

## **Análise do tema interpretação de conferências nas redes sociais – comparativo entre 2013 e 2015**

### **Analysis of the theme conference interpreting in social networks - a comparison between 2013 and 2015**

**Marina Machado de Assis Borges\***

**Resumo:** Esse artigo apresenta uma análise geral da presença do tema interpretação de conferências no contexto das redes sociais. O objetivo é verificar a quantidade e a qualidade do material online disponível para intérpretes, especificamente, neste tipo de site que vem passando por crescente popularização nos últimos anos no Brasil. Foram analisados os principais perfis sobre interpretação presentes no Facebook considerando-se o número de inscrições e a importância da instituição representada no perfil dentro do meio profissional de interpretação de conferências e eventos. O texto apresenta uma introdução que relaciona o ofício de interpretação com a realidade da comunicação instantânea das redes sociais, seguida pela contextualização digital destas redes no Brasil. Na sequência, consta a análise e sua descrição detalhada - separada por instituição, comparando resultados de uma análise anterior, em 2013. A conclusão apresenta recomendações dos melhores perfis sobre interpretação a se acompanhar nas redes sociais.

**Palavras-chave:** interpretação de conferências. redes sociais. internet no Brasil.

**Abstract:** This paper presents a general analysis of the presence, within the context of social networks, of the theme conference interpreting. The purpose of this paper is to check the amount and the quality of the material available online for interpreters, specifically, in this kind of website that has become more and more popular in Brazil in the past years. The main profiles on conference interpreting available on *Facebook* were analyzed, taking in consideration the number of subscriptions and the importance of the institution represented in the profile within the professional environment of conference and events interpreting. The text presents an introduction that links the interpreting work with the instant communication reality of social networks. Next, it presents a digital context of such networks in Brazil. In sequence, it presents the analysis and its description - separated per institution, comparing figures of another analysis, carried out in 2013. The conclusion presents recommendations of the best profiles on interpreting to follow up on social networks.

**Key words:** conference interpreting. social networks. internet in Brazil.

---

\*Marina Machado de Assis Borges é tradutora e intérprete nos idiomas português, inglês e espanhol. Formou-se em Letras-Tradução (inglês-português) pela Universidade de Brasília (UnB) em 2005 e tem pós-graduação em Interpretação de Conferências pela PUC-Rio, com formação em 2012. É associada à ABRATES (Associação Brasileira de Tradutores e Intérpretes) e ao Sintra (Sindicato Nacional dos Tradutores). É autora do blog que leva seu nome, disponível no endereço < <https://www.falecommarina.com.br/blog>>.

## INTRODUÇÃO

As redes sociais, novas plataformas de comunicação virtual que estão causando modificações no estilo de vida moderno - desde as relações pessoais, até as profissionais e do mercado - podem ser melhor usufruídas pelos intérpretes profissionais e em formação. Não ter um perfil numa rede social de grande alcance hoje em dia (como o *Facebook*, por exemplo), pode ser prejudicial para quem quer estar a par das notícias, lançamentos comerciais e últimas tendências. É lá onde tudo está acontecendo e onde tudo está sendo publicado.

Desde a popularização da internet e dos dispositivos móveis, cada vez mais utilizamos meios de comunicação portáteis para nos manter informados. Até mesmo os livros atualmente têm versões digitais, acessíveis por meio de dispositivos eletrônicos de leitura. O intérprete, cumprindo sua obrigação de se inteirar sobre tudo de importante que ocorre na sociedade, não mais pode ignorar esses novos mecanismos de comunicação. Tendo como compromisso manter-se atualizado em relação a suas línguas de trabalho, é possível dizer que, atualmente, através delas o intérprete pode cumprir todas as suas obrigações diárias de treinamento.

Ali é possível, por exemplo, ter acesso às ferramentas de que necessita para manter o nível linguístico de suas línguas ativas e passivas. Pode, ainda, aprimorar a fluência dessas ditas passivas (aquelas línguas das quais só se traduz, mas para as quais não se tem fluência suficiente para traduzir ativamente) – o que, de acordo com Chris de Fortis (DE FORTIS, 2010, tradução nossa<sup>1</sup>), intérprete da OTAN, é uma tarefa que demanda muito tempo. Poder encurtar caminhos para esta estratégia pode ser uma vantagem para o intérprete.

