

## Localização e Produção Digital Multilíngue: relato de uma experiência com a *ESN Minho*

João Araújo ([jp23ma@gmail.com](mailto:jp23ma@gmail.com))

Mariana Leones ([marianaleones@live.com.pt](mailto:marianaleones@live.com.pt))

Sílvia Araújo ([saraujo@ilch.uminho.pt](mailto:saraujo@ilch.uminho.pt))

Tereza Afonso ([tereza.afonso@gmail.com](mailto:tereza.afonso@gmail.com))

All at Universidade do Minho

---

### Resumo

Partindo da análise teórica do conceito de localização e da sua relação com a tradução no mundo contemporâneo, pretende-se apresentar, na presente comunicação, uma experiência pedagógica que consistiu em levar alunos do Mestrado de Tradução e Comunicação Multilíngue (MTCM) a localizar o website da *Erasmus Student Network Minho* (ESN Minho). Este trabalho de atualização do website passou essencialmente pela criação de mapas interativos de divulgação da região do Minho, das cidades de Braga e Guimarães, bem como das infraestruturas da Universidade do Minho. Aquando do processo de produção destes mapas destinados à integração dos alunos estrangeiros, os alunos puderam experimentar a real dinâmica entre o cliente e o prestador de serviços. Para responder às solicitações, cada vez mais exigentes, do mercado e da sociedade moderna, é inquestionável, como veremos, a importância da integração das TIC na formação dos tradutores localizadores.

### Palavras-chave

tecnologia, tradução, localização, mapa, Minho

---

## 1. INTRODUÇÃO

É inquestionável a importância da integração das Tecnologias de Informação e Comunicação na formação dos tradutores, que se pretende atual e em linha com as exigências do mercado e da sociedade moderna (Austermühl, 2001; Maia *et al.*, 2002; Nogueira do Céu, 2009; Pym, 2010). Criaram-se novos hábitos, mudou-se de forma inegável o modo como se percebe o mundo, alargaram-se horizontes. Aliadas a essas mutações vão surgindo necessidades cada vez mais específicas. Com a democratização das tecnologias, vemos televisão digital, comunicamos por e-mail, *Skype*, *Whatsapp*, partilhamos conteúdos online através das redes sociais, procuramos informações no *Google*, fazemos compras online, realizamos operações bancárias e recorremos, sempre que possível, aos portais dos vários serviços públicos. Mudou também a forma de trabalhar: há um sem número de tarefas que podem ser realizadas à distância de um clique, as empresas recorrem ao teletrabalho e aos prestadores de serviços, pessoas de vários países e em diferentes países podem estar envolvidas no mesmo projeto.

Nas últimas décadas, a economia mundial tem-se caracterizado por uma forte expansão das trocas internacionais. Com o acréscimo da concorrência internacional, as empresas procuram encontrar novas formas de estar no mercado global. Estas mudanças têm tido um efeito potenciador no crescimento do uso das línguas na sociedade e um grande impacto, acima de tudo, nas indústrias da língua e nas profissões relacionadas com a língua. O quadro de competências técnicas exigidas a um tradutor tem vindo a alterar-se ao sabor das tendências do mercado e das inovações que invariavelmente surgem no campo tecnológico. Para além de um profundo conhecimento de pelo menos duas línguas, os profissionais ao serviço da língua tais como os tradutores devem ainda dominar as tecnologias da informação bem como as ferramentas de tradução assistida por computador e possuir conhecimentos sobre várias áreas (Soares, 2012: 72).

A maioria dos tradutores profissionais é, de facto, solicitada para traduzir em diversas áreas de especialidade e para agir sobre/com a língua em suportes informáticos de diferente tipologia. O uso de *CATtools* (ferramentas de apoio à tradução), a transferência de ficheiros online, a partilha de memórias de tradução e de bases terminológicas bilingues e multilingues assim como a procura de informação com ajuda de motores de buscas são práticas generalizadas na comunidade – tradutores, clientes, agências de tradução (Austermühl, 2001; Brum, 2008; Folaron, 2010; Cunha, 2015).

No caso específico da localização, ou seja, na adaptação de características de um produto ao público-alvo *locale* (país, região e língua), o tradutor, muitas vezes, também é técnico, ou tem de saber trabalhar e comunicar com profissionais de áreas técnicas, aquando da tradução e, como acontece frequentemente nos websites, na sua manutenção e atualização (Pym, 2011). Já em 1998 Esselink afirmava existir na localização uma maior ênfase nas ferramentas de apoio à tradução e na tecnologia do que na indústria da tradução tradicional, o que ainda se verifica, mas de forma muito mais atenuada, dados os avanços dos últimos anos.

São assim exigidos ao tradutor, além das competências de ordem puramente linguística, conhecimentos de ordem informática. Basta consultar a oferta de emprego na área para o perceber esta tendência. Acresce ainda que num mercado em que se dá preferência a profissionais polivalentes (o que significa menos custos), um tradutor que se queira especializar em localização tem necessariamente de investir na sua formação; a tipologia textual é ampla, os documentos a traduzir podem estar em vários formatos, a forma de trabalhar também pode exigir mais ou menos conhecimentos de informática.

## 2. A COMPLEXIDADE DA GESTÃO DE UM PROJETO DE LOCALIZAÇÃO

Nas linhas que se seguem, espera-se contribuir para a identificação quer das competências do localizador, quer das dificuldades resultantes deste tipo de projetos. Importa começar por refletir sobre os conceitos e competências da tradução vs localização e de que forma estes conceitos se relacionam, isto porque, "translation is only one of the activities in localization; in addition to translation, a localization project includes many other tasks such as project management, software engineering, testing and desktop publishing" (Esselink, 1998). Tendo presente as noções de *localização* de Bert Esselink (1998): - «the translation and adaptation of a software or web product» - ou da LISA (Localisation Industry Standards Association) - «Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country region and language) where it will be used and sold» (*apud* Esselink, 1998), verificamos que este conceito, que surgiu num contexto muito concreto de adaptação de um software ou programa informático às exigências e necessidades de utilizadores com especificidades linguísticas e culturais, evoluiu consideravelmente com o avanço da tecnologia, estendendo-se agora a toda a informação contida em documentos em HTML e XML, páginas web, ajuda online e manuais. De facto, não é possível restringir a localização a uma única tipologia textual nem a um único formato, o que distingue e dificulta consideravelmente o trabalho do localizador (Peixoto, 2014: 11). Temos assistido a uma crescente procura de documentação técnica multilingue, de sítios web multilingues, de adaptações de jogos de vídeo, de DVDs legendados, de produtos software localizados ou ainda de programas comerciais internacionais.

