência visível para páginas de internet em sua língua nativa. É o que nos confirma o site *Kwintessential* (2008), ao lembrar que a tradução de uma página de internet demonstra que a empresa ou instituição entende, valoriza e respeita aquele país ou região em particular.

Pesquisas feitas pelo mesmo site indicam que bilhões de dólares, libras e francos em rendas em potencial são perdidos a cada ano devido à falta de investimento na área de localização de páginas de internet. Já segundo Ashworth (2002), a área é considerada a que mais rápido cresce dentro do setor da tradução. O relatório da *Forrester Research*, citada por Ashworth (2002) em seu livro *Translation-Mediated Communication in a Digital World*, já apontava em junho de 2000 a localização das páginas da internet não mais como uma opção para as empresas norte-americanas, mas sim uma obrigação imposta pelo mundo globalizado dos negócios.

Mesmo com todos esses fatos, algumas empresas parecem não enxergar que, como disse Gamamenko (2008), a localização permite uma compreensão mais profunda das pessoas cujas línguas, culturas e até mesmo modos de pensar são diferentes do seu. Esse

conhecimento é o fator chave do sucesso ao fazer negócio ou comunicar-se com essas pessoas.

Um outro ponto chave que as empresas ou instituições deveriam ter em mente é que, como está dito no site *Kwintessential* (2008), traduzir ou localizar uma página da internet é muito barato se você considerar o retorno financeiro que ela pode gerar. A internet ainda está na infância. Ao passo que ela cresce ela se comunica com mais pessoas em mais línguas. Agora é a hora de investir e controlar esse potencial futuro. Apoiando esta idéia, Ashwort (2002) declara que a localização parece bem posicionada e tende a evoluir para a nova geração de suporte lingüístico com o intuito de auxiliar a comunicação global dentro do espaço cibernético (ASHWORTH, 2002, p. 18).

Mas vamos à definição de localização dentro do âmbito das páginas de internet. Mousbeth (2002) e o site especializado em localização *Kwintessential* (2008) definem a localização de sites de internet como o processo de modificação de um site já existente com o objetivo de torná-lo acessível, útil e adequado culturalmente a um determinado público alvo. Porém, uma diferença crucial realçada por Cronin (2004) entre a localização tradicional e a localização de páginas da internet é que a última baseia-se em programação.

Apesar da tradução de um site ser, em sua essência, similar ao processo de tradução normal já que lida com palavras, frases e língua, essa tradução traz desafios diferentes que precisam ser considerados corretamente. Isso se deve a uma combinação de fatores lingüísticos, visuais e técnicos.

A tradução (ou localização) de material da Internet implica em lidar com textos dos mais variados temas, juntamente com o código *HTML*, seqüências de instruções, arquivos gráficos e elementos dinâmicos. (FOUCES, 2004)

Ashworth (2002), com base em Cheng (2000), divide a localização de páginas da internet em três etapas: a extremidade anterior (o que o internauta vê), incluindo a tradução e as considerações culturais e publicitárias; a extremidade posterior (a tecnologia por trás da cena), incluindo os ajustes que competem à engenharia, tanto a criptografia quanto a manutenção da página; e os desenvolvimentos em longo prazo que permitam a evolução das características funcionais (ASHWORTH, 2002, p. 12).

4 A ARTE DE LOCALIZAR: MÉTODOS E TÉCNICAS

Como já vimos no capítulo anterior, as definições de localização são variadas, porém, há três denominadores comuns em todas essas definições: língua, cultura e tecnologia. É sobre este último setor da localização que gostaríamos de fazer uma ressalva.

Antes de descrevermos os métodos e técnicas da localização de páginas da internet, é preciso analisar o papel da tecnologia na vida dos profissionais responsáveis por este trabalho: os tradutores, também chamados localizadores. Apoiado em Ashworth (2002) podemos caracterizar o computador e a internet como os maiores eventos a definirem o ‘novo local de trabalho’ do tradutor. Aliás, Cronin (2004) nos lembra que devido a esses dois exemplos da tecnologia atual, os tradutores não precisam mais trabalhar dentro de escritórios em grandes empresas ou organizações. Expressando esta nova realidade em números, Cronin (2004) contabiliza que 88% dos profissionais irlandeses de tradução, por exemplo, trabalham agora em suas casas. Em teoria, os tradutores podem hoje trabalhar para quem quiserem, quando quiserem e de onde quiserem (CRONIN, 2004, p. 107).

Apesar de, como Ashworth (2002) reconhece, tradutores usarem computadores no lugar de máquinas de escrever desde o meio dos anos 80, a criação de páginas ou a tradução de *softwares* atualmente conhecida como localização envolve muito mais do que isso. O autor esclarece que o tradutor precisa familiarizar-se com *HTML*⁵, *Java Script*⁶, *XML*⁷ e algumas linguagens de programação, tais como *C++*⁸ e/ou *Java*⁹. Apenas aqueles que dispuserem de habilidade nessas áreas citadas acima por Ashworth (2002) e dos recursos necessários para investir em tecnologias cada vez mais avançadas podem entregar as traduções mais rapidamente e gozar de uma vantagem competitiva crucial (CRONIN, 2004, p. 107). Com apenas 3% da população mundial tendo acesso a computadores pessoais, muitos dos tradutores mundiais se encontrarão *extra muros* no que William J. Mitchell se refere como a

⁵ HTML (HyperText Markup Language). Código de linguagem para veicular textos e imagens na Internet.

⁶ Java Script é uma linguagem de programação criada para atender, principalmente, a validação de formulários no lado cliente (programa navegador) e a interação com a página.

⁷ XML (Extensible Markup Language). É uma linguagem universal para permitir a troca de informações de forma estruturada através da Internet. Permite que os programadores transportem dados de um servidor para outro da rede de forma transparente e organizada.

⁸ C++. Uma versão da linguagem C orientada a objetos, criada por Bjarne Stroustrup. C++ tornou-se popular porque combina a programação C tradicional com a orientação a objetos.

⁹ Java. Linguagem de programação que gera um código que é interpretado na máquina do usuário, permitindo que a linguagem seja executada em praticamente todas as máquinas e sistemas operacionais.

nova Cidade dos *Bits*. Colocando de uma forma mais simplória, será difícil obter os melhores resultados de um tradutor que nunca esteve *online* ou nunca tenha navegado na Rede, como enfatiza Ashworth (2002).

Uma vez estando o tradutor conscientizado de suas novas atribuições no mundo globalizado, podemos pensar nas etapas que compõem um projeto de localização de uma página da internet.

Ao desenvolvermos qualquer projeto, precisamos desenhar uma estratégia. A arte da localização não é diferente. Antes de ela ser realizada, devemos primeiramente nos fazer algumas perguntas básicas, como enumera Gamanenko (2008). O que é considerado rude, insolente, ofensivo ou mal educado nesta cultura? O que é respeitado, valorizado, venerado? Que traços de caráter são mais estimados? Quais as cores favoritas e com o que são associadas? Quais as diferenças mais notáveis entre a sua cultura e esta? Tudo isso é importante ao fazer a localização de páginas de internet.

Além disso, como Ashworth (2002) e Cronin (2004) nos lembram, a tradução é uma atividade comercial e, portanto, está sujeita às exigências feitas pelos clientes (como agências de tradução). É comum o fato de clientes estabelecerem prazos, negociar preços e impor condições específicas. Tendo a tradução como uma atividade comercial e os clientes em mente, Langlois (2002) divide o processo de localização em cinco etapas: avaliação, planejamento, localização, verificação e garantia de qualidade, e entrega e distribuição.

4.1 Avaliação

Langlois (2002) diz que para avaliar o objetivo de um projeto e entender claramente o que o cliente espera, é essencial se encontrar com ele várias vezes. Durante essas reuniões, o cliente descreve o produto a ser localizado, especifica o ambiente técnico no qual o localizador trabalhará e esboça o que é esperado em termos de entrega, prazos, etc. (LANGLOIS, 2002, p. 262).

4.2 Planejamento

Continuando o raciocínio de Langlois (2002), esta é a etapa crucial. Um gerente de projeto é designado para o trabalho e é responsável por documentar as especificidades do projeto. Isso inclui um fluxo de trabalho e uma programação realística para que as etapas mais importantes sejam entregues em tempo (LANGLOIS, 2002, p. 262). Ainda segundo Langlois (2002), o gerente de projeto é responsável por reunir a melhor equipe possível (tanto técnica quanto linguisticamente) e por escolher as ferramentas e processos mais eficientes para que o trabalho seja completado. (LANGLOIS, 2002, p. 263).

4.3 Localização

A partir deste momento, Langlois (2002) nos relata os cuidados que o localizador deve ter ao começar um projeto dessa natureza. De acordo com a autora, a equipe de localizadores deve primeiramente revisar e entender as especificações do projeto e exigir qualquer informação ausente. Apenas depois da equipe ter compreendido inteiramente os detalhes do projeto, que o trabalho propriamente dito deve começar (LANGLOIS, 2002, p. 263).

Uma vez resolvido o problema da compreensão do projeto, Langlois (2002) diz que a próxima etapa é a resolução das questões terminológicas e a criação de um glossário inicial. Este glossário contém as palavras e mensagens mais frequentes usadas no produto a ser localizado. Porém, como lembra Ashworth (2002), o tempo e o custo são fatores críticos nos projetos de localização, já que existem diversos serviços de tradução gratuitos *online* (como os portais dos mecanismos de busca) e muitas páginas precisam ser atualizadas constantemente. Mesmo assim, Langlois (2002) alerta que a criação de uma terminologia comum no início de um projeto na verdade poupa tempo e dinheiro em longo prazo, além de garantir uma consistência a toda a página da internet (LANGLOIS, 2002, p. 263).

Langlois (2002) também aconselha que uma avaliação do conteúdo cultural seja realizada, dando uma atenção especial às questões como datas, moeda, imagens usadas, etc. Tais imagens com conteúdos linguísticos, segundo a própria autora, devem ser re-trabalhadas para traduzir seu conteúdo.

4.4 Verificação e garantia de qualidade

Ashworth (2002) explica que a Internet alcança uma gama muito mais extensa de leitores do que a mídia impressa. Essa exposição, segundo o autor, exigirá uma tradução de alta qualidade, ainda mais com o fato de que clientes em potencial podem se afastarem por traduções inadequadas (ASHWORTH, 2002, p. 21). Para solucionar esta questão, Langlois (2002) opta pelo desenvolvimento de um plano de verificação, no qual os produtos são testados em vários pontos durante todo o processo. Isso, de acordo com a autora, checa a funcionalidade do produto localizado, assim como sua estabilidade ou aparência (LANGLOIS, 2002, p. 263).

