

TRADUÇÃO E LOCALIZAÇÃO DE SOFTWARE E OUTROS PRODUTOS: AUDIOVISUAL OU MULTIMÍDIA?

Gabriela Castelo Branco Ribeiro
Pontífice Universidade Católica -RJ
gabriela.castelo@globocom.com

Resumo: O objetivo deste trabalho é apresentar, com base em minha prática profissional como tradutora, o processo de localização de software e outros produtos, considerando seus aspectos tradutórios, tecnológicos, mercadológicos, culturais e multimídia ou audiovisuais. Para isso, são discutidas as principais especificidades referentes à diversidade de tecnologias, ferramentas de auxílio à tradução, condições de trabalho e de treinamento e demandas lingüísticas, que representam oportunidades e desafios permanentes para os profissionais que atuam nessa área. Tradicionalmente, esse processo é apresentado sob a ótica mercadológica, considerando a tradução apenas como uma etapa. O presente trabalho procura fazer uma revisão dessa abordagem, propondo pontos de interseção entre a localização e os estudos da tradução e dando destaque aos aspectos audiovisuais.

Palavras-chave: localização, multimídia, tradução audiovisual, ferramentas de tradução.

Abstract: This paper presents the localization process of software and other multimedia products based on my experience as a localizer, and considering its translational, technological, market-driven, cultural and audiovisual aspects. In order to do so, we discuss the main peculiarities of localization regarding technological variety, translation tools, working and training conditions, and linguistic requirements, which represent opportunities and challenges to professionals in the area. Traditionally, this process is presented from a market viewpoint, taking translation as one of its steps only. The present work, however, aims at reviewing this approach by suggesting points of intersection between localization and translation studies, with special emphasis to audiovisual aspects.

Keywords: localization, multimedia, audiovisual translation, translation tools.

Audiovisual ou multimídia?

A terminologia sobre a tradução de materiais que envolvam mais do que exclusivamente texto, como é o caso de filmes, softwares, CD-ROMs, *websites*, shows ao vivo, entre tantos outros, ainda é bastante controversa.

Como discutido por Carolina Alfaro de Carvalho em sua dissertação de mestrado (2005), o termo *multimídia* enfatiza os canais de emissão, enquanto o termo *audiovisual* destaca os sentidos envolvidos na recepção. Talvez por isso, nós, como público, que participamos como receptores, geralmente associemos o termo *audiovisual* especialmente a filmes, documentários, programas de televisão e outros materiais que envolvem imagem e som e são assistidos nas telas de cinema, televisão ou em auditórios.

Já o termo *multimídia*, no uso geral, costuma ser associado a material de informática, como CD-ROMs, jogos e páginas da Internet, como podemos verificar numa rápida consulta no mecanismo de busca *Google*.

Apesar de uma aparente aceitação do senso comum, na literatura esses termos costumam ser usados de formas bastante variadas, dependendo de cada autor. Na área de legendas, por exemplo, encontramos os termos *legendagem*, *tradução para legendas*, *tradução para as telas*, *tradução para cinema*, *tradução de filmes* e também, naturalmente, *tradução audiovisual* e *tradução de multimídia*, tendo cada um deles determinados problemas e restrições e abrangendo mais ou menos modalidades e materiais (Carvalho, 2005).

Na área de informática, parece se confirmar o uso do senso comum, com o emprego do termo *multimídia*. No entanto, essa restrição do termo *multimídia* à área de informática nem sempre se confirma em publicações acadêmicas ou naquelas voltadas para o mercado. No título e na introdução da coletânea *(Multi)Media translation: concepts, practices and research*, Gambier & Gottlieb (2001) reúnem artigos principalmente sobre legendagem e interpretação simultânea. Na publicação

“Localization Reader 2004-2005,” da revista *MultiLingual*, há uma seção intitulada ‘Multimídia.’ Nela, constam três artigos de conteúdos bastante variados: um sobre filmes e notícias, outro sobre arquivos Flash, vídeos digitais e imagens e o último, sobre linguagem falada.

Da mesma forma, podemos pensar na aplicação do termo *audiovisual* à área de informática. *Softwares* e *websites* apresentam cada vez mais recursos visuais complexos e utilizam imagens e áudio. Podemos também pensar no uso do computador para criação, edição, download e reprodução de filmes e músicas, e nos *websites* que utilizam áudio, vídeos e imagens para treinamentos ou demonstrações de produtos. Outro exemplo são os *jogos*, em que a quantidade de texto é relativamente pequena e as imagens e o áudio são os principais componentes, demandando dublagem ou legendagem de seu conteúdo (Montón, 2005).