Se a tradução se refere à transposição de barreiras linguísticas, a localização remete para a transposição de barreiras culturais. Esta adaptação linguística e cultural é, pois, imprescindível à comercialização além-fronteiras de um produto, pois há barreiras culturais que têm de ser derrubadas de modo a que o utilizador possa experienciar um produto informático como se tivesse sido criado de origem a pensar em si (Folaron & Gambier, 2007). O processo de localização engloba aspetos que podem ir desde a formatação da data e da conversão da moeda a questões legais ou religiosas. A localização de software é um dos mercados dominantes da localização, em conjunto com a localização de sítios Internet, e requer, como relembram Núñez Piñero & Mullamaa (2006), competências de tradução aplicadas a uma variedade de novas competências relacionadas com a informática. Dado que lida simultaneamente com aspetos linguísticos e não linguísticos, o localizador é, como refere Gouadec (2003), o tradutor "le plus abouti" por necessitar de competências mais específicas do que os outros tradutores. Note-se ainda que Localização e Tradução são conceitos em permanente relação com Globalização e Internacionalização, o que deu origem ao acrónimo *GILT* (Cadieux & Esselink, 2004). Podemos resumir o fenómeno desta forma: a Globalização inclui todas as operações necessárias para que um produto possa entrar com sucesso no mercado internacional, o que inclui a Internacionalização (criação de material que permita alterações de forma que o software / website possa ser disponibilizado num formato familiar ao utilizador normal em diferentes línguas de chegada) e a Localização (o processo de adaptação do software/website, que inclui a tradução, mas que vai mais além desta). Se a Globalização, como referem Cadieux e Esselink (2004), é um processo que envolve dois passos – a Internacionalização e a Localização –, também é correto afirmar, como fazem os autores, que a maior parte da Localização é composta pela Tradução.

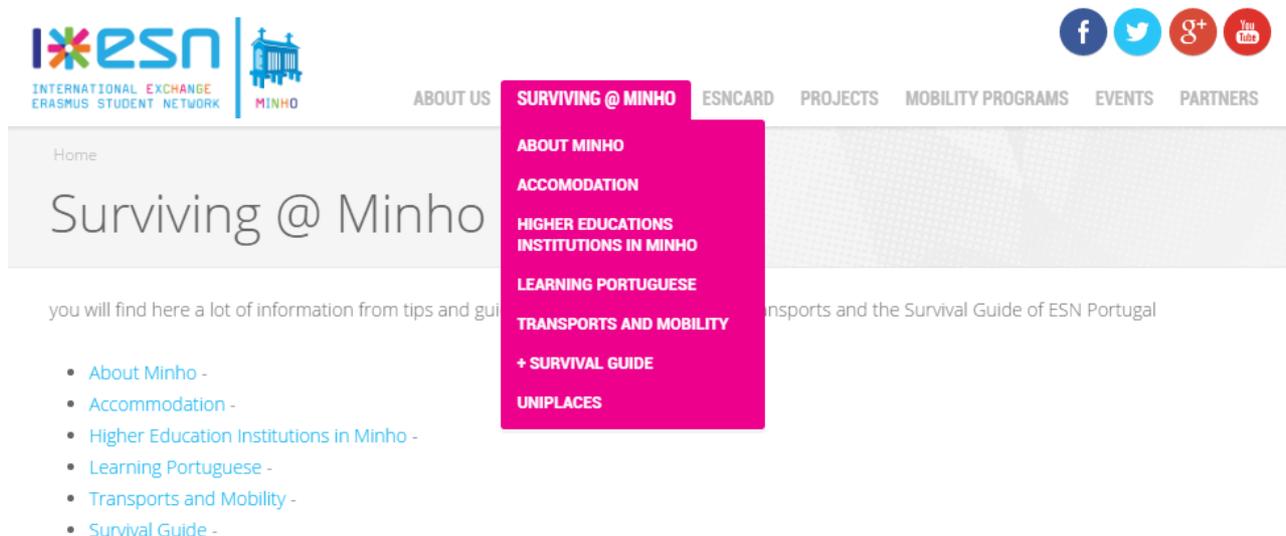
## 3. PROJETO ESN\_MTCM: SURVIVING@MINHO

As possibilidades que a Internet oferece são imensas e cada dia aparecem novas aplicações e serviços que oferecem experiências cada vez mais ricas ao utilizador. Para além da contextualização inicial sobre a necessidade de integração de tecnologias digitais na formação dos alunos da área de humanidades e mais concretamente na formação dos (futuros) tradutores localizadores, é nosso objetivo apresentar, na presente

secção, uma experiência pedagógica que consistiu na atualização do website do cliente *Erasmus Student Network Minho* (ESN Minho) no âmbito da unidade curricular de *Localização e Produção Digital Multilíngue do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilíngue* da Universidade do Minho (UM). Em consonância com os objetivos da ESN internacional, a ESN Minho procura proporcionar, desde 2011, informação aos estudantes que optem por passar um período da sua formação na Universidade do Minho. O público-alvo é principalmente o europeu (estudantes, pessoal docente e não-docente), mas estende-se ao resto do mundo, na medida em que abrange países da América do Sul, América do Norte e Ásia.