4.5 Entrega e distribuição

Finalmente, uma vez que a localização de um produto foi completada e a qualidade garantida, um glossário final é publicado. Tal glossário é enviado para o cliente juntamente com o produto localizado. (LANGLOIS, 2002, p. 263). O autor também recomenda que sejam realizadas reuniões com o cliente para revisar o processo e discutir a qualidade do produto entregue.

Cronin (2004, p. 27) resgata o conceito de que os humanos sempre se diferenciaram dos animais pela capacidade que temos de exercitar a razão, possuir uma alma ou de manipular ferramentas. Segundo o autor:

Apenas por meio das ferramentas produzidas pelo ser humano que determinadas formas de conhecimento podem ser transmitidas pelo tempo. Entretanto, esse conhecimento modifica-se e as lâminas, pedras, os martelos primitivos mudam para incorporar os novos avanços na manipulação dessas ferramentas.

Ainda de acordo com Cronin (2004), língua e ferramenta sempre tiveram uma ligação inseparável na evolução humana. Essa ligação não só continuou a existir com o advento da complexidade técnica, como também foi fortalecida por este fenômeno.

Com tantas minúcias a serem consideradas pelo tradutor, no que se apoiar ou o que tomar como base na hora de realizar um trabalho dessa especificidade? E ainda, como padronizar essas técnicas para que não haja uma disparidade entre os projetos? Apesar de o

tradutor se deparar com algo novo e ao primeiro momento intraduzível em vários momentos da profissão, Mousbeth (2002) faz a ressalva de que é impossível que cada tradutor invente suas próprias soluções. Ao invés disso, deve-se trabalhar com vários níveis de ferramentas tecnológicas para garantir a consistência do projeto.

Merne (2002) destaca que no passado, as ferramentas de tradução eram ou livros-texto, longas pesquisas ou dicionários com termos e definições. Ao adentrarmos o novo século e como temos acompanhado neste trabalho, a tecnologia tem se estabelecido solidamente no ofício de tradução, como Bowker (2002) também exemplifica. A tecnologia tem concedido aos tradutores novos recursos, tais como corpora eletrônicos, os quais podem ser usados para encontrar soluções aos problemas tradutórios (BOWKER, 2002, p. 288). Ainda segundo Bowker et al. (2002), a tecnologia também produziu ferramentas, tais como memórias de tradução e os sistemas de gerenciamento terminológico que podem ser usados para ajudar os tradutores a melhorar sua produtividade e consistência. Nos parágrafos seguintes, comentaremos sobre essas ferramentas e como elas podem ajudar em cada etapa do processo de localização.

4.6 Ferramentas para a etapa de avaliação

Como mencionado por Langlois (2002), o sucesso de um projeto de localização depende da avaliação realística do objetivo e complexidade do trabalho. Para isso, o autor faz uso de algumas ferramentas:

- Contador de palavras: usado para localizar e contar todas as seqüências traduzíveis nos arquivos *HTML*;
- Ferramentas de localização: usadas para extrair as seqüências traduzíveis dos aplicativos. Algumas dessas ferramentas até incluem um atributo de gerenciamento de projeto;
- Conversor de *PDF*: já que muitas páginas da internet lançam mão de arquivos convertidos em *PDF*, eles devem ser considerados na avaliação.

4.7 Ferramentas para a etapa de Localização

Nesta etapa do projeto, várias tecnologias podem ser úteis. Aqui estão algumas relatadas por Anobile (2005), Fouces (2004) e Langlois (2002):

- Memórias de tradução: elas permitem que segmentos já traduzidos anteriormente sejam reutilizados. Além disso, também aumentam a produtividade e aprimoram a consistência:

Uma revolução relativamente recente no trabalho dos tradutores foi a introdução, no fluxo de trabalho profissional, dos programas que gerem as memórias de tradução, os dispositivos informáticos capazes de armazenar pares de segmentos textuais equivalentes que resultam do processo de tradução, ou então do alinhamento de textos, ou seja, do emparelhamento de segmentos de traduções prévias ou de textos paralelos. (FOUCES, 2004)

Aqui não podemos deixar de mencionar as duas marcas mais famosas de programas que gerem memórias de tradução: *Trados* e *Wordfast*.

- Gerenciamento terminológico: já esta ferramenta permite que os especialistas em terminologia e/ou o tradutor cria, gere e propague terminologia para aplicativos específicos.

Ashworth (2002) também menciona os mecanismos de busca como recursos valiosos na resolução de problemas terminológicos. Elas permitem que o tradutor faça uma busca de acordo com vários padrões: língua, país e domínio (ASHWORTH, 2002, p. 46).

4.8 Ferramentas para a etapa de verificação e garantia de qualidade

Apesar de Langlois (2002) explicar que parte deste trabalho pode ser feito manualmente, ele cita algumas ferramentas que podem ser de grande valia durante esta etapa:

- Ferramentas de garantia de qualidade de localização: garantem a consistência entre o produto fonte e aquele localizado. Algumas delas contêm limitações específicas e podem apenas lidar com um tipo de produto em particular (páginas de ajuda, páginas em *HTML*, *scripts*, etc.);

- Verificadores de *Hyperlink*, Validador de *HTML*: ao localizar uma página de internet, os *hyperlinks* devem também ser localizados. Tais ferramentas garantem que uma página não contenha nenhum link defeituoso.

4.9 Ferramentas para a etapa de entrega e distribuição

Nesta etapa, Langlois (2002) alerta que é essencial que um membro da equipe de localização compreenda a infra-estrutura informatizada e todos os métodos de transferência para clientes disponíveis, incluindo a gravação de *CDs*, a compressão de documentos e como enviar tais documentos via *FTP*.

Mesmo com toda a tecnologia disponível, o tradutor precisa tomar um grande cuidado ao usar essas ferramentas, uma vez que a língua é de natureza extremamente complicada e nenhuma ferramenta produzirá resultados perfeitos em todos os casos, fazendo com que a intervenção humana seja sempre necessária. Em outras palavras, a tecnologia lingüística auxilia as pessoas. Não as substitui. (ANOBILE, 2005, p. 29). Isso é o que diz o manual da *LISA* (2005). Podemos tirar como conclusão disso que a tecnologia lingüística pode proporcionar benefícios verdadeiros, mas é preciso obter uma avaliação realista do que ela pode e do que não pode oferecer. Em outras palavras, que ferramentas usar em cada tipo de localização?

É o manual de introdução à localização que nos responde essa indagação. De acordo com as palavras de Anobile (2005) e Ashworth (2002), as memórias de tradução são adequadas para textos repetitivos e para novas versões de documentos já existentes enquanto os sistemas de gerenciamento facilitam a tradução de grandes páginas da internet, que mudam constantemente. Os dois autores ressaltam ainda que a tradução automática é adequada para grandes volumes de textos bem redigidos e dentro de assuntos delimitados ou para traduções “meramente para informação”. Apesar disso, de acordo com o manual, soluções integradas ainda são as que proporcionam os melhores resultados.

Algo não mencionado por Mousbeth (2002), mas que foi bem enfatizado por Anobile (2005, p. 7) é a vantagem que essas tecnologias oferecem às grandes empresas, já que

aumentam consideravelmente a produtividade, possibilitando o que ele chama de “um alto grau de eficiência, agilidade e controle de qualidade, que eram impossíveis poucos anos atrás”.

Mas afinal, haveria algum malefício em uma localização mal feita? Karamanian (2008) diz que sim, pois segundo a autora, o uso de uma linguagem errada para o leitor errado em um projeto de localização pode levar a uma compreensão errônea da página da internet ou da empresa e fazê-la perder a credibilidade junto ao público alvo.

O processo de transferência, isto é, de recodificar culturas, deve conseqüentemente permitir atributos correspondentes em relação à cultura alvo para garantir credibilidade aos olhos do leitor alvo. (KARAMANIAN, 2008, p. 1)

5 ANÁLISE DA VERSÃO DO SITE INSTITUCIONAL DA USC

Devido a uma limitação de tempo para a realização das versões de todas as páginas do site institucional da Universidade do Sagrado Coração, bem como a abrangência deste trabalho monográfico, apenas as páginas referentes à história da universidade e ao curso de Tradutor foram vertidas para o inglês. O curso escolhido foi o de Tradutor pela inexistência de tal graduação nos Estados Unidos. O idioma usado foi o inglês norte-americano padrão.

Ao verter o site institucional da USC para o inglês, foram encontrados alguns desafios tanto lexicais quanto culturais. Para tais desafios foram usadas algumas ferramentas. Em um primeiro momento, recorreu-se a dicionários eletrônicos como o *Babylon* devido a sua maior rapidez comparado a um dicionário impresso e por trazer notas culturais junto às palavras pesquisadas. Mesmo nos casos em que a pesquisa foi bem sucedida, optou-se pela checagem de todos os termos técnicos em artigos acadêmicos da área disponíveis online. Também recorreu-se a páginas de Internet de outras universidades estrangeiras conceituadas para a confirmação e padronização dos termos usados neste trabalho. Outra alternativa foi a consulta a glossários com termos relacionados ao tema deste trabalho. Por fim, para a checagem e precisão tanto léxica quanto cultural da versão do site da USC dirigido a nativos norte-americanos foram consultados para checar a fluência das traduções. Os originais e as versões da história da universidade e do curso de Tradutor abaixo comentadas encontram-se dentre os anexos.

A primeira escolha a ser feita foi quanto ao próprio nome da Universidade. Embora tenhamos vertido para o inglês o Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus devido ao seu renome internacional, optou-se por não verter o nome da Universidade em si, mantendo-se University of Sagrado Coração. Essa medida foi tomada com base nas normas expostas por Antônio Houaiss em *Elementos da Bibliografia*, e Emanuel Araújo em *A Construção do Livro*, além das normas da ABNT para bibliografias e o Manual de Estilo da Folha de São Paulo. Os nomes de logradouros urbanos – topográficos – só são traduzidos em alguns poucos casos (Praça Vermelha, em Moscou; Quinta Avenida, em Nova Iorque, etc.). Mantêm-se no original, dessa forma, o nome próprio¹⁰. Esta atitude também foi tomada indo

¹⁰ Proposta apresentada pelo SINTRA na mesa redonda realizada durante a Bienal Internacional do Livro, em São Paulo, em 1992.

ao encontro do que relata Ashworth (2002) de que termos específicos, especialmente nomes de organizações e eventos não são traduzíveis, a menos que ninguém saiba exatamente quais são os equivalentes nas duas línguas (ASHWORTH, 2002, p. 46).