Gile (2009), por sua vez, trata da questão da preparação do intérprete para um evento, mencionando um fato cada vez mais comum no mercado: a preparação “em cima da hora” (*last-minute preparation*). Os clientes demoram a definir datas ou, pior ainda, a disponibilizar material para estudo, muitas vezes insuficiente. “Nesses casos, os intérpretes tentam adquirir informações relevantes por outros meios, em especial através da rede mundial” (Idem, 2009). O caráter imediato das redes sociais, bem como a facilidade de acesso a elas, são fatores positivos para o intérprete profissional nessas situações.

---

<sup>1</sup> Todas as traduções a partir do inglês e espanhol foram feitas pela autora.

Em agosto de 2013, para fins de conclusão do curso de formação de intérpretes de conferência da PUC-Rio, apresentei monografia analisando os dez perfis mais populares sobre o tema interpretação de conferências nos sites *Facebook* e *Twitter* (BORGES, 2013). Ao rever os números exatos dois anos depois, percebi muitas mudanças: numéricas e benéficas, ao notar que alguns perfis antes pouco atualizados estão agora usando as mídias sociais de maneira muito mais ativa. Visto que as diferenças estavam bem relevantes, decidi, então, apresentar nesse artigo uma análise dos principais perfis sobre interpretação presentes no *Facebook*, atualmente a maior rede social do mundo, demonstrando as principais lacunas encontradas ao comparar os dados atuais com os de dois anos atrás.

## DESENVOLVIMENTO

### 1. Contextualização Digital

As chamadas mídias sociais, meios de transmissão ou compartilhamento de informações com grandes públicos, englobam as redes sociais, meios de interação de grupos de pessoas com interesses em comum (HARTSHORN, 2010). Segundo Boyd e Ellison (2008), as redes sociais são primariamente organizadas em torno de pessoas, não interesses. São estruturadas como redes pessoais (ou “egocêntricas”), estando os indivíduos no centro de suas próprias comunidades. Em consequência, elas vêm ganhando tamanho destaque devido ao fato de terem causado uma mudança na organização das comunidades online. Compartilhar experiências é o lema das redes sociais, que tem como base primordial relações pré-existentes (BOYD, ELLISON, p.12) de uma pessoa em seus ambientes pessoal, profissional ou acadêmico.

Em um artigo publicado em fevereiro de 2013 (CHAO, 2013), o Wall Street Journal classificou o Brasil como “a capital das mídias sociais do universo”. A publicação americana defende que, tendo uma classe média cada vez mais online, o Brasil é líder dentro das mídias sociais, devido a uma cultura hipersocial. Uma recente pesquisa realizada em junho de 2015 com mil internautas que possuem computador e/ou *tablet* de todo o país, identificou que os internautas brasileiros têm, em média, 1,9 computadores por domicílio e as pessoas gastam cerca de 5,3 horas diárias na frente do PC ou do *tablet* doméstico (IBOPE, 2015). Outra pesquisa do Ibope realizada no primeiro semestre de 2015 indicou que o número de pessoas usando *smartphones* para acessar a internet chegou a 68,4 milhões no Brasil. A

pesquisa também perguntou aos entrevistados a relação com o consumo de notícias no *smartphone* - 40% afirmaram consumir notícias pelo aparelho. O acesso a redes sociais (42%) e aplicativos de mensagens (30%) são outras maneiras de acessar o conteúdo (CAPUTO, 2015).