### 3.1. Apresentação do Website *Erasmus Student Network Minho*

Para além da revisão dos conteúdos do site da ESN Minho, o trabalho desenvolvido no âmbito dessa unidade curricular passou essencialmente pela criação de conteúdos úteis aos estudantes estrangeiros de forma a poderem tirar o máximo partido da sua experiência académica na Universidade do Minho. Esta Universidade conta com dois *campi* – Gualtar em Braga e Azurém em Guimarães. Conforme se pode ver na figura abaixo, os separadores já existiam no website (<http://esnminho.org/pt-pt/node/60> ) mas estavam por desenvolver:



**Fig.1 separadores a atualizar ou desenvolver no projeto ESN-MTCM**

Ao consultarmos o website da ESN Minho ou da ESN internacional, verificamos que os conteúdos estão em inglês, língua franca que possibilita a comunicação e o entendimento a nível internacional (Maurais & Morris, 2005). O objetivo fundamental do site é o de divulgar um programa europeu e, desde logo, direciona os conteúdos para um público-alvo que não é português. De igual modo, a divulgação nas redes sociais é sempre feita em inglês, nunca em português. Ou seja, é pouco o texto existente em português. Fica a ideia de que os conteúdos não são traduzidos mas criados de raiz para recetores estrangeiros. O projeto que a seguir apresentamos fugiu um pouco à regra: os novos conteúdos foram, de facto, pensados e desenvolvidos em inglês, mas houve sempre a preocupação de apresentar a respetiva versão portuguesa.

## 3.2. Metodologia

A globalização e a mobilidade de alunos aumentaram sem precedentes os contactos entre as culturas e a coabitação entre diferentes modos de vida, contribuindo para a multi/interculturalidade das universidades (Ramos, 2007: 223). Nesse sentido, a ESN Minho explicitou a necessidade de criação de conteúdos que servissem de apoio à vida dos estudantes estrangeiros e de «cartão de visita» da Universidade do Minho, mas, acima de tudo, da região e do país. Os conteúdos criados no âmbito da unidade curricular acima mencionada foram conteúdos em inglês britânico de divulgação da região do Minho, das cidades de Braga e Guimarães, da Universidade do Minho, bem como de informação sobre as infraestruturas e condições de ambas as cidades e da própria Universidade ao nível da saúde, dos transportes e da oferta cultural. Além de explicitar uma preferência pelo inglês britânico, tendo em conta que o público-alvo é europeu, o cliente pediu que os conteúdos não tivessem referências que carecessem de alteração constante (tal como datas, preços, etc.) Sendo uma organização sem fins lucrativos e assente no voluntariado, este ponto foi considerado crítico pelo cliente. Uma vez que se pretendia uma certa estabilidade nos conteúdos a opção do tradutor passou pela escrita de parágrafos com informação de carácter geral e pela remissão para links externos, como foi o caso do valor das taxas moderadoras na Saúde ou das farmácias de serviço, cujo calendário está sujeito a alterações.

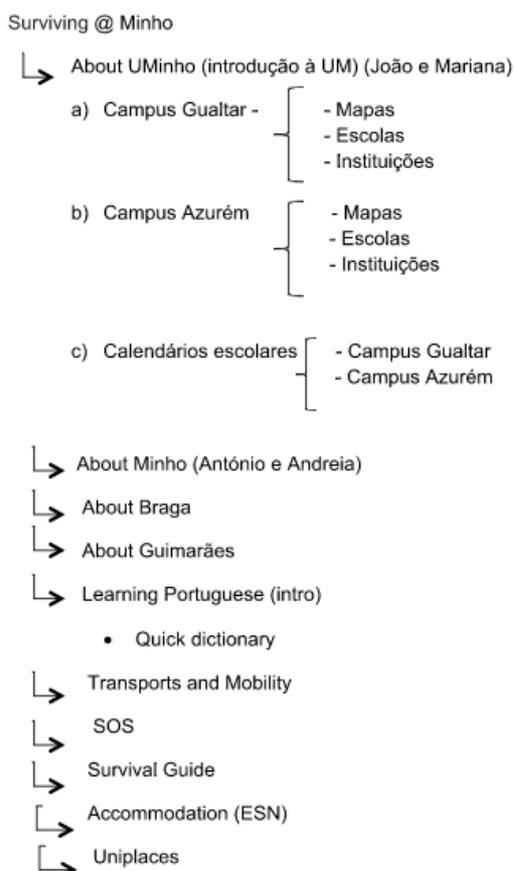


Fig.2 Esquema dos conteúdos a atualizar e/ou criar no âmbito do projeto ESN-MTCM

A fim de realizar este trabalho, adotou-se como metodologia uma proposta mista, baseada nos princípios da investigação-ação e nos modelos da aprendizagem colaborativa que estimulam a flexibilidade, a autonomia e autoformação (Oliveira, 2011). A organização deste projeto baseou-se nas fases do processo de localização estabelecidas por Esselink (1998), iniciando com uma análise do material de partida, de onde ressaltou a falta de conteúdos, bem como uma grande necessidade de revisão e uniformização da terminologia. Importa referir que o trabalho desenvolvido incidiu inicialmente num *Survival Guide*, cujos conteúdos assumiam originalmente a forma de blocos de texto, o que lhes dava um aspeto pesado e aborrecido, algo que não refletia o espírito da ESN Minho e que não se adequava ao seu público-alvo. Uma vez que este guia tinha como principal função a integração dos alunos, a acessibilidade dos conteúdos mostrava alguma debilidade, pois estes encontravam-se demasiado dispersos e as informações eram ainda algo vagas. Houve, por isso, um esforço para criar conteúdos dinâmicos e interessantes, de rápido e fácil acesso, que não só pudessem ajudar os estudantes de intercâmbio, mas que também os cativassem. O trabalho foi dividido por grupos e temas, cada um com tarefas diferentes, tendo os alunos trabalhado, a partir desse momento até ao final do projeto, com o *Google Drive*, num contexto de computação em nuvem, para aí partilhar a evolução do seu trabalho com os colegas.