Ao iniciar a versão da história da USC encontramos o primeiro desafio. Observe o trecho abaixo:

Vestibular e a Primeira Aula

Primeiro vestibular ocorre em 1954. A primeira aula é proferida em 7 de março do mesmo ano, sendo a Faculdade reconhecida antes da formatura de sua primeira turma, em 1956.

College entrance exam and the First Class

The first Vestibular (a written exam to enter the Brazilian universities usually composed of multiple-choice questions, written questions and an essay) happens in 1954. The first class is taught on March 7th of that same year. The school is accredited before the graduation of its first class in 1956.

Para ingressar numa universidade no Brasil, principalmente numa universidade pública, temos de prestar um exame - o vestibular. Em várias páginas na Internet encontramos o termo vestibular em português e uma explicação em inglês. Há páginas canadenses, outras da Nova Zelândia, outras americanas, e a explicação gira em torno de: College admission exam / College entrance exam/ University entrance exam. Sugere-se, portanto, manter o termo vestibular em português e explicar o seu significado, visto que o vestibular é algo bastante particular do Brasil.

Em um outro momento do texto, nos deparamos com mais uma questão lexical. Uma vez que decidiu-se manter o termo vestibular, como faríamos para verter a derivação vestibulando? O mais perto que se chegou do termo foi *senior high school student* com base em dicionários e consultas a textos acadêmicos. Aqui vale ressaltar que este termo se aplica apenas a países como Austrália, Canadá, Estados Unidos e Escócia. No caso da página da USC ter em mente outros públicos-alvo como a Inglaterra, o termo teria que ser mudado para *senior secondary school student*.

Consciente do hiato existente entre o ensino colegial e os estudos universitários, as Faculdades do Sagrado Coração implantam o Primeiro Ciclo, cujo objetivo é o de superar as insuficiências do ensino pré-universitário e desta forma, promover o ajustamento do vestibulando as novas exigências dos Cursos Superiores.

1971. Establishment of the First Cycle

Aware of the gap between high school and college, the Faculties of Sagrado Coração implement the First Cycle, whose goal is to overcome the deficiencies of pre-college education and thereafter promote the adjustment of the senior high school student to the new demands of university studies.

Um outro ponto que gerou alguns questionamentos na versão da página da USC foram os títulos acadêmicos.

De 1970 a 1999

Na década de 70 são instalados os cursos de Habilitação em Biologia e Enfermagem, nos anos 80, Farmácia, Nutrição e Fonoaudiologia e na última década os cursos de Tradutor, Secretariado Executivo Bilingüe, Matemática, Química, Análise de Sistemas, Filosofia, Administração, Habilitação em Artes Cênicas, Fisioterapia, Odontologia e Terapia Ocupacional.

From 1970 to 1999

Certificate in Biology and Nursing are implemented in the 1970's; Pharmacy, Nutrition and Speech Therapy in the 1980's and in the past decade the courses of Translation, Executive Bilingual Secretary, Math, Chemistry, Systems Analysis, Philosophy, Administration, Certificate in Performing Arts, Physiotherapy, Dentistry and Occupational Therapy.

No trecho acima enfrentamos o desafio de verter o termo “habilitação”. Analisando algumas páginas de universidades como a *University of North Carolina*, *Lewis University*, *Massey University* e algumas outras páginas de faculdades de enfermagem, chegou-se ao termo *Certificate in*. Neste momento, foi preciso tomar muito cuidado para não fazer uso do termo *Habilitation* que, embora exista no meio acadêmico internacional, tem uma conotação completamente diferente em alguns países da Europa. Isso pode ser comprovado verificando-se as páginas da Universidade de Newcastle¹¹, a Revista Brasileira dos Direitos Fundamentais¹² e na página pessoal do filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas¹³. Portanto, se a página da USC fosse vertida para países como França, Suíça, Alemanha dentre outros, o termo *Habilitation* poderia ser confundido com o título acadêmico chamado Livre-Docência no Brasil.

¹¹ Disponível em: <http://www.ncl.ac.uk/sml/staff/profile/j.r.hentschke>. Acesso em: 06 nov. 2008.

¹² Disponível em: <http://www.revdbf.org/baer.htm>. Acesso em: 06 nov. 2008.

¹³ Disponível em: <http://www.geocities.com/nythamar/habermas.html>. Acesso em: 06 nov. 2008.

Ainda a respeito dos títulos acadêmicos, encontramos outro ponto de reflexão ao verter a história da fundadora da universidade, irmã Arminda Sbríssia. Veja:

Licenciou-se em Letras Neolatinas em 1945. No ano seguinte, graduou-se em Ciências Religiosas na mesma faculdade, que hoje integra a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

She received her teaching degree in Neo-latin languages in 1945. In the following year, she graduates in Religious Sciences at the same school which today is part of the Pontifícia Universidade Católica (PUC) in São Paulo.

No Reino Unido, licenciaturas como conhecemos não existem mais, então não há realmente um termo para elas. Os alunos tiram seus bacharéis no curso que escolheram e se quiserem ministrar aulas tiram uma habilitação a parte, o PGCE (Habilitação de Pós-graduação em Educação). Entretanto, as licenciaturas existem nos Estados Unidos. Neste caso, optou-se por usar o termo *teaching degree* para designá-las. Apesar de algumas páginas trazerem o termo *licensure degree*, ele não se aplicava especificamente ao curso de Letras. É preciso ressaltar que o termo *licensure* é usado somente nos Estados Unidos e Canadá, sendo usado o termo *registration* em outros locais. Apoiou-se a escolha do termo *teaching degree* também no fato dele ser exibido em dissertações de doutorado publicadas na revista Lusófona de Educação de 2006 e aparecerem em glossários da internet relacionados à educação.

Por fim, observe este último trecho da versão para o inglês da estrutura funcional da universidade:

310 professores, sendo 5 com livre docência, 6 com pós-doutorado, 82 doutores, 150 mestres, 37 especialistas e 30 graduados.

310 professors, altogether 5 with livre docência (an academic status immediately below full professorship obtained through public examination and the presentation of an academic dissertation), 6 post-doctors, 82 doctors, 150 masters, 37 specialists and 30 graduated.

Vemos no trecho acima que se optou por manter o termo em português e sua explicação em inglês já que este não é um cargo como no caso de *higher doctorate* (o equivalente mais próximo de livre docência no inglês norte-americano) e não tem um equivalente no inglês britânico ou norte-americano. Se a página tivesse como público-alvo alguns países europeus, o termo mais correto seria *habilitation* como já falado anteriormente.

É importante salientar que durante o processo de versão da trajetória da fundadora da USC, Irmã Arminda Sbríssia, um erro foi encontrado no inglês do próprio original. Veja:

Em 1952, dirigiu-se para a Itália, onde freqüentou cursos no Instituto Superior de Magistério Maria Assunta, Università Cattolica Del Sacro Cuore. Em 1958, segue para os Estados Unidos, realizando estágios de Ensino de Organização Escolar no Sacred Heart College, no Albertus Magnus College e no Saint Anthony School for Excepcional Childrens.

In 1952, she headed to Italy where she attended courses at the Institute of Teaching Maria Assunta, Università Cattolica Del Sacro Cuore. In 1958, she traveled to United States to perform traineeships in teaching School Organization in the Sacred Heart College, in the Magnus College and in the Saint Anthony School for Disabled Children.

Uma vez que o trabalho do tradutor / localizador é o de recriação e deve primar sempre pela qualidade, optou-se por corrigir o termo *Saint Anthony School for Excepcional Childrens* e trocá-lo por *Saint Anthony School for Disabled Children*. O termo *disabled* foi escolhido por ser quase uma unanimidade nos artigos acadêmicos e nomes de instituições que tratam do tema. Como exemplo, podemos citar o *Council for Disabled Children*¹⁴ e o *Disabled Children's Relief Fund*¹⁵.

Um ponto também muito importante na localização da página da universidade é o fato da USC ser aberta à terceira idade. Checando *abstracts* relacionados ao tema na página da Scielo¹⁶ e artigos da *University of Helsink*¹⁷ na Finlândia, encontramos o termo *Open University of the Third Age*. Diante disso, optou-se por usar o mesmo termo na localização da página da USC como pode ser visto abaixo:

200 alunos com mais de 50 anos, matriculados na Universidade Aberta à Terceira Idade, acesse www.usc.br/uati

200 students over the age of 50 enrolled in the Open University of the Third Age, access www.usc.br/uati

Ao usar o termo *technology degree programs* foi necessário esclarecer ao leitor estrangeiro que tais cursos são equivalentes aos ministrados nos Estados Unidos pelas chamadas *community colleges*, já que naquele país os cursos tecnológicos são oferecidos por instituições que se diferem das universidades propriamente ditas.

¹⁴ Disponível em: <http://www.ncb.org.uk/Page.asp?sve=785>. Acesso em: 06 nov. 2008.

¹⁵ Disponível em: <http://www.dcrf.com/ordereze/default.aspx>. Acesso em: 06 nov. 2008.

¹⁶ Disponível em: http://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0034-89101999000500002&script=sci_arttext. Acesso em: 06 nov. 2008.

¹⁷ Disponível em: <http://www.helsinki.fi/lehdet/uh/299g.htm>. Acesso em: 06 nov. 2008.

Um outro cuidado ao verter a página da história da universidade foram as conversões de medidas existentes no texto para o padrão norte-americano. Vale lembrar alguns pontos em relação à tradução de numerais. Enquanto no inglês norte-americano *billion* equivale a bilhão, no inglês britânico pode significar trilhão, se se tratar de um texto em inglês clássico.

Já com respeito à versão do curso de tradução, houve poucos problemas léxicos. A única ressalva é com o uso do termo *curriculum lattes*. Por não ser comum dentro do contexto educacional estrangeiro, optou-se por não traduzi-lo e sim desenvolver uma nota de rodapé explicando-o.

Ao verter o currículo de tradutor para o inglês, como ainda não existem universidades norte-americanas com cursos universitários em tradução, optou-se por termos que chegassem mais perto dos usados por universidades conceituadas e pioneiras como a de Ottawa. Dentro das disciplinas do currículo, a única que causou certo questionamento foram os estágios. Apesar de na USC os estágios não são realizados em empresas, e sim na própria universidade. Optou-se por fazer uso do termo *traineeship* já que é o termo mais equivalente de acordo com a definição do dicionário eletrônico YourDictionary.com. Essa escolha também foi baseada no fato do termo aparecer na página da Comissão Europeia¹⁸ e na página da Scielo¹⁹.