O gráfico a seguir apresenta o histórico de crescimento do número de usuários de internet no Brasil desde 2003:

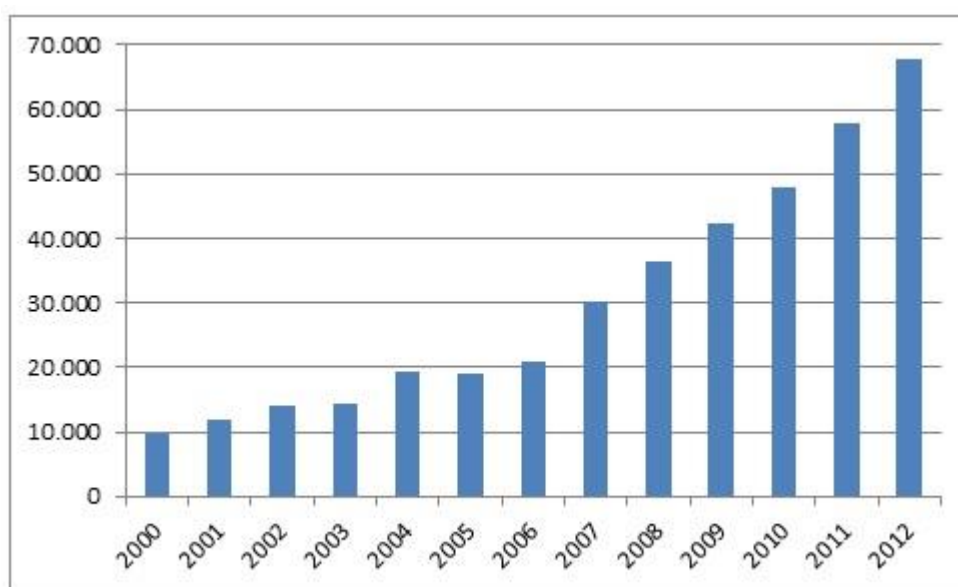


Gráfico 1: Crescimento do número de usuários de internet no Brasil entre 2000 e 2012 (Fonte: IBOPE Nielsen Online, em milhares de pessoas, apud CALAZANS, 2010)

Percebe-se que no Brasil havia pouco mais de 10 milhões de pessoas com acesso à internet até 2003 e este número chegou a quase 20 milhões em 2004. Porém, o grande salto se deu a partir de 2007. Até 2003, as classes A e B tinham participação maciça na rede, mas foi somente com o surgimento de uma rede social específica, o *Orkut*, que muitos encontraram motivo para começar a navegar. Apesar de originalmente ter uma interface em inglês, o Brasil tornou-se o grupo de usuários dominante deste site (BOYD, ELLISON, 2008, p. 5). Esta rede social de relacionamentos impulsionou o mercado das *lan houses*, estabelecimentos comerciais responsáveis pelo fenômeno do crescimento da inclusão digital no país.

Lançado em 2004, o *Facebook*, de acordo com a descrição no próprio site, tem a missão de fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado<sup>2</sup>. No mesmo ano já contava com 1 milhão de usuários (mas o cadastro era restrito a estudantes

<sup>2</sup> Ver <<https://www.facebook.com/facebook/info>>

universitários dos EUA). O cadastro sem restrições só foi liberado a partir de 2006 e em 2012, o site atingiu a marca de 1 bilhão de usuários, ou um sétimo da população do planeta. Atualmente seu número de usuários só não é maior pois o *Facebook* tem acesso bloqueado na China (CHAO, 2013).

Para se criar um perfil no *Facebook*, é necessário somente possuir uma conta de endereço eletrônico. Existem dois tipos de perfis: o perfil pessoal e o perfil de nomenclatura interna “página”<sup>3</sup>. Os perfis pessoais, em geral com uma foto do usuário, ficam disponíveis para visualização sem restrições (perfil público) ou somente para acesso de outros perfis pré-determinados pelo usuário (parte de ou todos os seus “Amigos”<sup>4</sup>). Através do *Facebook*, muitas pessoas mantem algum tipo de contato com sua rede de conhecidos.