Podemos aplicar o termo *multimídia* à atividade tradutória discutida no presente artigo, conhecida como *localização de software*, se adotarmos o uso mais abrangente aplicado por Gambier & Gottlieb (2001), e o uso mais aceito pelo senso comum, relacionado à informática. Contudo, também é possível aplicar o termo *audiovisual* a esta atividade, já que muitos softwares, *websites* e *jogos* envolvem os sentidos da audição e da visão e, portanto, apresentam aspectos semelhantes a filmes e outros materiais tradicionalmente chamados de audiovisuais.

O conceito de localização

Cada vez mais empresas querem divulgar e vender seus produtos, pesquisadores e pessoas comuns querem compartilhar suas descobertas e idéias e para todos eles o mercado e o público não se restringem mais à própria comunidade ou ao seu país, tendo se expandindo potencialmente para o mundo todo pela Internet. Porém, para que produtos e idéias possam atingir um público maior,

é preciso que eles sejam *localizados*. Assim, poderão ser entendidos e consumidos por um maior número de pessoas e mercados.

Mas o que significar *localizar*? O termo *localização* costuma ser definido, muito resumidamente, como a tradução e a adaptação de um software para comercialização em um mercado específico. Para que um software possa ser vendido em outros países, é preciso que ele seja traduzido e adaptado a cada um desses países, a cada cultura. As adaptações podem incluir desde mudanças nos formatos de hora, data, endereços e nomes até alterações nas cores e símbolos, na organização interna e no conteúdo do produto, nas leis de direitos autorais e na garantia, na estrutura do software. Um exemplo são os idiomas com caracteres especiais, como as línguas asiáticas, o russo e o árabe (este último, além das diferenças nos caracteres, é escrito da direita para a esquerda). Outro exemplo é a cor branca, que no Brasil e em outros países representa a paz, mas na China é associada à morte.

Originalmente, o termo aplicava-se somente a programas de computador, mas hoje em dia engloba outros produtos, como telefones celulares, microondas, aparelhos de fax e de DVD, equipamentos médicos e industriais, *websites*, material de *e-learning*, CD-ROM, jogos.

O que faz com que softwares, páginas da Internet, CD-ROMs, microondas e telefones celulares sejam todos considerados produtos *localizáveis* é o fato de combinarem tecnologia e linguagem e envolverem mais de um *meio* de transmissão de dados (multimídia, neste sentido), fazendo com que seu processo de adaptação para outros países tenha características específicas, como veremos mais adiante.

Como comenta Thomas Wassmer no artigo “Tools for localizing multimedia applications” (2003), o principal desafio “em todos os tipos de mídia ou em qualquer combinação de mídias (multimídia) é ter acesso ao texto escrito e falado para facilitar a localização e depois pôr essas traduções de volta na mídia” (minha tradução).

Como mencionado anteriormente, os produtos envolvem tecnologia e linguagem específicas e a tradução e a adaptação de

seus conteúdos exigem muitas outras etapas. Os softwares são produtos dinâmicos e as opções do usuário e os textos inseridos por ele provocam ações diferentes, fazendo com que o software realize diferentes operações.

A seguir, será apresentado, em linhas gerais, o processo de localização de software sob o ponto de vista mercadológico. O objetivo é facilitar a compreensão das especificidades que esses produtos multimídia apresentam para os tradutores. Opto por descrever mais detidamente a localização de software (e não de outros produtos) em função da minha familiaridade com esse material, e ao fato de esse processo ter sido o primeiro na área, estando mais bem estruturado e, portanto, servindo de base para o processo de localização de outros produtos.

Breve descrição do processo de localização de *software*

O processo de localização pode começar numa empresa especializada ou na própria empresa fabricante do software. Alguns fabricantes têm um departamento dedicado ao gerenciamento do processo de localização e chegam a fazer parte das tarefas internamente. No entanto, por questões estratégicas, normalmente essa atividade é realizada por empresas especializadas, responsáveis pela localização do produto em vários idiomas.

Como a maioria dos fabricantes dos softwares utilizados no Brasil é estrangeira, o processo começa ainda no exterior. Por isso, normalmente o cliente das empresas de localização brasileiras não são diretamente os fabricantes, como a MicroSoft e a Symantec. Esses fabricantes contratam empresas de localização estrangeiras para gerenciar o processo geral e terceirizar cada idioma para empresas especializadas nos países onde o produto será comercializado.

O sucesso do processo de localização depende muito das etapas de globalização e internacionalização do software, realizadas pelo

fabricante. Essas etapas estratégicas visam o planejamento da comercialização do software em outros países (globalização) e o desenvolvimento do software voltado para a localização, para que ele já seja desenvolvido de forma a facilitar o processo (internacionalização). Assim, observamos uma tensão de certa forma paradoxal (Carvalho, 2005): o software dever ser estrategicamente desenvolvido com o mínimo de marcas locais, para favorecer sua globalização. A globalização é facilitada pela localização, que atribui marcas locais para promover a aceitação do produto.