Para a elaboração deste projeto e com o objetivo de o fazer corresponder às necessidades e características da ESN Minho, os grupos de trabalho dedicaram-se, portanto, a várias temáticas:

. *About UMinho*, subsecção que consiste na criação de um mapa interativo dedicado à descrição da Universidade do Minho, das suas várias escolas, institutos e serviços;

. *About Minho*, grupo onde se desenvolveram conteúdos culturais acerca da Região Minhota, também eles sob forma de um mapa que permite clicar nos vários distritos e concelhos e obter, desta forma, vários tipos de informação (gastronomia, pontos culturais, história, eventos);

. *About Braga e About Guimarães*, temáticas que dão a conhecer, através de mapas interativos, a gastronomia, os monumentos, os museus, os eventos, as festividades, entre outros aspetos, das duas cidades universitárias que pertencem ao espaço de atuação da ESN Minho;

. um outro grupo, (*Learning Portuguese*), dedicou-se à criação de material didático especificamente relacionado com a aprendizagem da língua portuguesa por parte dos alunos estrangeiros, tendo para isso desenvolvido um pequeno dicionário e testes de nível de língua (A1-A2 e B1-C1);

. relativamente à temática *Transports and Mobility*, um dos grupos explorou as diferentes formas de chegar a Braga e a Guimarães - de avião, comboio ou autocarro, a partir de Lisboa ou do Porto - bem como os transportes urbanos de ambas as cidades, destacando, a título de exemplo, as linhas, preços, circuitos e locais onde se podem obter passes e títulos de transporte. Houve ainda a preocupação de integrar aspetos do quotidiano mais práticos e, por vezes, urgentes, como a localização de farmácias e parafarmácias, hospitais e centros de saúde, esquadras de polícia, bombeiros, entre outros. A sugestão foi muito bem acolhida pela ESN Minho e deu origem ao separador «SOS».

### 3.3. Mapas interativos construídos no âmbito do *About Braga/Guimarães*

Toda essa informação foi voluntariamente adicionada ao mapa interativo sobre a cidade de Braga e Guimarães para que os estudantes possam ter acesso a todas as camadas do mapa num mesmo espaço:

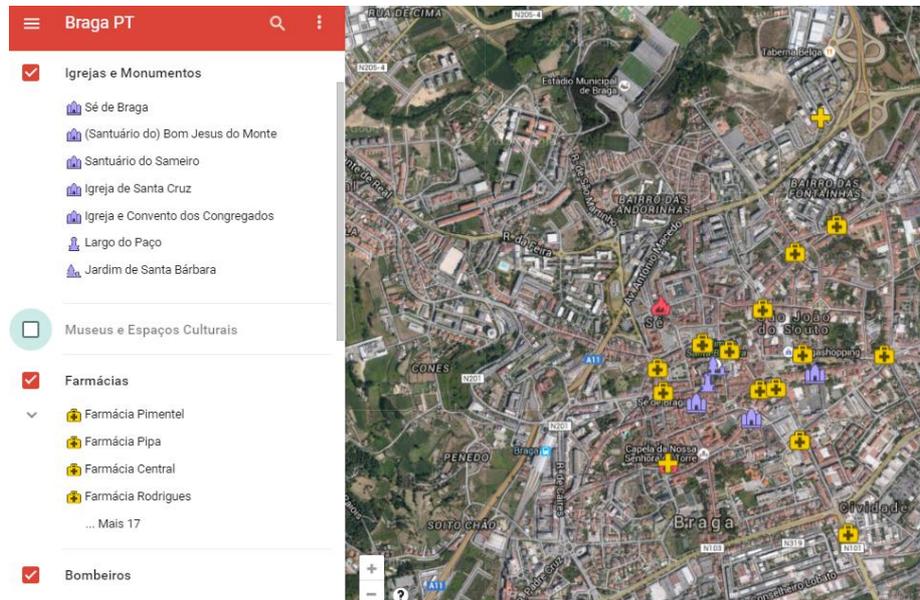


Fig.3 mapa interativo *About Braga\_PT*  
[<https://goo.gl/RK1f4y>]

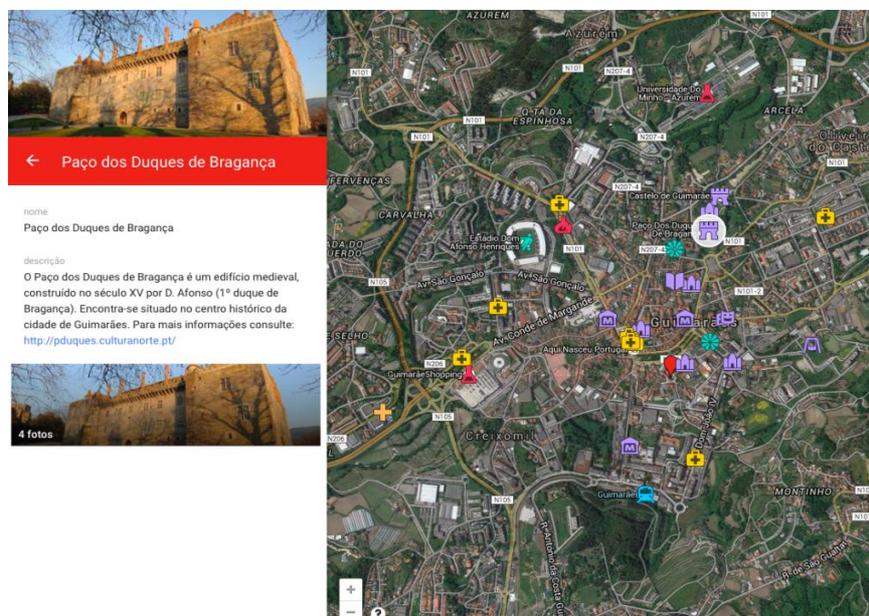


Fig.4 mapa interativo *About Guimarães\_PT*  
[<https://goo.gl/RYjwFs>]

A cada pesquisa, é possível, contudo, desativar uma ou várias camadas (ver acima fig. 3. camada 'Museus e Espaços Culturais') para visualizar apenas no mapa os apontadores relativos à(s) única(s) camada(s)

selecionada(s). O trabalho de criação destas camadas foi realizado em mapas partilhados com os colegas que identificaram pontos de interesse, igrejas e monumentos e localização dos transportes. A informação visual foi complementada com os textos em português europeu e inglês britânico sobre o acesso ao Serviço Nacional de Saúde por cidadãos estrangeiros, números de telefone e outros contactos úteis.