O perfil tipo “página” é bem semelhante ao perfil pessoal, porém contém dados de uma empresa, instituição ou atividade (entre outros). A interação em geral se dá de modo unidirecional, através de seus “fãs” - perfis pessoais que declaram, por meio do comando “curtir”, ser admiradores ou entusiastas daquele assunto. Entretanto, é cada vez mais crescente o movimento que as marcas fazem para se comunicarem com seu público via *Facebook*, advindo desse esforço a popularização de promoções e campanhas de marketing nas plataformas virtuais. Muitas marcas estão investindo neste tipo de publicidade online para interagir com seu público de maneira mais próxima.

## **2. Comparação entre as análises de 2013 e 2015**

Isto posto, cabe ao intérprete inteirar-se sobre essa plataforma tão presente na sociedade. Em minha monografia de 2013 (BORGES, 2013), apresentei de que forma ocorrem manifestações referentes à interpretação de eventos ou de conferências nas redes sociais – isto é, qual a penetração que se pode verificar da área de interpretação nas redes. Apresentei, também, recomendações e formas de uso do que havia (e ainda há) de disponível nas redes para intérpretes em sua preparação e aprimoramento e verifiquei como isso é feito. Listei os principais perfis sobre interpretação presentes nas redes sociais e fiz uma análise individual de cada perfil.

---

<sup>3</sup> Neste artigo, utilizaremos aspas para enfatizar as palavras que fazem parte da nomenclatura interna do site.

<sup>4</sup> Utilizaremos aqui a palavra *amigo* em maiúsculas para diferenciar do sentido original da palavra, do mesmo modo que Boyd e Ellison, que defendem que os motivos pelos quais as pessoas se conectam [via *Facebook*] são variados. “A palavra amigo, no *Facebook*, não expressa o mesmo sentido habitual de vínculo próximo com alguém” (BOYD e ELLISON, 2008).

Partindo-se do princípio de que os perfis sobre interpretação disponibilizados nas redes sociais podem servir como fonte de referência para o intérprete, recorri a Daniel Gile (2009). O autor apresenta uma categorização de fontes de referências gerais da internet (não necessariamente de perfis de redes sociais), mas que coube à análise em questão. Trata-se, segundo Gile, tanto de fontes terminológicas como não terminológicas, pois os perfis disponibilizam links que direcionam para dicionários, glossários, arquivos de terminologia e bases de dados (fontes terminológicas), bem como artigos, livros, catálogos, documentos oficiais do governo, relatórios de organizações governamentais ou não, entre outros (fontes não terminológicas).

O autor defende que nos últimos anos a internet vem sendo considerada o meio inicial para busca de referências, visto a quantidade de documentos disponíveis, mesmo os de alta especialização. Gile argumenta, ainda, que as fontes de referência ideais possuem características específicas. Devem ser escritas na língua-alvo, evitando-se as traduções, e de preferência por especialistas no assunto. Devem ser recentes, semelhantes ao tipo de texto que será usado no contexto em questão (textos didáticos, jornalísticos, relatórios, etc.) e seguindo os mesmos parâmetros de comunicação (a quem se escreve, com que propósito, sob quais circunstâncias).

Outra vantagem que Gile atribui às fontes de referências disponibilizadas online sobre dicionários impressos, por exemplo, é a possibilidade de verificação de expressões idiomáticas e regência adequada em mais de um contexto – o que é de grande valia para línguas B<sup>5</sup>, por exemplo. Por outro lado, a grande desvantagem da internet como meio de busca de referências é a procedência da fonte, pois há pouco controle tanto da qualidade da linguagem quanto das informações disponibilizadas. Em consequência, temos textos escritos por especialistas de fato e também textos cuja qualidade de informação e linguística pode ser deficiente (ele cita em especial uma fonte de informações online bastante popular, a Wikipédia<sup>6</sup>).