Uma das principais dificuldades no processo de localização é ter acesso ao texto falado ou escrito para traduzi-lo e depois inseri-lo de volta no produto. Para que essa tarefa seja possível, a engenharia é uma etapa fundamental. Dentre outras tarefas mais específicas, os engenheiros de software extraem todo o texto traduzível e convertem os arquivos específicos do software em formatos mais acessíveis para os tradutores, como *arquivos.rtf*, editáveis nos principais processadores de textos, como o *Microsoft Word*. Em geral, são esses arquivos que são enviados para os gerentes de projeto nas empresas de cada país.

Ao gerente de projeto cabem as tarefas de elaborar o cronograma do projeto, considerando sempre o prazo estabelecido pelo cliente; selecionar a equipe; organizar o material enviado (arquivos para tradução, material de referência, memória de tradução) e enviar os arquivos para a engenharia, além de fazer todo o acompanhamento e a conclusão do projeto. Quando a engenharia conclui a preparação dos arquivos, o gerente de projeto elabora o cronograma e envia o material para a equipe de tradutores. Normalmente, o serviço de tradução também é terceirizado para tradutores autônomos ou que atuam como pessoa jurídica, para evitar os encargos e custos de manter um grande número de funcionários contratados pela empresa.

A etapa seguinte à tradução é a revisão. Nessa fase, profissionais em geral mais experientes no processo e na área de especialidade do software (informática, finanças ou medicina, por exemplo) comparam o texto original e o traduzido, verificando a precisão da tradução em relação ao original, o estilo e a correção gramatical e a padronização terminológica do texto traduzido. Após a

revisão, temos a etapa de *proofreading*, de leitura final do material em português, sem referência ao texto original, apenas para garantir a coerência e a correção gramatical do texto final. Em seguida, os arquivos são enviados para a engenharia para verificação e para atualização da memória de tradução. A fase de compilação do software no novo idioma em geral é realizada no país de origem.

Após a compilação, começa a fase de teste do software, em que são verificados a visualização e o funcionamento de todas as opções, caixas de diálogo e mensagens. Essa é uma etapa crucial para o aspecto visual do processo de localização: é essencial que todos os componentes possam ser corretamente visualizados pelo usuário e que os recursos do software estejam funcionando corretamente na versão *localizada*. Em relação ao material impresso (normalmente o guia do usuário e a embalagem), a etapa final é a editoração eletrônica, ou *DTP (Desktop Publishing)*, para formatação final.

Após a conclusão de todas essas etapas, o projeto é submetido a um processo de controle de qualidade (*QA, Quality Assurance*), cujas etapas podem variar de empresa para empresa. Uma descrição abrangente do processo de localização pode ser encontrada no livro *A Practical Guide to Localization*, de Bert Esselink (2000). Em português, uma referência é a dissertação de mestrado de Adriana Rieche (2004).

Ferramentas de tradução

No mercado de tecnologia, os avanços são rápidos. Novas versões dos softwares e produtos são lançadas frequentemente para oferecer novas opções aos usuários e as empresas de localização estão sempre em busca de soluções que reduzam o tempo de realização do projeto e seus custos, sem comprometer a qualidade. Para atender a essas necessidades, várias ferramentas vêm sendo desenvolvidas e utilizadas no mercado de localização. Algumas dessas ferramentas visam dinamizar ou até mesmo automatizar o gerenciamento

do processo. Outras dedicam-se ao gerenciamento de terminologia, como o *Trados MultiTerm* e o *SDLTermBase*. As ferramentas mais amplamente utilizadas são as memórias de tradução.

Para compreender o processo de localização e a utilidade das memórias de tradução é preciso saber que o volume de texto de um software costuma ser muito alto, muitas vezes ultrapassando 500 mil ou até um milhão de palavras. Para se ter um termo de comparação, este artigo contém aproximadamente 6 mil palavras. A contagem de volume de texto é feita em palavras porque a estrutura de um software é diferente da de um texto corrido, como um livro ou um contrato, não sendo possível fazer a contagem por laudas, por exemplo. O volume de palavras também determina o número de pessoas envolvidas no projeto. A equipe de tradutores e revisores precisa ser composta por várias pessoas, algumas vezes chegando a mais de 30 profissionais, caso contrário, o prazo para lançamento do produto levaria muitos meses, o que é inviável na área de tecnologia.

Além do volume de texto, outro dado fundamental é a quantidade de repetições, seja dentro de uma mesma versão ou entre versões. A cada atualização de um software, em geral apenas algumas modificações são feitas e poucas funções novas são acrescentadas; a maior parte do conteúdo se mantém inalterada. Não seria razoável fazer novamente a tradução do material completo, não somente devido aos recursos e ao tempo consumidos, mas também porque haveria diferenças entre as versões, comprometendo a familiaridade que os usuários das versões anteriores já têm com o software.