Também foi escolhido o termo *introduction to* para se referir a introdução às disciplinas de literatura ao invés do termo *initiation into* por este último apresentar uma certa conotação religiosa. Isso pode ser confirmado com sua definição nas páginas de dicionários eletrônicos como *Answers.com*²⁰ e *The Free Dictionary*²¹ como ‘uma cerimônia, ritual, teste ou período de ensino no qual um novo membro é admitido em uma organização’. Não só os dicionários eletrônicos categorizam o termo com uma conotação religiosa, mas também a página do *Zoroastrian Educational Institute*²² faz uso deste termo para falar a respeito de religião. O site de compras online *Amazon.com* também apresenta diversos títulos de livros de fundo religioso com o termo *initiation into* na capa.

¹⁸ Disponível em: http://ec.europa.eu/stages/index_en.htm. Acesso em: 06 nov. 2008.

¹⁹ Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-71672007000600016&script=sci_arttext. Acesso em: 06 nov. 2008.

²⁰ Disponível em: <http://www.answers.com/topic/initiation>. Acesso em: 06 nov. 2008.

²¹ Disponível em: <http://www.thefreedictionary.com/initiation>. Acesso em: 06 nov. 2008.

²² Disponível em: <http://www.vohuman.org/Article/Initiation%20into%20the%20Good%20Religion.htm>. Acesso em: 06 nov. 2008.

Como vimos até agora, ao desenhar uma página de internet, a primeira coisa que o tradutor / localizador precisa ter em mente é o público alvo para a qual a versão será destinada. Para isso, sugere-se que o tradutor responsável pela localização da página da USC reúna-se com a mantenedora da Universidade e também com profissionais da área de Marketing para melhor definirem o público-alvo a ser atingido. Outra questão imprescindível a ser debatida com a mantenedora é a atualização dos números de profissionais trabalhando na Universidade. Esses números divergem no original, variando entre 290 na página 52, 300 na página 53 e 296 na página 56.

Uma vez que a página da universidade não é composta apenas de texto, mas também imagens que podem causar alguns conflitos, cabem aqui algumas reflexões. Gamanenko (2008) nos traz um bom exemplo ao citar o gesto de OK. Embora ele seja considerado normal na língua nativa, pode ser mal interpretado em outra língua. Segundo ela, em alguns locais da Ásia, ele significa necessidade de dinheiro. Na Tunísia, será interpretado como uma ameaça de morte; em países árabes, “vá para o inferno”. Na França, significa simplesmente “zero” ou “nada”. Na Dinamarca ou Itália, pode ser levado como um insulto. Portanto, é importante que tomemos cuidado para que as imagens da página da USC sejam neutras culturalmente.

É fato que as tradições muçulmanas são rígidas, especialmente com as mulheres. A partir dessa observação e baseando-se nas orientações do site *Kwintessential* (2008), se uma página como a da USC destinada a um país muçulmano usar imagens de mulheres com trajés socialmente inaceitáveis para aquela cultura ou em proximidade muito grande com pessoas do sexo oposto, as chances dessa página não ser muito bem sucedida são grandes (Figura 5). Além disso, animais nos logotipos também podem causar constrangimentos e problemas futuros. Por exemplo, porcos são considerados sujos no Oriente Médio e vacas, sagradas na Índia.

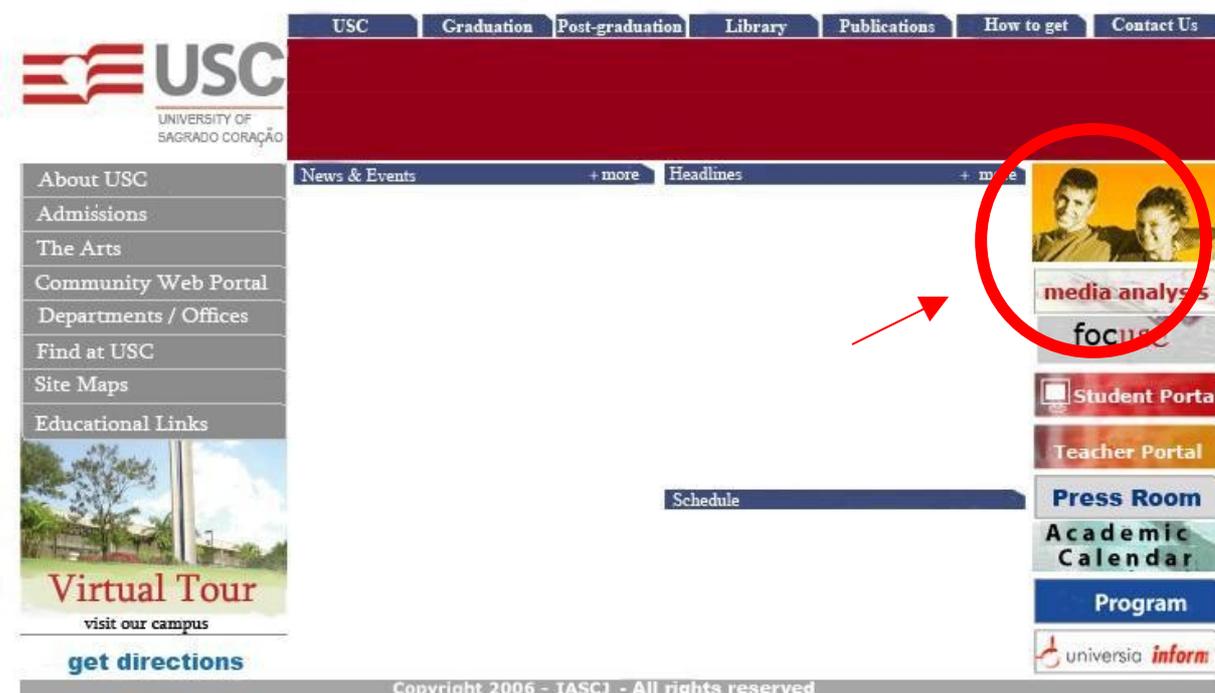


Figura 5. O impacto das imagens na página da Universidade do Sagrado Coração.

Outro país que vem ganhando extrema importância no cenário globalizado do mundo dos negócios é a China. Por exportar e importar muitos produtos, ela se tornou alvo das empresas internacionais e, conseqüentemente, fonte de trabalho para os profissionais da localização. Dentro desse contexto, a equipe do site *Kwintessential* Ltda. (2008) relata, mais uma vez, algo muito relevante e que pode passar despercebido, que é o uso das cores em uma página da internet. Na China, o vermelho é considerado de bom gosto. Na África, algumas cores representam tribos diferentes. Portanto, as cores das páginas da USC são outro ponto a ser pensado ao buscar públicos estrangeiros.

Finalmente, ao tomar como base as páginas de internet das maiores universidades do mundo como Harvard, Oxford e Cambridge notamos que essas instituições se preocuparam não apenas com a localização de seu conteúdo, mas sim em desenvolver um espaço destinado especialmente aos alunos estrangeiros. Neste espaço, a universidade dá-lhes as boas-vindas, ressalta a sua importância para a instituição e os intera das rotinas acadêmicas. Portanto, seria aconselhável que a USC desenvolvesse tal espaço, no caso de localizar sua página para um outro idioma. Esta atitude encontra suporte teórico em Anobile (2005) ao dizer que a localização não se restringe apenas à tradução do conteúdo linguístico de uma página, mas sim à sua modificação para adaptá-la às diferenças de mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pode ser visto ao longo deste trabalho, e com base em Ashworth (2002), a globalização é um fato cotidiano para muitas sociedades e organizações, independentemente das questões morais que ela possa levantar (ASHWORTH, 2002, p. 158). Um exemplo deste fenômeno pode ser visto com a disseminação global da rede de televisão MTV (*Music Television Network*) que, a princípio, transmitia uma única versão internacionalmente, mas cada vez mais tem desenvolvido versões regionais em várias línguas e dialetos (WARSCHAUER, 2000, p. 1). Dentro deste contexto globalizado, tradutores sempre tiveram um papel facilitador. Sem a contribuição dos tradutores audiovisuais, os filmes de *Hollywood* não venderiam para fora dos países falantes de língua inglesa. Sem os intérpretes, determinadas negociações internacionais não poderiam acontecer (ASHWORTH, 2002, p. 158). O pressuposto das “múltiplas modernidades” citado por Cronin (2004) neste trabalho, apontam para um debate a respeito de globalização como tradução. Vem daí a importância da tradução no mundo globalizado, já que, segundo o autor uma é igual à outra. Em outras palavras, assim como uma tradução nunca é idêntica ao original ou mesmo idêntica a uma outra tradução, Cronin (2004) nos explica que não existe um único modelo de globalização adotado de forma voluntária por diferentes nações-estado, mas sim cada país ou comunidade traduz elementos da economia global e de informação para circunstâncias locais. Não existindo um único modelo de globalização, também foi possível constatar que não há apenas uma tradução que satisfaça todos os mercados, mas sim traduções diversas que se adaptem a cada público alvo local. Além disso, a dominação e a exclusividade como Schäler (2002) mesmo relata, não são vantajosas a ninguém, já que nenhuma cultura pode sobreviver se tentar ser exclusiva.

Os estudos de Damiani (2002) e Ashworth (2002) apontaram para um aumento da necessidade de especialistas em língua estrangeira e um investimento na educação destes profissionais devido à globalização, à internet e à proliferação da informação. Ainda de acordo com Damiani (2002), essa necessidade é um processo lento, mas definitivo, que transformará as práticas e estruturas da indústria tradutória (DAMIANI, 2002, p. 256). Uma dessas transformações diz respeito ao surgimento do setor da localização. A respeito dele foi possível observar com este trabalho que, durante os últimos 16 anos, o conceito de localização

passou por diversas mudanças. Schäler (2002) lembra que por volta de 1985 quando esta área surgiu, ela era definida como ‘a adaptação de *softwares* às exigências de um mercado estrangeiro. Até 1995 ela era considerada apenas um nome mais bonito para tradução e adaptação (DAMIANI, 2002, p. 256). Atualmente, as tendências apontam para uma redefinição do conceito de localização que reflita as circunstâncias transformadoras citadas acima (SCHÄLER, 2002, p. 266). Por meio das pesquisas realizadas sobre o tema, verificou-se que a localização requer uma abordagem mais sistemática e mais direcionada a negócios do que as traduções convencionais, envolvendo a coordenação entre engenheiros de localização, tradutores e clientes (ASHWORTH, 2002, p. 18).