Levando em consideração a análise realizada em 2013, quis inicialmente comparar os números de inscritos em cada página nesse intervalo temporal, a fim de verificar se houve mudanças extremas. Os perfis analisados foram os seguintes:

---

<sup>5</sup> Segundo o site da AIIC, língua B “é uma língua na qual o intérprete é perfeitamente fluente, mas que não é sua língua-mãe. Também é considerada uma língua ativa para o intérprete”. Fonte: <<http://aiic.net/page/4004/working-languages/lang/1>>

<sup>6</sup> Ver <<http://www.wikipedia.org/>>

**Tabela 1:** Lista de perfis sobre interpretação submetidos à análise

<b>Categoria</b>	<b>Nome do perfil</b>	<b>Endereço eletrônico do perfil do Facebook</b>
Associações institucionalizadas	ABRATES	<facebook.com/Abrates>
	AIIC	<facebook.com/aiic.interpreters>
	APIC	<facebook.com/Associacao.Profissional.Interpretes.de.Conferencia>
	IAPTI	<facebook.com/IAPTI>
Associações sem institucionalização	AIB	<facebook.com/AgrupaciondeInterpretesdeBarcelona>
	DG INTE	<facebook.com/Interpreting.for.Europe.INTE>
	SCIC	<facebook.com/Interpreting.for.Europe.SCIC>
Blogs de intérpretes	<i>Bootheando</i>	<facebook.com/Bootheando>
	<i>The Interpreter Diaries</i>	<facebook.com/TheInterpreterDiaries>
Site didático	<i>Interpreter Training Resources</i>	<facebook.com/InterpreterTrainingResources>

Trata-se de associações profissionais de alcance mundial e regional, além de sites com ferramentas para treinamento e blogs de intérpretes atuantes em diferentes mercados. Através de pesquisa no mecanismo de busca do Facebook, pudemos observar que, apesar de a maioria dos perfis disponíveis serem em língua inglesa, há muitos de destaque em outros idiomas, visto que a interpretação contempla, em sua essência, línguas estrangeiras e seu público-alvo é invariavelmente multilíngue. Muitos perfis são, também, direcionados a tradutores, visto que as duas atividades são bastante semelhantes.

Os números de 2013 foram analisados em março daquele ano, os números de 2015, em julho do ano corrente. Seguem, abaixo, os números:

**Tabela 2:** Perfis sobre interpretação de conferências disponíveis no Facebook em março de 2013 e julho de 2015 – comparação do número de inscrições em 2013 e 2015

<b>Organização administradora do perfil</b>	<b>Número de inscrições no Facebook em março de 2013</b>	<b>Número de inscrições no Facebook em julho de 2015</b>	<b>Aumento percentual aproximado</b>
IAPTI	20.044	43.959	119%
AIIC	6.979	14.351	106%
DG INTE	4.926	14.092	186%
<i>The Interpreter Diaries</i>	3.866	6.415	66%
<i>Interpreter Training Resources</i>	3.688	11.665	216%
SCIC	3.638	19.393	433%
<i>Bootheando</i>	1.289	2.236	73%
ABRATES	940	4.041	330%
AIB	601	852	42%
APIC	306	651	113%

Os grandes destaques no aumento do número de seguidores foram as páginas da SCIC (administrado por intérpretes da Comissão Europeia), ABRATES (Associação Brasileira de Tradutores e Intérpretes) e do site *Interpreter Training Resources*, que apresentaram aumentos impressionantes de 433%, 330% e 216%, respectivamente. Todos os demais perfis também apresentaram crescimento significativo, mas os perfis com os menores índices de crescimento ficaram todos com índices menores que 100%. Trata-se de um indicativo do dinamismo extremo presente no ambiente das redes sociais.

Vamos à comparação individual de cada um dos perfis a seguir.

### **2.1 ABRATES – Associação Brasileira de Tradutores e Intérpretes**

O perfil da ABRATES no Facebook foi criado em 06 de agosto de 2012. Em 2013, a média de publicação do perfil era uma das mais baixas entre os perfis analisados. Naquela época, a ABRATES parecia estar presente nas redes sociais por “obrigação” – isto é, para cumprir rituais organizacionais contemporâneos. Não se via dedicação por parte da instituição de atualizar o perfil amiúde, o espaçamento entre as publicações era muito extenso em períodos nos quais a organização não estava promovendo nenhum evento. Claramente parecia não haver um profissional



ou empresa por trás da atualização dos perfis. Visto que a associação é uma das principais referências para intérpretes no país, nesses dois anos provou-se de grande valia sua administração dedicar maiores esforços para a presença da associação no meio virtual, até mesmo para propósitos de relações públicas da instituição.