É nesse contexto que as ferramentas de tradução surgem como uma solução satisfatória em termos de economia de tempo e dinheiro e de garantia de homogeneidade de terminologia e estilo numa equipe tão numerosa. Esses programas segmentam os textos originais em trechos mais ou menos equivalentes a uma oração e duplicam esse mesmo trecho no arquivo processado, fazendo com que a mesma frase apareça duas vezes no arquivo. O tradutor, então, insere sua tradução na segunda ocorrência, de modo que o arquivo passa a apresentar um trecho no idioma original seguido de sua tradução. Assim, cria-se um banco de dados para

armazenamento de todas as traduções já feitas, que podem ser reaproveitadas.

Alguns exemplos dessas ferramentas são o *Trados Workbench*, o *SDLX*, o *Wordfast*, o *Déjà Vu* e o *StarTransit*. Com elas, cada trecho traduzido vai sendo armazenado, o que é especialmente útil em textos repetitivos como manuais e contratos. Na próxima ocorrência daquele trecho ou de um trecho semelhante, o programa apresenta a tradução utilizada anteriormente e o tradutor pode, então, optar se deseja utilizar a mesma tradução ou fazer alterações. Quando os tradutores trabalham no mesmo local (isto é, *in-house*, o que significa “no escritório da empresa,” no jargão de localização) e uma versão completa da ferramenta (para vários tradutores) é utilizada, todos os profissionais têm acesso às traduções já feitas pelos colegas, o que agiliza o trabalho e ajuda a garantir a homogeneidade do material. Sem esse recurso, cada tradutor provavelmente traduziria a mesma frase de forma diferente na primeira vez em que se deparasse com ela. Alguns programas de uso exclusivo, não comercializados, já oferecem essa possibilidade remotamente, pela Internet, o que elimina a necessidade de os tradutores estarem trabalhando no mesmo local. Quando a tradução é concluída, todos os trechos estão armazenados num arquivo que é um banco de dados com os trechos originais seguidos de suas respectivas traduções.

As ferramentas apresentam uma opção de “limpeza” dos arquivos, para que o texto original seja apagado, restando somente o texto traduzido para ser submetido ao controle de qualidade e entregue ao cliente. Caso a memória não tenha sido compartilhada simultaneamente pelos vários tradutores, nessa etapa também será feita a atualização da memória de tradução com todos os segmentos de texto traduzidos. Quando uma nova versão do software ou produto é enviada para tradução, os arquivos são comparados com a memória de tradução. Todos os segmentos que existiam na versão anterior e se repetem na nova versão são identificados pela ferramenta, que indica o percentual de aproveitamento do material que já está armazenado. A ferramenta indica os segmentos exatamente iguais (que apresentam *100% de match*, ou correspondên-

cia), bem como segmentos em que há poucas diferenças (*fuzzy match*). Assim, as traduções já existentes podem ser aproveitadas, os tradutores fazem as alterações necessárias nos segmentos que apresentaram alguma semelhança e apenas os segmentos para os quais não havia nenhuma correspondência (*no match*) na memória precisam efetivamente ser traduzidos.

No caso dos softwares, que costumam ter um volume grande de palavras e várias versões *beta* (de teste) antes do lançamento, as memórias são úteis também porque possibilitam que o processo de localização seja iniciado antes de o software ter sido finalizado pelo fabricante. Assim, ganha-se mais tempo para o processo de localização e diminui-se o intervalo entre o lançamento de um produto no país de origem e nos países para os quais ele está sendo *localizado*. Quando a versão final do software é enviada para localização, basta utilizar a memória, traduzir apenas o conteúdo acrescentado e incorporar as alterações realizadas no original. As memórias não realizam traduções automáticas. Elas armazenam trechos de texto e suas respectivas traduções feitas por tradutores, para futuras reutilizações. No caso dos softwares, as memórias são especialmente úteis nos componentes que contêm o maior volume de texto: os arquivos de ajuda e de documentação, explicados a seguir.

Em termos de conteúdo e formato de arquivos, o processo de localização se divide em três componentes principais: *UI* (*user interface*, interface com o usuário), *Help* (arquivos da ajuda) e documentação. A *UI* é composta pelos textos extraídos das janelas, caixas de diálogo e mensagens exibidas para o usuário durante a utilização do programa; os arquivos de *Help* contêm o texto exibido nos menus de ajuda do software e a documentação geralmente é composta pelo material impresso que acompanha o software (em geral, um manual), o material de referência disponível em páginas da Internet, além do texto de embalagens e encartes. A tradução de cada um desses tipos de arquivo apresenta especificidades.