### 3.4. Mapas interativos construídos no âmbito do *About UMinho*

Na presente secção, pretendemos fixarmo-nos apenas no trabalho desenvolvido pelo grupo *About UMinho*. Este trabalho tinha como principal missão proceder a uma apresentação da Universidade do Minho. No início, os alunos ainda equacionaram aproveitar os mapas dos *campi* da universidade disponíveis em formato PDF para inserir, graças ao programa *thinglink* (<https://www.thinglink.com/>), vários pontos clicáveis de texto. Mas depressa concluíram que esses mapas eram demasiado pequenos e estáticos para albergar tantas zonas ativas de texto. Surgiu então a ideia de recorrer aos mapas do *Google* para disponibilizar essa informação de forma mais interativa e, por conseguinte, mais apelativa. Para criar os mapas relativos à UMinho, os alunos começaram por visitar as páginas do sitio Web da universidade (<http://www.uminho.pt/>), de onde retiraram a maior parte da informação. Depois de recolher os dados mais relevantes sobre a Universidade (do Minho) e a sua história, sobre as suas diferentes escolas, institutos e serviços, os alunos trataram de seleccionar imagens ilustrativas de cada um destes pontos. A partir de todos estes elementos textuais e visuais (imagens), os alunos criaram um mapa interativo em português e em inglês para ambos os *campi*, Gualtar e Azurém, totalizando um total de quatro mapas:

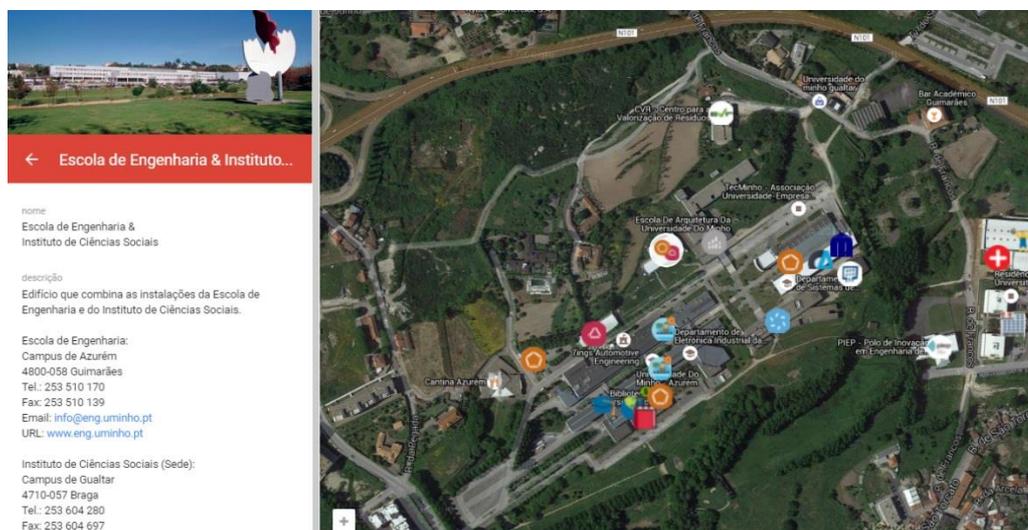
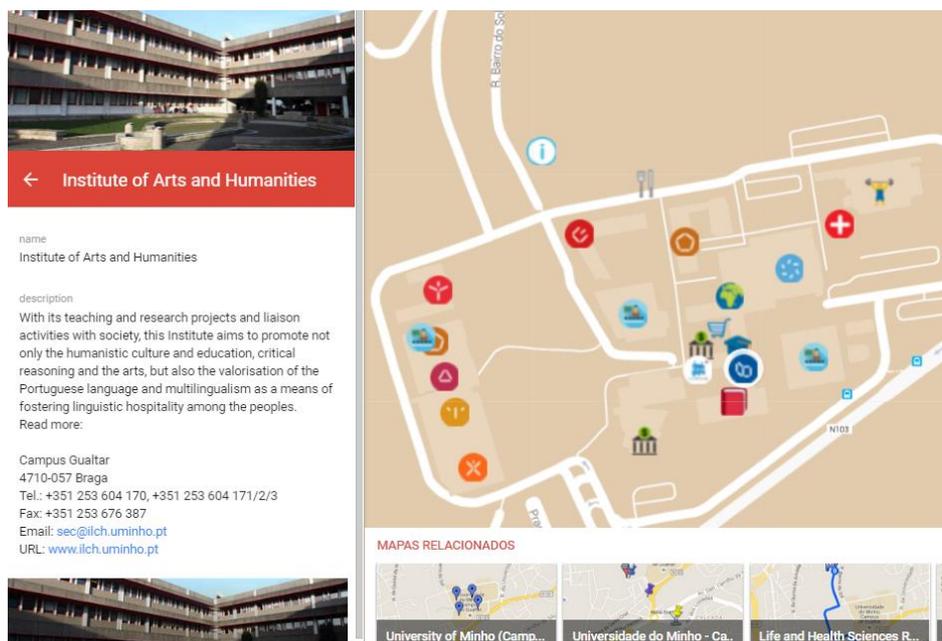


Fig.5 mapa interativo *About UMinho\_Campus Azurém\_PT*  
[<https://goo.gl/y7Tpmy>]



**Fig.6 mapa interativo *About UMinho\_Campus Gualtar\_EN***  
[<https://goo.gl/87drFV>]

A Internet veio possibilitar a interação entre as pessoas e a criação de comunidades virtuais, produção de conteúdos e a partilha de conhecimentos (através de sites, blogs...). Atualmente, temos disponíveis uma série de ferramentas que nos possibilitam a produção colaborativa e a disponibilização de conteúdos. Para realizar os mapas interativos acima expostos, as informações relativas à UMinho e à região do Minho, os alunos foram levados a explorar a ferramenta *My Maps* ([https://www.google.com/maps/d/?hl=en\\_US&app=mp](https://www.google.com/maps/d/?hl=en_US&app=mp)) do *Google* que permite criar mapas personalizados. Na criação dos percursos, é possível adicionar fotografias e vídeos, adicionar marcadores em qualquer ponto do mapa e desenhar as linhas do percurso. Também é possível partilhar os mapas da mesma forma que partilhamos os Documentos do *Google*, importar localizações a partir de uma folha de cálculo ou organizar os marcadores por camadas.