A respeito da informatização da área de tradução, encontrou-se por meio da revisão literária que, embora a tecnologia por si só não possa resolver todas as dificuldades associadas à qualidade da tradução, ela pode tornar o trabalho do tradutor mais fácil e ajudar os profissionais a abordarem os problemas tradutórios mais sistematicamente (BOWKER, 2002, p. 288). Dentre as ferramentas que auxiliam no processo tradutório da localização podemos citar os contadores de palavras (usados para localizar e contar todas as seqüências traduzíveis nos arquivos HTML); os conversores de PDF (já que muitas páginas da internet lançam mão de arquivos convertidos em PDF); os programas de memórias de tradução, como o Trados e o Wordfast que permitem que segmentos já traduzidos anteriormente sejam reutilizados, além de aumentarem a produtividade e aprimorem a consistência; as ferramentas de gerenciamento terminológico que permitem aos especialistas em terminologia e/ao tradutor criar, gerenciar e propagar terminologia para aplicativos específicos; os mecanismos de busca, pois permitem que o tradutor faça uma busca de acordo com vários padrões (língua, país e domínio) e os verificadores de Hyperlink e validadores de HTML que garantem que uma página não contenha nenhum link defeituoso.

Outra constatação a que se chegou com este trabalho é que, como nos alerta Damiani (2002), a internet, a explosão das atividades informatizadas e um mercado global forçaram uma adaptação rápida das universidades a esse ambiente transformador e acelerado, tornando essencial a inclusão ao curso de Tradutor de disciplinas específicas na área de localização.

Embora este trabalho deixe evidente o poder e crescimento da internet, é preciso uma reflexão ainda maior do mundo em que vivemos para que os benefícios da localização sejam sentidos pela população em uma escala global. Citando Schäler (2002), apesar da localização

contribuir para a superação das barreiras culturais e lingüísticas que impedem o acesso à Web, ela não pode solucionar as barreiras primordiais de crescimento e financeiras que impedem o acesso da maioria da população.

Em um mundo onde metade da população nunca realizou uma chamada telefônica, onde a conectividade telefônica é menor que 3% para quase 80% da população, o acesso à internet é restrito àqueles que possuem condição financeira para tal, aqueles que já estão entre os melhores. (SCHÄLER, 2002, p. 267)

ANEXO A – ORIGINAL E VERSÃO DA HISTÓRIA DA USC.

Linha do tempo

1953

O Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus recebe autorização para o funcionamento da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras do Sagrado Coração de Jesus, através do Decreto nº 34.291/53. Geografia, História, Letras e Pedagogia são os cursos autorizados pelo Ministério da Educação e Cultura.

Vestibular e a Primeira Aula

Primeiro vestibular ocorre em 1954. A primeira aula é proferida em 7 de março do mesmo ano, sendo a Faculdade reconhecida antes da formatura de sua primeira turma, em 1956.

Faculdade de Música

Dez anos após a instalação da Faculdade de Filosofia, o Instituto das Apóstolas; consegue transformar o antigo Conservatório Musical Pio XII em Faculdade de Música.

1967. Expansão do Ensino Superior

Instala a partir deste ano novo cursos em atendimento ao mercado de trabalho, Ciências, Psicologia, Formação de Psicólogo e Estudos Sociais.

1970. Novas e Modernas Instalações

Deixando o tradicional prédio da avenida Rodrigues Alves, é inaugurada a grande obra arquitetônica que constitui hoje a USC - Universidade do Sagrado Coração.

1971. Instituição do Primeiro Ciclo

Consciente do hiato existente entre o ensino colegial e os estudos universitários, as Faculdades do Sagrado Coração implantam o Primeiro Ciclo, cujo objetivo é o de superar as insuficiências do ensino pré-universitário e desta forma, promover o ajustamento do vestibulando as novas exigências dos Cursos Superiores.

De 1970 a 1999

Na década de 70 são instalados os cursos de Habilitação em Biologia e Enfermagem, nos anos 80, Farmácia, Nutrição e Fonoaudiologia e na última década os cursos de Tradutor, Secretariado Executivo Bilíngüe, Matemática, Química, Análise de Sistemas, Filosofia, Administração, Habilitação em Artes Cênicas, Fisioterapia, Odontologia e Terapia Ocupacional.

Hoje. Uma USC Vibrante

Sob a direção geral da Dra. Irmã Elvira Milani e contando com aproximadamente 5.600 alunos, distribuídos nos seus 32 cursos de graduação, 20 de especialização, dois mestrados e um doutorado, possuindo na sua docência 350 professores, com apoio numa equipe técnica de sustentação sob a responsabilidade de 290 funcionários, a Universidade do Sagrado Coração cumpre um trabalho da mais alta relevância, forma um novo homem, cidadão, para um mundo mais justo e basicamente cristão.

Educação e fé em busca do conhecimento

Após o triunfo da fundação da Fafil e da inauguração de suas novas instalações, no Jardim Brasil, o próximo passo a ser vencido era a sua transformação em universidade. A comunidade acadêmica da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras cumpriu todas as etapas junto ao Ministério da Educação para transformá-la na Universidade do Sagrado Coração, a USC.

No dia 29 de abril de 1986, o então ministro da Educação, Jorge Konder Bornhausen, assinou a portaria 294/96: as irmãs do Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus (IASCJ) escreviam mais uma página na história da educação de Bauru com reflexos na região.

“Entre todos os instrumentos da educação, possui a escola importância peculiar”. A frase, de Madre Clélia Merloni – fundadora do IASCJ -, é cumprida à risca até hoje pela comunidade acadêmica da Universidade do Sagrado Coração.

Estrutura

Essa máquina geradora de educação é movimentada por 400 professores e 300 funcionários. Acomodada numa área de 100 mil metros quadrados, a Universidade oferece à comunidade laboratórios que geram treinamentos, aperfeiçoamento didático e pesquisa em todos os seus cursos.

A interação com a sociedade de Bauru e dos municípios da região é viabilizada diariamente com a prestação de serviços nas áreas de saúde – através das clínicas de atendimento -, na valorização da cultura – com as apresentações da Orquestra Veritas, Coral Veritas, Orquestra de Câmara, Madrigal Anima, Projeto Vivaldi, Quintas Culturais e Grupo Teatral Veritas – incubada na representação física do Teatro Universitário Veritas.

A relação com a comunidade também recebe o reforço no desenvolvimento de projetos de caráter social vinculados à Fundação Veritas, Dimensão Missionária e Pastoral Universitária.

A comunicação da Universidade com a população transcende os limites do campus através da TV USC, cujas imagens são transmitidas pelo Canal Universitário de Bauru (14 da Net) e pela Rádio Veritas FM 102,7, emissora de caráter educativo, que cumpre seu papel de gerar educação e evangelização.

A preservação da história local e regional é concretizada pelo Núcleo de Documentação e Pesquisa Histórica de Bauru e Região (Nuphis), que ganhou o nome de um de seus idealizadores, Gabriel Ruiz Pelegrina.

Soma-se a esse conjunto de estrutura acadêmica a Editora da Universidade do Sagrado Coração (Edusc), criada em 1996 com o objetivo de publicar e traduzir obras de relevantes conteúdos científicos e filosóficos.

Fundadora

Quem é Irmã Arminda Sbríssia

A educadora e administradora Irmã Arminda Sbríssia nasceram no dia 14 de junho de 1920, na cidade de Piraquara, Estado do Paraná, e faleceu a 12 de abril de 1965, na cidade paulista de Ribeirão Preto. Foi sepultada em Bauru.

Seus pais chamavam-se Ferdinando Sbríssia e Arminda Sbríssia. Pertencia a uma família numerosa e humilde. Começou sua vida escolar no Grupo Escolar Manuel Eufrásio, de 1929 a 1931. Seus cursos secundários foram realizados no Colégio do Sagrado Coração de Jesus, em Cafelândia, de 1936 a 1941.

Em 1936 ingressou na vida religiosa no Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus. No ano de 1942 iniciou seu curso superior na Faculdade Sedes Sapientiae, em São Paulo, dedicando-se aos estudos de Filosofia, Pedagogia, Psicologia e Letras.

Licenciou-se em Letras Neolatinas em 1945. No ano seguinte, graduou-se em Ciências Religiosas na mesma faculdade, que hoje integra a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Em 1948, habilitou-se em Orientação Educacional pela Escola Universitária de São Paulo. No ano de 1947 havia ingressado no Curso de Formação profissional (magistério primário) da Escola Normal São José, de Bauru.

Em 1949, encontra-se prestando concurso de provas e títulos para a Cátedra de Educação, Magistério Oficial do Estado de São Paulo. Aprovada, passou a ocupar o cargo de professora da Escola Normal Sagrado Coração de Jesus, em Cafelândia.

Além de diversos cursos de especialização e de atividades técnico-profissionais, viajou para o exterior em busca de aperfeiçoamentos.

Em 1952, dirigiu-se para a Itália, onde frequentou cursos no Instituto Superior de Magistério Maria Assunta, Università Cattolica Del Sacro Cuore. Em 1958, segue para os Estados Unidos, realizando estágios de Ensino de Organização Escolar no Sacred Heart College, no Albertus Magnus College e no Saint Anthony School for Excepcional Childrens.

Em 1960, volta para a Itália como bolsista para realizar estágios no Centro Didático Nazionale da Scuola Secundária de Roma e em Castelnuovo Fogliani (auspícios da Università Del Sacro Cuore).

Todas essas atividades de Irmã Arminda visaram, inicialmente, à instalação da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras do Sagrado Coração de Jesus, a Fafil e, depois, à sua manutenção como a primeira Faculdade de Filosofia no Interior do Estado de São Paulo.

Hoje, USC

Nos 32 cursos oferecidos pela USC estão matriculados cerca de 5 mil alunos, oriundos de todas as regiões do País. Essa máquina geradora de educação é movimentada por 350 professores e 300 funcionários.

Acomodada numa área de 100 mil metros quadrados, a Universidade oferece à comunidade laboratórios que geram treinamentos, aperfeiçoamento didático e pesquisa em todos os seus cursos.