Com um aumento expressivo de 330% em seu número de inscritos, a associação nesse período apresentou um novo site corporativo muito mais informativo e passou a dedicar-se com maior afinco ao seu perfil no Facebook. Mesmo que ainda siga procurando angariar novos associados, já não publica somente sobre assuntos internos. Está constantemente promovendo cursos profissionais e acadêmicos, apresentando novidades sobre parcerias, promovendo seu congresso anual. Há agora uma preocupação da instituição em responder prontamente a qualquer interação do seus “fãs” em suas publicações, o que contribui para sua postura profissional dentro do Facebook. Procura, também, tratar de questões várias da tradução e interpretação, falando sobre temas como LIBRAS e localização de jogos, por exemplo.

A ABRATES está sabendo usufruir da sua presença no *Facebook* de maneira muito positiva, em comparação às suas atividades nesse mesmo perfil em 2013.

## **2.2 AIIC - Associação Internacional de Intérpretes de Conferência**

A Associação Internacional de Intérpretes de Conferência é a representação máxima dos profissionais da área. Fundada em 1953, atua desde os primeiros anos de início da profissão junto aos principais órgãos internacionais que dependem do trabalho de intérpretes, como a ONU, a Comissão Europeia e o Parlamento Europeu. Possui um site oficial completo e interativo<sup>7</sup>, com informações para profissionais iniciantes e veteranos, lista de cursos de formação e até mesmo um blog com novidades e atualizações. Nada mais natural, portanto, que a associação possuir conexões com as redes sociais, visto sua intensa participação no meio digital.

O perfil da AIIC no *Facebook* data de 04 de abril de 2011, porém a primeira publicação foi em 14 de julho do mesmo ano. Em 2013, sua página era uma das mais atuantes dentro do campo da interpretação de conferências. A maior parte do conteúdo tratava de temas da área de interpretação de conferências. Na ocasião da análise de 2013, era uma fonte de referência online de alta qualidade. Com um

---

<sup>7</sup> Ver <<http://aiic.net/>>

aumento no número de inscritos significativo (106%), AIIIC mostra que se mantém presente no *Facebook* de maneira influente. A associação tem também páginas de suas representações regionais (como a página da AIIIC Brasil) e para causas específicas – exemplo da página “*AIIIC project to help interpreters in conflict zones*” (Projeto da AIIIC para ajudar intérpretes em zonas de conflitos), que conta com mais de 2 mil inscrições.

A AIIIC se destaca na plataforma apresentando um perfil extremamente profissional. Primeiro, porque procurar divulgar o ofício da interpretação (exclusivamente, o que é incomum em outros perfis) em nível internacional, sem priorizar associados ou países específicos. Segundo, porque apresenta publicações em idiomas variados, dando espaço a todo evento com seu selo de qualidade realizado nos quatro cantos do planeta. E, finalmente, por se preocupar com causas sociais como as dos intérpretes que atuam em regiões de conflitos.

### **2.3 APIC – Associação Profissional de Intérpretes de Conferência**

A APIC, Associação Profissional dos Intérpretes de Conferência, é uma associação brasileira de profissionais de interpretação fundada em 1971. Com sede em São Paulo, é a principal organização da classe no país e realiza cadastramento de novos associados periodicamente. Seu site oficial<sup>8</sup> passou por recente atualização, contemplando agora seu perfil do *Facebook* e apresentando informações completas, como mecanismo de busca para contratação de associados, código de ética e seção de dicas e dúvidas. Esse é um ponto positivo em relação a 2013.

Naquela ocasião, a frequência de atualização do perfil da associação no *Facebook* foi o mais baixo entre todos os analisados. Apesar de sua data de fundação ser bem precoce para o ambiente da rede social, 26 de abril de 2011, o perfil não era atualizado regularmente. A maioria dos “posts” continua sendo redigida em língua portuguesa, mas há muitos casos de publicações multilíngues, como artigos de publicações reconhecidas e instituições análogas. O conteúdo do perfil se manteve essencialmente profissional, ainda que alternando com fotos de confraternizações ou eventos acadêmicos e profissionais. Este detalhe, por sinal, continua sendo um aspecto positivo do perfil.