Tudo foi personalizado, desde a cor de fundo do mapa, ícones, nomes dos locais, etc. Para elaborarem o mapa mais completo possível, os alunos incluíram informações sobre as diferentes escolas, institutos e serviços, morada, contactos telefónicos e eletrónicos, assim como fotos dos edifícios, fachadas e interior. Para destacar cada um destes itens, era necessário usar diferentes ícones que pudessem revelar algo sobre a natureza de cada espaço (p. ex. um ícone de um prato com talheres para assinalar uma cantina). Os ícones disponibilizados pelo *Google* cumpriam esta função, mas o aspeto do produto final revelava-se ainda pouco profissional para o contexto institucional. Para resolver esta questão, os alunos decidiram personalizar e criar eles próprios novos símbolos à imagem da Universidade do Minho, passando as escolas e institutos a estar identificados com o seu próprio logotipo. Nesta fase do trabalho, surgiram alguns constrangimentos, cuja solução fez com que o trabalho dos alunos, agora bem mais minucioso e criativo, passasse por programas de manipulação de imagens. Os alunos repararam que, ao usar o formato original dos logotipos (retangular), os ícones ficavam demasiado pequenos e ininteligíveis ao serem acomodados no espaço fornecido pela aplicação (forma circular). Tornava-se, então, imperativo que cada logotipo fosse recortado. Porém, ao fazê-lo, surgia um fundo branco no restante espaço, que impedia que o logotipo assumisse a forma de um círculo. Para solucionar esta questão, foi necessário utilizar programas capazes de remover o fundo de

uma imagem. Os alunos recorreram ao programa *PhotoFiltre* (<http://www.photofiltre.com/>), através do qual iniciaram um processo de seleção e edição de imagens algo moroso e orientado para os detalhes:



Fig.7 edição dos logotipos na aplicação *PhotoFiltre*

Em cada caso, a cor de fundo indesejada foi definida como transparente, eliminando assim a borda de cada imagem. O próprio aspeto visual destes mapas foi localizado e adaptado à Universidade do Minho, à ESN Minho e aos estudantes de intercâmbio. Ao clicar em qualquer um destes ícones, surge ao utilizador uma pequena caixa de texto com vários tipos de informação: no caso das escolas e institutos, o utilizador encontrará uma pequena descrição da história, do número de alunos e da oferta formativa, bem como a morada e alguns contactos (telefone, e-mail, website); ao clicar no ícone do centro médico, o utilizador ficará a saber quando, onde e como funcionam as consultas médicas em Gualtar e em Azurém. Num último esforço de otimização destes mapas, os alunos incluíram ainda, em cada marcador, imagens da fachada e do interior dos edifícios. A inovação presente na génese destes mapas interativos passa pela incorporação de variados conteúdos, permitindo ao utilizador consultar, num mesmo espaço, não só a localização exata, mas também informações relevantes sobre os vários pontos de interesse. Além dos mapas criados de raiz no *My Maps*, sugerimos que os mapas criados pela universidade (com legendas nas duas línguas do trabalho) fossem disponibilizados na página de cada campus, para eventual download em formato PDF. Também foi elaborada uma lista de calendários escolares, que deverão ser atualizados anualmente.

### 3.5. Conteúdos construídos no âmbito do *About Minho*

Os tradutores têm uma formação mais aprofundada ao nível tanto do conhecimento das línguas e culturas envolvidas nesses projetos como do manuseamento, a cada passo mais exigente, de diferentes ferramentas tecnológicas. Tal não significa que dominem ou venham a dominar um saber específico como é o da programação ou engenharia de sistemas informáticos. Importa referir, contudo, que os alunos de Humanidades se esforçam cada vez mais por desenvolver conhecimentos informáticos deste tipo. Por exemplo, o grupo *About Minho* envolvido no projeto ESN\_MTCM optou por elaborar o mapa da região Minho em HTML e Javascript (com *jQuery*):

Home > Surviving @ Minho

## About Minho

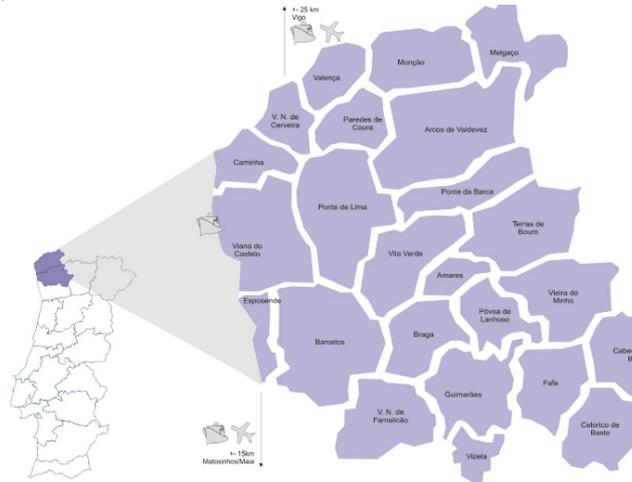
### THE MINHO

Portugal's north-western corner, tucked under the hem of Spanish [Galicia](#), is traditional, conservative, lush and lovely. The inland mountains attract plentiful rain and rich soil encourages intensive farming, mostly smallholdings of maize and vegetables outlined by low stones walls. Despite EU money, rural life remains stubbornly poor and old-fashioned, with many farmers still relying on lyre-horned oxen to pull their carts and plough their fields.