Em relação ao aspecto visual dos softwares, existem ferramentas específicas para a tradução dos arquivos de *UI*. Algumas empresas, como a Microsoft, possuem uma ferramenta própria, exclusiva, não disponível para venda. Das ferramentas disponíveis no mercado, duas das mais utilizadas são o *Alchemy Catalyst* e o *Multilizer*. Além de possibilitarem o processamento de arquivos de diferentes extensões, com essas ferramentas os tradutores visualizam as caixas de diálogo, as mensagens e as janelas do software como elas são na versão original, podendo, em seguida, visualizar a interface com o texto traduzido. Neste ponto, o aspecto visual é especialmente relevante por dois motivos: compreender o contexto e respeitar as restrições de espaço. Em relação ao contexto, é complexo e às vezes impossível traduzir palavras como *display* sem saber se estamos falando de um *visor* ou usando a forma imperativa do verbo *exibir*, ou *key*, sem compreender se é uma *chave*, uma *senha* ou a forma adjetiva *fundamental* (*key factor*, por exemplo). Em termos de restrições de espaço, muitos softwares permitem o redimensionamento das caixas de texto para que, onde em inglês constava a palavra *share*, possa caber a tradução *compartilhamento*, por exemplo. No entanto, outros softwares, como sistemas de telefones celulares, têm restrições de número de caracteres devido ao tamanho da área de exibição (o visor do aparelho). Nesses casos, é preciso alterar a tradução e utilizar paráfrases, formas mais concisas ou abreviações, equivalentes, de certa forma, ao que é vivenciado na tradução de legendas.

Os arquivos da ajuda costumam ser criados em formato html. A empresa *Trados*, por exemplo, oferece a ferramenta *Tag Editor* para edição desses arquivos (também pode ser usada para outros formatos), possibilitando a utilização da memória de tradução, a proteção dos códigos de formatação (as *tags*) e a visualização prévia da página da ajuda no formato final. É comum também que os arquivos html sejam convertidos para um formato editável no *Word*, como *.rtf*, para facilitar o processo. Quando a ajuda é criada em *Word*, aplica-se o mesmo processo utilizado para os arquivos de

documentação. A documentação costuma ser fornecida em formato editável no *Word*, facilitando, assim, a etapa de tradução e a utilização da memória. Uma descrição detalhada das memórias de tradução e da importância de revisão e controle de qualidade do seu conteúdo pode ser encontrada na dissertação de mestrado de Adriana Rieche (2004).

Há ferramentas ainda mais especializadas para edição e tradução de imagens, como o *Avral Tramigo*, para arquivos *Flash* (muito utilizado em demonstrações de produtos e *websites*) e o *Austraati GIA*, para a localização de textos contidos em imagens (Shadbolt, 2003). CD-ROMs, arquivos *Flash* e de outros formatos podem também incluir áudio (como CD-ROMs de ensino de idiomas, apresentações e treinamentos de empresas e jogos, por exemplo). Nesses casos, a relação entre o software e filmes e outros produtos audiovisuais fica bastante clara: os roteiros de treinamentos e jogos precisam ser dublados ou legendados e esse material traduzido precisa ser inserido na mídia novamente.

Outros recursos são os programas de tradução automática, que ainda estão em fase de desenvolvimento e aprimoramento e podem vir a ser úteis futuramente nesse mercado devido à repetição e, em alguns casos, à simplicidade dos textos. Devido à complexidade do processo de localização e, principalmente, da própria tarefa de tradução, a tradução automática pode ser entendida como uma ferramenta de trabalho e não como uma ameaça. Como ressalta Alfaro (1998):

Os sistemas de tradução por máquina (...) exigem revisão humana, seja antes, durante ou após a tradução, não dispensando algum tipo de interação humana especializada em hipótese alguma (...) E, cada vez mais, tornam-se fortes aliados dos tradutores profissionais.

Mesmo que parte da tarefa de tradução venha a ser designada aos tradutores automáticos em determinadas áreas de especializa-

ção, novas possibilidades de atuação poderão surgir para os profissionais de letras, como a pré-edição, a pós-edição, a revisão e redação de conteúdos voltados para esse processo.

Desafios do processo de localização para o tradutor

Os desafios enfrentados pelos tradutores que atuam na área de localização (chamados de *localizers*) têm naturezas bastante diferentes. Como mencionado anteriormente, o processo de localização é bastante complexo e o tradutor precisa estar familiarizado com o processo todo para atuar da melhor forma.