A interação com a sociedade de Bauru e dos municípios da região é viabilizada diariamente com a prestação de serviços nas áreas de saúde – através das clínicas de atendimento -, na valorização da cultura – com as apresentações da Orquestra Veritas, Coral Veritas, Orquestra de Câmara, Madrigal Anima, Quintas Culturais e Grupo Teatral Universitário Veritas.

A relação com a comunidade também recebe o reforço no desenvolvimento de projetos de caráter social vinculados à Fundação Veritas, Setor de Projetos Sociais e Pastoral Universitária.

A comunicação da Universidade com a população transcende os limites do campus através da TV USC, cujas imagens são transmitidas pelo Canal Universitário de Bauru (14 da Net) e 24 horas na Internet (www.sciencenet.com.br), e pela Rádio Veritas FM 102,7, emissora de caráter educativo, que cumpre seu papel de gerar educação e evangelização.

A preservação da história local e regional é concretizada pelo Núcleo de Documentação e Pesquisa Histórica de Bauru e Região (Nuphis), que ganhou o nome de um de seus idealizadores, Gabriel Ruiz Pelegrina.

Soma-se a esse conjunto de estrutura acadêmica a Editora da Universidade do Sagrado Coração (Edusc), criada em 1996 com o objetivo de publicar e traduzir obras de relevantes conteúdos científicos e filosóficos.

Estrutura funcional

- Campus, com 100 mil metros quadrados, sendo 63.557,81 metros quadrados de área construída, instalado em Bauru.
- 30 cursos de graduação, além de 2 cursos superiores de tecnologia.
- 20 cursos “lato sensu” (especialização)
- 2 programas de mestrado e um doutorado
- 310 professores, sendo 5 com livre docência, 6 com pós-doutorado, 82 doutores, 150 mestres, 37 especialistas e 30 graduados
- 20.505 alunos formados até junho de 2006 (não oficial)
- 5.600 alunos, entre graduação e pós-graduação
- 296 funcionários
- 628 computadores ligados em rede
- Laboratórios especializados

- Biblioteca com acervo com 128 mil volumes e 1.857 títulos de periódicos, acesse www.usc.br/biblioteca
- Editora com mais de 500 títulos publicados, acesse www.edusc.com.br

Cultura

- Incentivadora de cultura, através das atividades do Coral Veritas www.usc.br/arte_cultura/coral_veritas , Orquestra Veritas www.usc.br/arte_cultura/orquestra_veritas , Orquestra de Câmara www.usc.br/arte_cultura/orquestra_camara , Madrigal Anima www.usc.br/arte_cultura/madrigalanima , Teatro Universitário Veritas www.usc.br/arte_cultura/teatro_veritas e demais projetos abertos a toda comunidade.
- Núcleo de Pesquisa e Documentação Histórica , com acervo de 103.361 documentos, acesse www.usc.br/nuphis

Comunicação

- Emissora de rádio FM, Veritas FM, com abrangência de um raio de 45 Km, o que significa uma cobertura populacional de cerca de 800.000 habitantes, com projeção para aumento de potência, com utilização em alta categoria de 10.000 watts, acesse www.veritasfm.com.br
- Emissora de TV, assista pela Internet TVUSC www.sciencenet.com.br

Social

- Clínicas de saúde a serviço da comunidade, totalizando 27 mil atendimentos por ano
- 13 programas sociais, com 8710 atendimentos por mês
- 200 alunos com mais de 50 anos, matriculados na Universidade Aberta à Terceira Idade, acesse www.usc.br/uati
- Atividades pastorais diariamente, acesse www.usc.br/pastoral
- Bolsas de estudo Prouni, Escola da Família, estágio CIEE

Núcleo de Informações sobre Deficiência em Bauru, acesse www.usc.br/nidb

Time line

1953

The Institute of the Apostles of the Sacred Heart of Jesus (IASCJ) is granted authorization to operate the Philosophy, Sciences and Languages School of Sagrado Coração de Jesus, by Decree nº 34.291/53. The courses authorized by the Ministry of Education and Culture are Geography, History, Languages and Pedagogy.

College entrance examination and the First Class

The first Vestibular (a written exam to enter the Brazilian universities usually composed of multiple-choice questions, written questions and an essay) happens in 1954. The first class is taught on March 7th that same year. The school is accredited before the graduation of its first class in 1956.

College of Music

Ten years after the setting of the Philosophy School, the Missionary Sisters turn the old Pio XII Music Conservatory into a College of Music.

1967. Spread of Higher Education

It implements new courses to answer to the labor market demands. Sciences, Psychology, Applied Psychology and Social Studies are included.

1970. New and modern facilities

The University leaves the former building on Rodrigues Alves Avenue and moves to the recently inaugurated architectural mark known today as USC– University of Sagrado Coração.

1971. Establishment of the First Cycle

Aware of the gap between high school and college, the Faculties of Sagrado Coração implement the First Cycle, whose goal is to overcome the deficiencies of pre-college education and thereafter promote the adjustment of the senior high school student to the new demands of university studies.

From 1970 to 1999

Certificate in Biology and Nursing are implemented in the 1970's; Pharmacy, Nutrition and Speech Therapy in the 1980's and in the past decade the courses of Translation, Executive Bilingual Secretary, Math, Chemistry, Systems Analysis, Philosophy, Administration, Certificate in Performing Arts, Physiotherapy, Dentistry and Occupational Therapy.

Today. A vibrant USC

Under the direction of Dr. Sister Elvira Milani and having about 5.600 students distributed among its 32 graduation courses, 20 specialization courses, two masters and one Phd course, relying on 350 professors aided by a technical team of other 290 staff members, the University of Sagrado Coração carries out an extremely relevant job, turning students into new people, citizens for a fair and basically Christian world.

Education and faith pursuing knowledge

After the triumph of FAFIL (the abbreviation in Portuguese for Philosophy College) foundation and the inauguration of its new facilities in Jardim Brasil, the next step to be taken was turning it into a university. The academic community of the Philosophy, Sciences and Languages School fulfilled all the requirements by the Ministry of Education to turn it into the University of Sagrado Coração (USC).

On April 29th, 1986, Jorge Konder Bornhausen, at that time Minister of Education, signed the 294/96 ordinance: the sisters of the Institute of the Apostles of the Sacred Heart of Jesus (IASCJ) began to write another page in the history of education in Bauru, reverberating across the region.

“Among all the education tools, school has a distinctive value”. This quote from Mother Clélia Merloni – founder of IASCJ – is carried out to the letter until today by the academic community of the University of Sagrado Coração.

Structure

This education generating machine is driven by 400 professors and 300 staff members. Settled in an area of 1076.399 square feet, the University offers the community labs which generate training, didactical improvement and research in all of its courses.

The interaction with Bauru society and the cities around it is made viable by the daily services provided in health (through the clinics), culture appreciation (through the performances of the Veritas Orchestra, Veritas Choir, Chamber Orchestra, Madrigal Anima, Vivaldi Project, Cultural Thursdays and the Veritas Drama Group) physically represented by the Veritas Academic Theater.

The relationship with the community is also reinforced by the development of social projects connected to the Veritas Foundation, Missionary Dimension and Academic Pastoral.

The University communication with the population transcends the campus limits through the USC TV whose images are broadcasted by the Academic Channel in Bauru (14 on Net TV) and the Veritas FM 102.7, an educational station which performs its role of generating education and evangelization.

The preservation of the local and regional history is performed by the Research and Documentation Center (Nuphis) of the city which adopted the name of one of its idealists, Gabriel Ruiz Pelegrina.

Added to this academic structure is the University of Sagrado Coração Publishing House (Edusc), created in 1996 with the goal of publishing and translating works of scientific and philosophic relevant contents.

Founder

Who is Sister Arminda Sbríssia.

The educator and administrator Sister Arminda Sbríssia was born on June 14th, 1920 in Piraquara, Paraná and passed away on June 12th, 1965 in Ribeirão Preto. She was buried in Bauru.

Her parents were called Ferdinando Sbríssia and Arminda Sbríssia. They belonged to a big and humble family. She started her scholar life in Manuel Eufrásio Academic Group from 1929 to 1931. She continued her further education in the Sagrado Coração High School in Cafelândia, from 1936 to 1941.

In 1936 she entered her religious life in the Institute of the Apostles of the Sacred Heart of Jesus. In 1942 she initiated her graduation at the Sedes Sapientiae College in São Paulo, dedicating her time to study Philosophy, Pedagogy, Psychology and Languages.

She got her teaching degree in Neo-latin languages in 1945. In the following year, she graduated in Religious Sciences at the same school which today is part of the Pontífica Universidade Católica (PUC) in São Paulo.

In 1948, she received her licensure degree in Educational Orientation from the Escola Universitária de São Paulo. In 1947 she had already joined the Professional Formation course (elementary teaching) of Escola Normal São José in Bauru.

In 1949, she took tests to have a sit in the Education Cathedra, São Paulo Official Teaching. After being approved, she became a teacher of the Escola Normal Sagrado Coração de Jesus, in Cafelândia.

In addition to numerous specialization courses and professional-technical education activities, she traveled abroad seeking improvements.

In 1952, she headed for Italy where she attended courses at the Institute of Teaching Maria Assunta, Università Cattolica Del Sacro Cuore. In 1958, she traveled to the United States to perform traineeships in teaching School Organization in the Sacred Heart College, in the Magnus College and in the Saint Anthony School for Disabled Children.

In 1960, she received a scholarship and traveled back to Italy to be a trainee in the Didactic Center Nazionale of the Rome and Castelnuovo Fogliani High Schools (auspice from Università Del Sacro Cuore).

All these activities performed by Sister Arminda were initially intended to implement the College of Philosophy, Sciences and Languages of Sagrado Coração de Jesus and later to maintain it as the first College of Philosophy inner state of São Paulo.

USC Today

Around five thousand students are enrolled in its 32 university courses. They are from all around the country. This education generating machine is driven by 350 professors and other 300 staff members. Settled in an area of 1076.399 square feet, the University offers the community labs which generate training, didactical improvement and research in all of its courses.

Arranged in an area of 1.076,387 square feet, the university offers the community labs which enable training, educational improvement and research in all of its courses.

The interaction with Bauru society and the cities around it is made viable by the daily services provided in health (through the clinics), culture appreciation (through the performances of the Veritas Orchestra, Veritas Choir, Chamber Orchestra, Madrigal Anima, Vivaldi Project, Cultural Thursdays and the Veritas Drama Group) physically represented by the Veritas Academic Theater.

The relationship with the community is also reinforced by the development of social projects connected to the Veritas Foundation, Missionary Dimension and Academic Pastoral.