The Minho clings to its traditions. Here you'll find some of Portugal's most vibrant country markets, and there are dozens of festivals and [romarias](#) (religious pilgrimages) on the calendar commemorating local saints. Religions holds an important place in daily life, and Easter in Braga, Portugal's ecclesiastical capital, is an extraordinary combination of fervour and merrymaking. *Minhotos* have reason to be proud of their history, too, for this where Portugal was born. Guimarães is the birthplace of Portugal's first king, [Afonso Henriques](#), and the place from which he launched the main thrust of the [Reconquista](#) against the Moors in 1139. In almost the same place over a millennium earlier, Celtiberian maintained their last strongholds against the Romans. It's no accident that UNESCO has added Guimarães to its list of World Heritage sites.

Braga, Barcelos and Guimarães lie within easy reach of one another in southern Minho. Lashed by the Atlantic, the coastal region – sometimes called the [Costa Verde](#) (Green Coast) – has fewer attractions, though the seafront north of the cultured resort of Viana do Castelo has good beaches and offers plenty of solitude. The Minho's real pull is inland, along the Rio Minho, which forms the frontier with Spain. Further inland is the Parque Nacional da Peneda-Gerês, with a cornucopia of outdoor sports and several outfits ready to show you around.

It would be hard to rush through the Minho; the pace of the region is nearly always slow and its distractions are numerous – not least the local [vinho verde](#), a young, slightly sparkling white or red wine that is among Portugal's most addictive, and features as the house wine in many restaurants.



Click the map for more info

### BARCELOS



The Minho is known for its traditional markets, geared to the agricultural community, and none is more famous than the one in this ancient town on the banks of the [Rio Cávado](#), 22km west of Braga. Indeed the [Feira de Barcelos](#), held every Thursday, has become so famous that tourists now arrive by the busload, and cheap rooms can be hard to find on Wednesday and Thursday nights. Even if you don't come on a Thursday you'll find Barcelos an open-hearted town, with two good museums, several major festivals and a thriving pottery tradition.

✱ ABOUT US

Fig.8 página HTML criada de raiz no âmbito do grupo *About Minho*

O tradutor raramente está envolvido na totalidade do projeto, acabando por ter, na maior parte das vezes, acesso somente ao texto que precisa de traduzir/localizar. Neste caso, as decisões relativas ao website ao nível do conteúdo e do aspeto ficaram inteiramente a cargo de dois alunos. Para elaborar esta página, estes alunos começaram por realizar uma pesquisa sobre quais as localidades pertencentes à região minhota; após uma pesquisa geral das localidades, a informação recolhida foi tratada e traduzida. Para cada uma das localidades, foi elaborada uma imagem *GIF*, através do site <http://picasion.com/pt/>, com quatro ou mais imagens interativas. A seguir, foi elaborado um mapa clicável da região que apresenta uma breve descrição da localidade acompanhada pela imagem *GIF* correspondente. Interessa-nos mostrar que a combinação destes diferentes sistemas de representação e significação (texto e imagens) em contexto multilingue viabiliza a construção de ambientes multimodais de aprendizagem colaborativa que impulsionam novas formas de comunicação, de interação, de produção e de organização do conhecimento.

### 3.6. Balanço e perspetivas futuras sobre o trabalho desenvolvido

O resultado e produto final a ser disponibilizado, logo que possível na página *Survival Guide* da ESN Minho, transcende os estudantes de intercâmbio, pois aplica-se a todos os novos estudantes da UMinho, quer nacionais quer internacionais, que precisem de algum tipo de informação sobre o funcionamento da universidade e sobre as cidades (Braga ou Guimarães) que servem de palco à UMinho. Este trabalho serve, por conseguinte, um propósito comum a todos os alunos, uma vez que nenhum deles, quando chega à universidade do Minho, conhece os *campi* e até as cidades. Todos estes mapas (recheados de texto e imagens) agora disponíveis serão certamente muito úteis. Os Serviços de Relações Internacionais da UMinho poderão fornecê-los aos alunos que os consultem desde a sua chegada à UMinho.

O trabalho desenvolvido no website centrou-se apenas no *Survival Guide*, estando previsto que os voluntários da *Erasmus Student Network Minho* e os alunos, que para o ano frequentem a unidade curricular de *Localização e Produção Multilingue*, possam continuar a desenvolver este projeto e a aumentar os conteúdos. Está ainda a ser considerada a hipótese de ser desenvolvida uma App baseada no *Survival Guide*, uma possibilidade que permitiria ainda mais mergulhar-nos no mundo das tecnologias digitais e ainda obter um acesso à informação bastante mais facilitado, prático e rápido. Gostaríamos ainda de disponibilizar uma visita guiada à universidade para atrair novos alunos e estudantes de intercâmbio, com imagens e/ou vídeos das imediações dos *campi* e do interior dos vários complexos, assim como disponibilizar os conteúdos em formato de som e/ou vídeos legendados para pessoas com deficiência visual ou auditiva (Francisco, 2009).

## 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como refere Antunes (2001: 9), a tradução tem-se tornado um meio cada vez mais importante para assegurar a comunicação num mundo cada vez mais globalizado, resultando daqui uma maior complexidade em todas as fases do processo, que vai, de facto, muito para além da simples conversão do texto de partida no texto de chegada. A tradução tem pois acompanhado a evolução tecnológica com áreas cada vez mais especializadas (Zarrouk, 2004). É neste sentido que a tradução enquanto parte fundamental da localização tem de ser encarada na formação dos tradutores. Estes estão entre os profissionais que mais alterações sentiram com a expansão tecnológica e a multiplicação dos recursos informáticos a todos os níveis e para todos os fins.