Alguns desses desafios referem-se à tecnologia e ao investimento em ferramentas de tradução e outros softwares, bem como em atualização sobre os assuntos técnicos da área de especialização. O termo “tradução de informática”, normalmente empregado nesse mercado, engloba muitas subáreas, como hardware, software, redes e segurança. Além disso, os softwares e *websites* não tratam exclusivamente de informática, havendo softwares de finanças, administração, medicina e *websites* possivelmente sobre todas as áreas, dependendo da especialidade de cada empresa ou pesquisa, por exemplo. Para *localizar* o website da Shell ou da Esso, o tradutor precisará ter conhecimentos sobre petróleo; no caso da Nokia ou da Motorola, deverá saber sobre telecomunicações. Não podemos desconsiderar o fato de que essas áreas, por sua vez, também se subdividem em inúmeras outras.

Outras especificidades dizem respeito a questões de mercado e condições de trabalho, como preços relativamente baixos e prazos muito curtos, numa relação de prestação de serviço que, em muitos casos, desumaniza a figura do tradutor (Pym, 2003a). Além disso, diferentemente de tradutores especializados em outras áreas, o tradutor de localização não tem autonomia sobre o projeto, faz parte de uma grande equipe e não está em contato com o cliente final. Por outro lado, ele tem uma oferta de trabalho geralmente

constante, de grandes volumes e conta com o apoio de gerentes de projeto, engenheiros e lingüistas. Além disso, interage mais com outros profissionais e está em contato com os principais avanços no mercado de tecnologia.

No que tange formação e treinamento, poucas são as instituições no Brasil que oferecem cursos de tradução e espaço regular à pesquisa e ao ensino de localização. Ainda há muita controvérsia a respeito da relação entre tradução e localização e sobre o papel das instituições acadêmicas na formação e no treinamento de profissionais para esse mercado, conforme mostram os debates da conferência on-line mediada por Anthony Pym (2003b). Algumas instituições particulares e os próprios representantes das ferramentas de tradução oferecem cursos avulsos, de curta duração, ficando a cargo do próprio tradutor o aprendizado do uso das ferramentas, na prática.

Em relação às restrições lingüísticas impostas pela natureza dos produtos *localizados*, também são muitos os desafios enfrentados pelos tradutores. Além de saber lidar com os vários formatos de arquivos e as ferramentas específicas, o tradutor depara-se com várias outras especificidades. Ele deve, por exemplo, reconhecer os arquivos de *UI*, para saber como traduzi-los e para, ao traduzir a documentação ou a ajuda, saber a importância de adotar a mesma tradução utilizada na *UI*, a fim de que o usuário reconheça o menu ou a caixa de diálogo.

Há ainda restrições impostas pela rigidez dos guias de estilo e dos glossários, que oferecem muito poucas opções ao tradutor, e as restrições de espaço, como os visores de *palmtops* (computadores de mão) e telefones celulares.

Outro desafio é aprender a lidar com o discurso e o conhecimento virtual fragmentados. A maioria dos profissionais que atua no mercado faz parte de uma geração que recebeu uma educação formal linear, com conhecimento organizado em livros e conteúdos quase sempre apresentados de forma gradativa. No espaço virtual, o discurso e o conhecimento se apresentam de forma fragmentada, dependendo do caminho percorrido pelo leitor num website, por exemplo. O tradutor é exposto aos conteúdos a serem traduzidos não de forma gradativa, linear ou lógica, mas normal-

mente pela ordem alfabética em que os arquivos estão organizados. Assim, geralmente, uma compreensão mais abrangente do assunto só é obtida ao final da tradução.

Essa fragmentação decorre também do uso das ferramentas de tradução. O texto é fragmentado em orações ou segmentos ainda menores; o tradutor normalmente faz a leitura de um segmento e em seguida traduz esse segmento, sem ter uma visão mais global do texto. A dificuldade que surge com a fragmentação fica mais acentuada nos casos em que há muitos segmentos com *100% de match* ou *fuzzy match* (que já existiam na memória de tradução), uma vez que o tradutor costuma ser pago somente para traduzir o texto que não constava na memória. Portanto, o tradutor vai lendo e traduzindo somente segmentos isolados, intercalados entre os segmentos para os quais houve aproveitamento da memória.

A fragmentação, portanto, seja pela distribuição do texto em arquivos, seja pela segmentação feita pelas memórias de tradução, afeta uma premissa básica do processo tradutório: o conhecimento do contexto. Uma consequência direta desse desconhecimento do contexto e da totalidade do discurso, agravada pelo rigor na aplicação das regras de estilo e de terminologia, é a literalidade que freqüentemente observamos em textos *localizados*.

Com esses exemplos, observamos que questões de caráter tecnológico vêm determinando mudanças na relação do tradutor com o texto. As reflexões sobre essas questões podem contribuir para o desenvolvimento do processo de localização e também para enriquecer as discussões no âmbito dos estudos da tradução.

A localização e os estudos da tradução

A localização é uma atividade relativamente recente, que se expandiu mais significativamente na década de 1990, com a popularização dos microcomputadores e da Internet. Provavelmente por este motivo, ainda há poucos trabalhos acadêmicos sobre o

tema no Brasil, mesmo nos cursos universitários de graduação e pós-graduação, tanto na área de tradução quanto de informática.