The University communication with the population transcends the campus limits through the USC TV whose images are broadcasted by the Academic Channel in Bauru (14 on Net TV) and the Veritas FM 102.7, an educational station which performs its role of generating education and evangelization.

The preservation of the local and regional history is performed by the Research and Documentation Center (Nuphis) of the city which adopted the name of one of its idealists Gabriel Ruiz Pelegrina.

Added to this academic structure is the University of Sagrado Coração Publishing House (Edusc), created in 1996 with the goal of publishing and translating works of scientific and philosophic relevant contents.

Functional Structure

- Campus with 1076.399 square feet, in which 684.1275 square feet comprise the built area, settled in Bauru.
- 30 graduation courses besides 2 technology degree programs (equivalent to technology degree programs at community colleges)
- 20 “lato sensu” courses (specialization)
- Two Master’s and one Doctorate programs.
- 310 professors, altogether 5 with *livre docência* (an academic status immediately below full professorship obtained through public examination and the presentation of an academic dissertation), 6 post-doctors, 82 doctors, 150 masters, 37 specialists and 30 graduated.
- 20.505 students graduated up to June 2006 (non-official).
- 5.600 students distributed into graduation and post-graduation.
- 296 staff members.
- A network with 628 computers connected.
- Specialized labs.

- A library housing a collection of 128 thousand books and 1.857 journals, access www.usc.br/biblioteca.
- A Publishing House with over 500 titles published, access www.edusc.com.br

Culture

- Stimulates culture through the activities of the Veritas Choir www.usc.br/arte_cultura/coral_veritas, Veritas Orchestra www.usc.br/arte_cultura/orquestra_veritas, Chamber Orchestra www.usc.br/arte_cultura/orquestra_camara, Madrigal Anima www.usc.br/arte_cultura/madrigalanima, Veritas Academic Theater www.usc.br/arte_cultura/teatro_veritas and further projects opened to all the community.
- Research and documentation center with a collection of 103.361 documents, access www.usc.br/nuphis.

Communication

- A FM radio station, Veritas FM, reaching 27.962 miles, which means a coverage of around 800.000 inhabitants, with a plan to increase its capacity using a 13.405 horsepower high current, access www.veritasfm.com.br
- A TV station, watch TV USC via internet at www.sciencenet.com.br

Social

- Health clinics serving the community, summarizing 27 thousand consultations per year
- 13 social programs with 8710 consultations per month
- 200 students over the age of 50 enrolled in the Open University of the Third Age, access www.usc.br/uati
- Daily pastoral activities, access www.usc.br/pastoral
- Prouni and Escola da Família Scholarship Programs, CIEE traineeship.
- Disabilities Information Center in Bauru, access www.usc.br/nidb

ANEXO B – ORIGINAL E VERSÃO DO CURSO DE TRADUTOR DA USC

A Profissão

O Curso de Bacharelado em Tradução da Universidade do Sagrado Coração, Bauru/Sp, é um dos mais antigos do Brasil, tendo, desde a sua criação, em 1986, assumindo o compromisso de formar tradutores capacitados para o exercício da difusão cultural no par de línguas português e inglês. A qualidade e constante atualização dos planos de estudos das disciplinas de Teoria e Prática da Tradução decorrem do envolvimento pleno da coordenação e dos docentes do curso, envolvidos com as últimas tendências da área. As aulas, de natureza dialogada, expositiva e com auxílio de recursos tecnológicos, são complementadas com trabalhos teóricos e práticos em pequenos grupos de pesquisa de iniciação científica, estágios curriculares e extra-curriculares em empresas multinacionais de Bauru e grande região, proporcionando larga reflexão e atuação de nossos alunos.

O Profissional

As diversas habilidades e competências desenvolvidas ao longo do curso, dentre as quais as quatro macro habilidades (áudio-compreensão, fala, leitura e escrita), as competências lingüístico-comunicativa, profissional e teórica lhe permitem ter uma visão realista e crítica no uso das estratégias que podem ser empregadas em cada projeto tradutório que decidir realizar. Reconhece seu papel ativo de produtor de significados em suas traduções, pela representação dos textos que interpreta, sintonizado com seu tempo e lugar.

Mercado de Trabalho

Devido ao aumento da circulação de informação no mundo, cada vez mais profissionais da tradução estão sendo requisitados. O Bacharel em Tradução pode atuar em um mercado extenso: editoras, consulados e embaixadas, órgãos públicos, representações diplomáticas, agências e escritórios internacionais, companhias jornalísticas, centros de intercâmbio cultural, centros de informação e documentação internacional, companhias de importação e exportação, companhias de turismo, hotéis e companhias cinematográficas.

Atualmente, dois setores que mais se expandem é o de tradução para a mídia, como filmes e a TV a cabo, e o de localização de softwares, o processo de tradução e adaptação de um aplicativo de software para outra língua.

Nossos egressos encontram-se presentes nas principais organizações multinacionais bauruenses e da grande região, desempenhando a função de tradutor em departamentos de exportação e importação, sendo amplamente reconhecidos por sua competência lingüístico-comunicativa e tradutória, que resulta da aproximação entre o ensino superior em tradução ofertado pela USC e o mundo empresarial.

Objetivos

- . Formar Bacharéis capacitados para a tradução de textos nas línguas portuguesa e inglesa e para o desenvolvimento de pesquisas na sua área de atuação;
- . Formar profissionais para o uso das línguas estudadas nos seus principais níveis: fonológico, morfológico, sintático e semântico;
- . Habilitar profissionais que identifiquem nas literaturas estudadas os aspectos mais relevantes da expressão cultural e artística dos povos que elas representam;
- . Preparar profissionais para o uso das línguas conforme os padrões de norma culta e, também, conforme aspectos sociolingüísticos e outras variantes, dependendo do contexto;
- . Formar profissionais para a tradução e versão de textos, ou quaisquer outros materiais que lhe sejam confiados, em língua portuguesa ou inglesa nas mais diversas áreas, identificando as principais características e especificidades que as envolvem;
- . Preparar profissionais criativos e versáteis, facilitando seu futuro desempenho, e tornando-os aptos a adequar-se às constantes mudanças no campo social.

Situação Legal

Reconhecimento: MEC - Portaria N° 083 de 30 de janeiro de 1991

Duração: 3 anos

Período: parcial

Vagas: 60

Título conferido: Tradutor

Docentes

Coordenadora:

Ms. Patrícia Viana Belam

Docentes:

Antonio Walter Barros - [Currículo Lattes](#)

Cíntia Maria Ramazzini Remaeh - [Currículo Lattes](#)

Claudia Martha de Oliveira - [Currículo Lattes](#)

Fátima de Gênova Daniel - [Currículo Lattes](#)

Gesiane Monteiro Branco Folkis - [Currículo Lattes](#)

Léa Silvia Braga de Castro Sá - [Currículo Lattes](#)

Lídia Maria Maitino - [Currículo Lattes](#)

Marileide Dias Esqueda - [Currículo Lattes](#)

Patrícia Viana Belam

Paulo Renato de Paula Frederico - [Currículo Lattes](#)

Valéria Biondo - [Currículo Lattes](#)



Centro de Ciências Humanas
 Curso: 16408 - Tradutor (Bacharel)
 Matriz Curricular:1
 Carga Horária Mínima: 2628 horas

Códigos	Disciplinas	C/H	Semestres						
			1	2	3	4	5	6	
	Língua Inglesa I	72	4						
	Língua Portuguesa: Morfossintaxe I	72	4						
	Língua Inglesa VI	72	4						
	Teoria da Tradução I	72	4						
	Linguística I	72	4						
	Comunicação e Expressão	72	4						
	Língua Inglesa II	72		4					
	Língua Portuguesa: Morfossintaxe II	72		4					
	Prática da Tradução I: Jornalística/Literária	72		4					
	Teoria da Tradução II	72		4					
	Linguística II	72		4					
	Antropologia	72		4					
	Língua Inglesa III	72			4				
	Língua Portuguesa: Filologia	72			4				
	Prática da Tradução II: Científico-Técnica	72			4				
	Cultura Inglesa e Norte-Americana	36			2				
	Cultura Brasileira	36			2				
	Ética e Cultura Religiosa	72			4				
	Língua Inglesa IV	72				4			
	Língua Portuguesa: Análise, Interpretação e Produção Texto	72				4			
	Prática da Tradução III: Jurídico-Comercial e Legendagem	72				4			
	Introdução às Literaturas de Língua Portuguesa	72				4			
	Introdução às Literaturas de Língua Inglesa	72				4			
	Métodos e Técnicas da Pesquisa	72				4			
	Língua Inglesa V	72					4		
	Língua Portuguesa: Análise Discurso e Sociolinguística	72					4		
	Prática da Tradução Avançada	72					4		
	Estágio: Atividade em Campo I	108						X	
	Estágio: Orientação e Supervisão I	72					4		
	Versão I	72					4		
	Métodos e Técnicas da Pesquisa em Tradução	36					2		
	Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)	72							4
	Ética Profissional	72							4
	Versão II	72							4
	Estágio: Atividade em Campo II	108							X
	Estágio: Orientação e Supervisão II	72							4
	Sociologia da Responsabilidade Social	72							4
	Total	2628	24	24	20	24	22		20

The Profession

The BA in Translation of the University of Sagrado Coração, Bauru/SP is one of the precursors in Brazil. It was established in 1986 and has the purpose of preparing qualified translators to practice the cultural diffusion in the Portuguese-English pair of languages. The quality and constant update in the curriculum assisted by subjects as Translation Theories and Practices originate from the full commitment of the coordination and educators, always aware of the latest trends in the area. The course methodology encompasses dialogued, expository and technology-aided classes, and it is complemented with theoretical and practical activities in small research groups for scientific initiation, curricular and extra-curricular traineeships in multinational companies in Bauru region, allowing an extensive reflection and interaction of students

The Translator

The distinct abilities and competences developed along the course, including the four linguistic skills (listening, speaking, reading and writing), the linguistic-communicative, the professional and the theoretical competences provide them with a more realistic and critical perspective in the use of strategies commonly employed in each translation process performed by them. The professionals acknowledge their active role as a meaning producer in their translations through the representation of the texts they interpret, always connected to context .

The Market

On account of the increasing information circulation around the world, translators have been increasingly required. The Bachelors in Translation have a wide market in front of them: publishing houses, consulates and embassies, public agencies, international offices and agencies, press companies, centers for cultural exchange, centers for international information and documentation, import and export companies, tourism companies, hotels and motion picture companies. Nowadays, there are two sectors which are growing at rapid pace: translation for media (movies and cable TV) and software localization (the process of translating and adapting a software application to a foreign language).