Como procurámos mostrar, neste mercado de competição supranacional, multilingue e multicultural, os profissionais com formação especializada na área das línguas podem ter que assumir uma variedade de tarefas que requerem competências e capacidades diferenciadas que vão além do conhecimento especializado da língua, o que reforça a noção de que, nos dias de hoje, um tradutor é muito mais do que um mediador linguístico (Conceição, 2004: 152), uma vez que lhe são exigidas tarefas que podem requerer uma maior proatividade e criatividade. O ritmo acelerado da globalização provocou um aumento tremendo na comunicação multilingue e tem promovido, de facto, um conjunto de novas competências, incluindo a redação técnica assim como os processos de reescrita para destinatários diferenciados, a tradução multimédia, a localização, a gestão de websites ou mesmo a criação de conteúdos multimédia e a edição (Gouadec, 2002: 70). É possível recorrer, como vimos, a tecnologias emergentes para desempenhar um conjunto de atividades de natureza multifacetada e variada que transcende as tradicionais competências relacionadas com a tradução e que procura adequar as experiências de trabalho às novas necessidades emergentes. Neste sentido, pareceu-nos interessante dar conta do projeto de produção e disponibilização de

conteúdos digitais multilingues levado a cabo no âmbito de uma unidade curricular de 2º ciclo, projeto esse que procurou ir especificamente ao encontro das mudanças que se verificam ao nível do ensino superior derivadas do processo de Bolonha.

O acolhimento cada vez maior nas Universidades de alunos estrangeiros, no quadro dos programas Erasmus+, coloca, sem dúvida, desafios importantes às Universidades (Ramos, 2007), aos quais serviços como os da ESN procuram responder. Foi sem dúvida motivador trabalhar no sentido de melhorar o acolhimento de estudantes estrangeiros e a sua permanência em Portugal, mais concretamente em Braga ou Guimarães. No futuro, é nosso objetivo continuar a completar os mapas interativos acima apresentados com novas informações úteis ao público-alvo da secção ESN Minho. Importa referir que esta secção, que conta já com alguns prémios, pretende candidatar-se ao prémio de melhor website da rede *Erasmus Student Network*, um prémio atribuído no *Annual General Meeting (AGM Warsaw 2016)*. Trata-se de mostrar que é possível fazer da mobilidade de estudantes uma oportunidade de diálogo intercultural, mas também de efetiva promoção da língua e cultura portuguesas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, A. J. P. (2001). *Tradução e localização: pontos de contacto e de afastamento*. Dissertação apresentada à Faculdade de Letras da Universidade do Porto no âmbito do Mestrado em Estudos de Tradução sob orientação da Professora Doutora Belinda Maia, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

AUSTERMÜHL, F. (2001). *Electronic Tools for Translators*. Manchester: St. Jerome.

BRUM, F. (2008). *As novas Tecnologias e o Trabalho do Tradutor – Guia Prático* Lisboa: Universidade Aberta, Dissertação de Mestrado em Estudos de Tradução.

CADIEUX, P.; ESSELINK, B. (2004). GILT: Globalization, internationalization, localization, translation. *Globalization Insider*, Volume XI, Issue 1.5, 1-5- ([www.lisa.org](http://www.lisa.org)).

CONCEIÇÃO, M. C. (2004). Competências linguísticas e competências profissionais - Um novo perfil para os formados em línguas. *Polissemia. Revista de Letras do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto*, No 4, 144-154.

CUNHA, C. S. dos S. (2015). *Como Traduzir com as Ferramentas de TAC – O Fluxo de Trabalho*. Relatório de Estágio de Mestrado em Tradução, Área de especialização em Inglês. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

ESSELINK, B. (1998). *A Practical Guide to Software Localization*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. FOLARON, D. (2010). Translation tools. *Handbook of Translation Studies* 1, 429-436.

FOLARON, D.; GAMBIER, Y. (2007). La localisation: un enjeu de la mondialisation. *HERMÈS* 49, 37-43.

FRANCISCO, M. (2009). *Contributos para uma Educação Online Inclusiva: Estudo aplicado a casos de Cegueira e Baixa Visão*. (Dissertação de mestrado). Universidade Aberta. Lisboa.

GOUADEC, Daniel. (2002). *Profession: traducteur*. Paris: La Maison du traducteur.

GOUADEC, D. (2003). Le bagage spécifique du localiseur/localisateur: le vrai "nouveau profil" requis. *Meta: journal des traducteurs* vol. 48, n° 4, 526-545.

MAIA, B., HALLER, J; ULYRCH, M. (ed.) (2002). *Training the language services provider for the new millenium*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

MAURIS, J.; MORRIS, M. (2005). *Languages in globalising world*. Cambridge: Cambridge University Press.

NOGUEIRA DO CÉU, S. M. (2009). *Localização de páginas Web Do conceito ao processo*. Tese de mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas, Instituto Politécnico do Porto.

NÚÑEZ PIÑEIRO, O.; MULLAMAA, K. (2006). Summary of discussion on Is localization just technology? In: *Translation technology and its teaching*. Servei de Publicacions, Tarragona, Spain, 59-62.

OLIVEIRA, D. F. dos S. N. (2011). *Tecnologias de Tradução. Uma Proposta Curricular*. Dissertação de Mestrado em Tradução, apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, sob a orientação da Professora Doutora Josélia Maria dos Santos José Neves. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

PEIXOTO, R. E. de A. (2014). *Localização de software: os alicerces da internacionalização*. Relatório de Estágio Curricular do Mestrado de Tradução de Comunicação Multilingue, Universidade do Minho.

PYM, A. (2010). The impact of language technologies on the translation profession. Paper presented to the research symposium *Technology and the Future of Translation: Research Perspectives*. University of Western Sydney.

PYM, A. (2011). Website localization. *The Oxford Handbook of Translation Studies*, 410-424.

RAMOS, N. (2007). Sociedades multiculturais, interculturalidade e educação. Desafios pedagógicos, comunicacionais e políticos. *Revista portuguesa de pedagogia*, 41-3, 223-244.

SOARES, C. G. (2012). *O Mercado da Tradução em Portugal e a Contratação deste Serviço pelas Grandes Empresas*. Dissertação de Mestrado em Economia Industrial e da Empresa, Universidade do Minho.

ZARROUK, M. (2004). Le rôle des traducteurs, du contexte colonial à la mondialisation. *Turjuman: revue de traduction et d'interprétation*, Vol. 13, N° 1, 11-22.