A princípio, pode parecer difícil situar uma modalidade tão técnica e pragmática e que envolve tanta tecnologia no âmbito dos estudos da tradução, mas muitas são as contribuições que um campo pode oferecer ao outro. Se, por um lado, a localização pode contribuir com a experiência sobre as interações entre linguagem e tecnologia, eficiência e trabalho em equipe, todos os envolvidos no processo de localização, especialmente os tradutores, também têm muito a refletir com base nos estudos da tradução (Pym, 2003c, 2004).

Vista como um processo empresarial e tecnológico, a localização tem dedicado muito pouco ou nenhum espaço a reflexões críticas sobre o processo tradutório e os aspectos culturais. A velocidade do processo, a rapidez com que os produtos são substituídos e a “ditadura” dos aspectos financeiros vêm gerando muitos produtos de baixa qualidade. Como afirma Pym (2003c), “muitas traduções vêm sendo feitas com o menor custo e o mais rápido possível, com resultados que estão transformando nossos computadores e *websites* em paraísos de erros lingüísticos” (minha tradução). Essa mentalidade da alta produtividade e principalmente do baixo custo vem sufocando questões relevantes já bastante elaboradas em outras modalidades tradutórias e ignorando a intervenção do tradutor no processo, representando, assim, um “atraso para os estudos da tradução” (Pym, 2003c, minha tradução).

As possibilidades teóricas para refletir sobre essas questões são variadas. Dado o caráter pragmático, a marcada relação de prestação de serviço entre tradutores e clientes, e principalmente o desvio do foco do texto e da cultura de partida para o texto e a cultura de chegada, a localização poderia ser pesquisada à luz do funcionalismo da *Skopostheorie* (Pym, 2003c e Ribeiro, 2004 e 2005).

Outra possibilidade são os estudos descritivos, que analisariam, por exemplo, o papel da localização na cultura brasileira e as particularidades do texto escrito para ser localizado e do próprio texto localizado em português. Um caminho nessa linha seria a descri-

ção com base nos polissistemas, a exemplo do trabalho realizado sobre legendagem por Carvalho (2005).

A localização é também um campo rico para a discussão de conceitos como *domesticação* e *estrangeirização* (Venuti, 1995). Em tese, a estratégia da localização parece ser domesticar o produto, fazer com que ele pareça o mais familiar possível para seus usuários. Na prática, com frequência observamos que os produtos *localizados* e seus manuais apresentam marcas lingüísticas (lexicais, sintáticas, discursivas e pragmáticas) e culturais estrangeiras que nos causam estranheza. Porém, essas marcas não parecem indicar uma intenção de *estrangeirizar* o produto; elas provavelmente são conseqüências de um processo malfeito, apressado, sem reflexão. Isso indica, portanto, que o processo precisa ser repensado, tanto em relação ao objetivo de domesticação quanto ao produto “acidentalmente” estrangeirizado.

A localização representa ainda um campo fértil para discussão das mais recentes questões pós-estruturalistas, tais como os limites e a identidade da tradução e a ética. Até onde localizar é traduzir? Até onde é adaptar? As próprias definições de localização parecem transpassar esses limites, como discutido em Ribeiro (2005). A tecnologia impõe novas questões éticas a todas as atividades, e também à tradução (Pym, 2003a). O foco na localização não está na relação entre tradutor e autor ou tradutor e público, mas entre tradutor e usuário do produto localizado e entre o tradutor e o cliente, por exemplo (Ribeiro, 2004).

Em termos da relação entre materiais tradicionalmente classificados como multimídia, como software, *websites* e CD-ROMs, e materiais audiovisuais, como filmes e programas para cinema, TV e DVD, Gambier & Gottlieb (2001) sugerem a análise de semelhanças quanto 1) ao trabalho em equipe, 2) ao ciclo de vida curto dos produtos, 3) à preponderância dos critérios de compreensão, acessibilidade e facilidade de uso e 4) ao abismo entre as opções de treinamento e as necessidades do mercado de trabalho.

Essas são apenas algumas das possibilidades. A localização, que costuma reduzir a tradução à “apenas uma etapa” (Pym,

2003c), pode agora voltar o olhar sobre si mesma como “apenas uma entre tantas formas de tradução”. As adaptações culturais sempre estiveram presentes na tradução; as restrições de caracteres já eram uma realidade das legendas muito antes do surgimento da indústria da localização. A inovação pode estar em ver o processo não exclusivamente do ponto de vista da tecnologia e do mercado, mas também do tradutor e da cultura (ou *locale*).