Our graduates are in the main multinational organizations in Bauru region, working as translators in import and export departments and are widely known for their translation and linguistic-communicative competences. This excellence is a result of the close relationship between the higher education offered by USC and the business world.

Objectives

- Shape BAs capable of translating texts in English and Portuguese and also capable of developing research in their practice field;
- Shape professionals for the use of the studied languages and their main levels: phonological, morphological, syntactic and semantic;
- Capacitate professionals who – supported by the literatures studied in the course – can recognize the most relevant cultural and artistic aspects of the people these literatures represent;
- Prepare professionals to use the languages according to language standards and also, considering the sociolinguistic aspects and other variants, depending on the context;
- Shape professionals to perform the tasks of text translation trusted to them, making use of the Portuguese or English languages in varied areas, recognizing the main characteristics and peculiarities involved in them;
- Prepare creative and versatile professionals, facilitating their future performance, and making them capable of adjusting to the constant changes in the social realm.

Legal Information

Regulation: MEC – Ordinance N° 083 from January 30th, 1991

Duration: 3 years

Type: part time / evening

Vacancies: 60

Degree awarded: Translator

Staff

Coordinator

Ms. Patrícia Viana Belam

Teachers

Antonio Walter Barros - [Curriculum Lattes](#)²³

Cynthia Maria Ramazzini Remaeh - [Curriculum Lattes](#)

Claudia Martha de Oliveira - [Curriculum Lattes](#)

Fátima de Gênova Daniel - [Curriculum Lattes](#)

Gesiane Monteiro Branco Folkis - [Curriculum Lattes](#)

Léa Silvia Braga de Castro Sá - [Curriculum Lattes](#)

Lídia Maria Maitino - [Curriculum Lattes](#)

Marileide Dias Esqueda - [Curriculum Lattes](#)

Patrícia Viana Belam

Paulo Renato de Paula Frederico - [Curriculum Lattes](#)

Valéria Biondo - [Curriculum Lattes](#)

²³ The Lattes Platform is a set of information systems, data bases and web portals focused on Science and Technology Management. It has been conceived to integrate the information systems of federal research agencies. Currently it is maintained by the National Council for Research and Development (CNPq) and it is available at: <http://lattes.cnpq.br/>.



Humanities Department

Course: 16408 - Translator (Bachelor)

Study Program: I

Minimum Credit Hours : 2628 hours

Codes	Subjects	C/H	Semesters						
			1	2	3	4	5	6	
	English Language I	72	4						
	Portuguese Language: morphosyntax I	72	4						
	English Language VI	72	4						
	Theories of Translation I	72	4						
	Linguistics I	72	4						
	Communication and Elocution	72	4						
	English Language II	72		4					
	Portuguese Language: morphosyntax II	72		4					
	Translation Practice I: Journalistic /Literary	72		4					
	Theories of Translation II	72		4					
	Linguistics II	72		4					
	Anthropology	72		4					
	English Language III	72			4				
	Portuguese Language: Philology	72			4				
	Translation Practice II: scientific-technical	72			4				
	British and North American cultures	36			2				
	Brazilian culture	36			2				
	Religious Culture and Ethics	72			4				
	English Language IV	72				4			
	Portuguese Language: Analysis, Interpretation and Text Production	72				4			
	Translation Practice III: Legal-business and Subtitling	72				4			
	Introduction to Portuguese Literature	72				4			
	Introduction to English Literature	72				4			
	Research Methods and Techniques	72				4			
	English Language V	72					4		
	Portuguese Language: Discourse Analysis and Sociolinguistics	72					4		
	Advanced Translation Practice	72					4		
	Traineeship: Field Practice I 108 X							X	
	Traineeship: Orientation and Supervision I	72					4		
	Version I	72					4		
	Translation Research Methods and Techniques	36						2	
	Monograph production	72							4
	Translation and Ethics	72							4
	Version II	72							4
	Traineeship: Field Practice II 108 X								X
	Traineeship: Orientation and Supervision II	72							4
	Social Responsibility Sociology	72							4
	Total	2628	24	24	20	24	22	20	

REFERÊNCIAS

ANOBILE, M. **Manual de Introdução à Localização**. Suíça: SMP Marketing e LISA, 2005. 55p.

ASHWORTH, D.; O'HAGAN, M. **Translation-mediated Communication in a Digital World**: Facing the challenges of Globalization and Localization. Buffalo: Multilingual Matters LTD, 2002. 168p.

BOWKER, L. Working Towards Computer-Aided Translation Quality Assessment. In: FIT WORLD CONGRESS, 16, 2002, Ottawa. **Anais...** Vancouver, 2002. p. 288-292

BURGER, M. R. R. **Translation and Globalization**. Disponível em: <<http://www.oxfordusa.com/our-services/translation-and-globalization>>. Acesso em: 20 mai 2008.

CASTELLS, M. **The Rise of the Network Society**. Oxford: Blackwell, 1996. 556p.

CASTELLS, M. Information technology and global capitalism. In: _____ **On the edge. Living in global capitalism**. Londres: The New Press, 2001. p. 52-74.

CHENG, S. Globalizing an e-commerce web site. In: _____. **Translating into Success**. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing, 2000. p. 29-42.

CLIFFORD, J. **Routes**: Travel and Translation in the Late Twentieth Century. Londres e Cambridge: Harvard University Press, 1997. 416p.

CRONIN, M. **Translation and Globalization**. Londres: Routledge, 2004. 197p.

DAMIANI, R. A University-Level Multidisciplinary Approach to Localization. In: FIT WORLD CONGRESS, 16, 2002, Vancouver. **Anais...**Vancouver, 2002. p. 256-260

EISENSTADT, S. N. **Multiple Modernities in and Age of Globalization**. Jerusalem: Turman Institute Reprints, 2000.

FOUCES, O. D. A localização de páginas da internet na formação de tradutores. **Confluências - Revista de Tradução Científica e Técnica**, n. 1, nov. 2004. Disponível em: <<http://www.confluencias.net/n1/fouces.html>>. Acesso em: 08 fev. 2008

FRIEDMAN, J. Global System, Globalization and the Parameters of Modernity. In: _____. **Global Modernities**. Londres, Thousand Oaks, Nova Deli: Sage Publications, 1995. p. 69-90.

GAMANENKO, A. Translating a Website for a Foreign Culture. **Articles-hub**. Disponível em: <<http://www.articles-hub.com/index.php?article=40180&highlite=translation>>. Acesso em: 14 fev. 2008.

GIDDENS, A. **The Consequences of Modernity**. Stanford: Stanford University Press, 1990. 188p.

GERTEINY, G. **Mundialização, globalização, localização e glocalização**. Disponível em: <<http://mercado-global.blogspot.com/2007/06/mundializacao-globalizacao-localizacao-e.html>>. Acesso em: 03 dez. 2008.

HALL, S. Globalização. In: **Identidade Cultural na Pós Modernidade**. 10^a ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 67-76.

HALL, S.; HELD, D.; MCGREW, A. **Modernity and its Futures**. Cambridge: Polity Press and Blackwell Publishers, 1992. 391p.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 12^a ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2003, p. 257-276

KARAMANIAN, A. P. Translation and Culture. **Translation Journal**. Disponível em: <<http://accurapid.com/journal>>. Acesso em: 18 fev. 2008.

KWINTESSENTIAL - Intercultural Communication, Cross Cultural Training, Translation Services & Interpreters. **Benefits of Website Localization**. Disponível em: < <http://www.kwintessential.co.uk/translation/articles/benefits-website-localization.html> >. Acesso em: 16 fev. 2008.

KWINTESSENTIAL - Intercultural Communication, Cross Cultural Training, Translation Services & Interpreters. **Culture and Website Localization**. Disponível em: <<http://www.kwintessential.co.uk/translation/articles/culture-website-localization.html>>. Acesso em: 18 fev. 2008.

KWINTESSENTIAL - Intercultural Communication, Cross Cultural Training, Translation Services & Interpreters. **Website Localization, Translation, Language and Culture**. Disponível em: <<http://www.kwintessential.co.uk/translation/articles/website-localization-translation-language-culture.html> >. Acesso em: 14 de fev. 2008.

LANGLOIS, L. Localization at the Translation Bureau of Canada. In: FIT WORLD CONGRESS, 16, 2002, Vancouver. **Anais...Vancouver**, 2002. p. 261-265

LOCALIZATION INDUSTRY STANDARDS ASSOCIATION. **Manual de Introdução à Localização**. Suíça, 2005. 55p.

MERNE, S. J. Cardiac Problems or Heart Problems? The Medical English Translator's New Linguistic Tools. In: FIT WORLD CONGRESS, 16, 2002, Finlândia. **Anais...Vancouver**, 2002. p. 299-302

MITCHEL, W. J. **City of bits**. Cambridge: MIT Press, 1995.

MOUSBETH, S. Localization and the training of linguistic mediators for the third millennium. In: **The challenges of translation & interpretation in the third millennium**. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili, 2002. 7p.

MYERSON, C. **Global Economy: Beyond the Hype**. Language International, 2001. p. 12-15.

RICHIE, A. C. Memória de tradução: auxílio ou empecilho? 2004. 12f. **Tese (Mestrado)** – PUC, Rio.

ROBERTSON, R. **Globalization: Social Theory and Global Culture**. Londres: Sage, 1992. 211p.

SCHÄLER, R. The Cultural Dimension in Software Localization. In: FIT WORLD CONGRESS, 16, 2002, Irlanda. **Anais...** Vancouver, 2002. p. 266-270

SERVAES, J. Globalización o localización: hacia um espacio de identidad cultural in **Anuário Unesco/Umesp de comunicação Regional**, ano 6, nº6 Jan-Dez. São Bernardo do Campo: Umesp, 2002.

VENUTI, L. Globalização. In: **Escândalos da Tradução**. Tradução de Laureano Pelegrin, Lucinéia Marcelino Villela, Marileide Dias Esqueda e Valéria Biondo. 5ª ed. Bauru: Edusc, 2002. p. 297-357.

WALLERSTEIN, I. **The capitalist world economy**. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.

WARSCHAUER, M. **The changing global economy and the future of English teaching**. TESOL Quarterly. Disponível em: <http://www.gse.uci.edu/faculty/markw/global.html>. Acesso em: 11 de fev. 2006.