Considerações finais

Dependendo do ponto de partida das considerações, a localização de software e outros produtos pode ser entendida como uma prática tradutória repleta de especificidades ou como um setor do mercado de tecnologia, do qual a tradução é uma das etapas. Seja qual for a perspectiva, o processo de localização pode oferecer contribuições diferentes sobre mercado, processo de trabalho, trabalho em equipe, relação entre texto, áudio e imagens, uso de tecnologia, para citar alguns exemplos. Da mesma forma, os profissionais envolvidos neste processo podem beneficiar-se das contribuições dos estudos da tradução em geral, e de multimídia ou audiovisual especificamente, para aprimorar esta atividade e ter uma postura mais crítica a respeito dela.

A própria definição terminológica para classificar a localização como multimídia ou audiovisual já caracteriza um tema bastante rico para reflexão. Como vimos, a localização está intrinsecamente associada a materiais tradicionalmente classificados como multimídia, como aplicativos, jogos, CD-ROMs e *websites*, mas podemos observar pontos de interseção com as práticas de legendagem e dublagem, tradicionalmente referidas como audiovisual são inúmeros.

Um ponto de interseção que pode ser um tema interessante para os estudos culturais e da tradução é a dominação cultural e econômica que tem regido esses mercados no Brasil. Assim como os

filmes, a maioria dos softwares que usamos, bem como o próprio modelo do processo de localização, é importada dos Estados Unidos e de países da Europa. Como apontado por Pym (2004), se, por um lado, a localização é um meio de acesso a tecnologias que de outra forma não poderiam ser utilizadas em países como o Brasil, por outro lado ela pode representar a perpetuação de uma posição passiva, em que culturalmente e economicamente importamos e aceitamos o software estrangeiro.

Aparentemente, estamos caminhando para uma mudança nesse quadro. Iniciativas como a Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex) e seus centros regionais, como o GeNESS, da Universidade Federal de Santa Catarina, e o CESAR, da Universidade Federal de Pernambuco, representam um esforço para conduzir o mercado brasileiro da posição de consumidor passivo a produtor e agente intelectual de tecnologia. Essa mudança, além das óbvias contribuições culturais e econômicas, representa mais uma oportunidade de exploração, conhecimento e expansão desse mercado e dessa modalidade tradutória para os profissionais e pesquisadores brasileiros.

Bibliografia

ALFARO, C. (1998). *Descobrimdo, compreendendo e analisando a tradução automática*. Monografia de conclusão no curso de especialização em tradução. Departamento de Letras da PUC-Rio, Rio de Janeiro.

CARVALHO, C.A. (2005). *A tradução para legendas: dos polissistemas à singularidade do tradutor*. Dissertação de mestrado inédita, Departamento de Letras da PUC-Rio, Rio de Janeiro.

CHAGAS, M.C. (2000). *O mercado de localização de software e a importância das ferramentas de memória de tradução*. Monografia de conclusão no curso de especialização em tradução. Departamento de Letras da PUC-Rio, Rio de Janeiro.

ESSELINK, B. (2000). *A practical guide to localization*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

GAMBIER, Y. & GOTTLIEB, H. (orgs.) (2001). *(Multi)Media translation: concepts, practices and research*. Philadelphia: John Benjamins.

MONTÓN, D. D. (2005). *The Video Game Translator Wishlist*. Disponível na Internet em http://www.gamasutra.com/features/20050615/monton_01.shtml

PYM, A. (2003a). *Translational ethics and electronic technologies*. Disponível na Internet em http://www.fut.es/~ apym/on-line/lisbon_ethics.pdf

_____. (2003b). (mediador) *Localization and translator training on-line conference*. Disponível na Internet em (<http://groups.yahoo.com/group/itit/>)

_____. (2003c). *What localization models can learn from translation theory*. Disponível na Internet em http://www.lisa.org/archive_domain/newsletters/2003/2.4/pym.html

_____. (2004). *Localization from the Perspective of Translation Studies: Overlaps in the Digital Divide?* Disponível na Internet em <http://www.elda.org/en/proj/scalla/SCALLA2004/Pymv2.pdf>

RIBEIRO, G. (2004). *Tradução técnica e seus limites – reflexões sobre localização de software e ética*. No prelo.

_____. (2005). *Adaptação em tradução técnica e localização de software*. No prelo.

RIECHE, A. (2004). *Memória de tradução: auxílio ou empecilho?* Dissertação de mestrado, Departamento de Letras da PUC-Rio, Rio de Janeiro.

SHADBOLT, D. (2003). “An Overview of Localization Tools” In: *Multilingual Computing & Technology*, suplemento nº 57 (www.multilingual.com)

VENUTI, L. (1995). *The Translator's Invisibility*. London / New York: Routledge.

WASSMER, T. (2003) “Tools for localizing multimedia applications”. In: *Multilingual Computing & Technology*, nº 60, volume 14, 8ª edição.