Em 2015, a frequência de publicação do perfil aumentou sobremaneira, bem como o número de inscritos. A APIC teve um aumento de 113% no número de “fãs”

---

<sup>8</sup> Ver <<http://www.apic.org.br>>

na sua página, muito provavelmente resultado de seus novos esforços de presença mais atuante na plataforma. Por ser a associação mais proeminente da classe de intérpretes em nível nacional, estar presente no *Facebook* de maneira tão ativa só traz benefícios a essa associação.

#### **2.4 IAPTI – Associação Internacional de Tradutores e Intérpretes Profissionais**

De acordo com seu site oficial<sup>9</sup>, a IAPTI é uma associação civil estabelecida por diversos intérpretes e tradutores em 30 de setembro de 2009 em Buenos Aires, Argentina, com o propósito de promover práticas éticas na profissão. Em seu perfil do *Facebook*, eles se intitulam a primeira e única associação internacional de tradutores e intérpretes e citam entre seus objetivos a necessidade de uma forte presença online, para que novos profissionais possam ser orientados por especialistas que considerem os interesses de tradutores e intérpretes.

O perfil da IAPTI no *Facebook* iniciou suas atividades em 20 de abril de 2011, sendo, em 2013, o perfil recordista absoluto entre os demais analisados em relação a frequência de atualização. O aumento de 119% no número de inscritos no perfil pode ser considerado expressivo mesmo se comparado com os maiores índices, visto que em 2013 seus números já eram impressionantes e, ainda assim, aumentaram. A análise de 2013 mostrou que o perfil tinha um conteúdo bastante informativo, com grande número de publicações originais, apresentando links sobre artigos profissionais, jornalísticos e eventos acadêmicos. A relevância do conteúdo para intérpretes, especificamente, era padrão, pois os temas tratados em geral eram relacionados a questões linguísticas, sem estar dirigido especificamente a intérpretes, tampouco a tradutores. Não era possível acompanhar pontualmente a quantidade maciça de informações disponibilizadas.

O quadro não mudou em 2015. As últimas quarenta publicações do perfil foram todas publicadas no mês de julho de 2015, ou seja, a frequência continua muito acima da média. A abordagem extremamente informativa ainda é a preferida dos administradores do perfil, que permanece apresentando conteúdo relevantes, de fontes fidedignas. A Associação Internacional de Tradutores e Intérpretes Profissionais faz por valer seu objetivo institucional de forte presença online.

---

<sup>9</sup> Ver <<http://www.aipti.org/>>

## **2.5 AIB – Agrupamento de Intérpretes de Barcelona**

O Agrupamento de Intérpretes de Barcelona é uma associação privada de intérpretes de conferência que atuam na Espanha. Fundado em 2000, foi criado por profissionais locais com vasta experiência nos mercados público e privado da União Europeia, com o objetivo de fazer com que o mercado espanhol tivesse os mesmos padrões de qualidade de interpretação exigidos pelas associações internacionais. Seu site oficial<sup>10</sup> é bastante informativo, com versões em cinco idiomas. De aparência extremamente profissional, possui referências a todos os seus perfis em redes sociais: *Facebook* e *Twitter*, além de *LinkedIn* e *YouTube*.

O perfil do AIB no *Facebook* foi criado em dezembro de 2011. Em 2013, seu conteúdo era bastante informativo e pertinente para os intérpretes de conferências. O caráter bastante profissional da instituição em suas representações em meio virtual era um aspecto positivo para sua imagem corporativa. Por se tratar de uma instituição espanhola, seu público-alvo era apresentado a um idioma adicional que não o inglês, e até mesmo a outras línguas, como o catalão. Em 2015, o número de inscrições na plataforma teve o aumento menos expressivo entre os perfis analisados nesse artigo, de 42%. Dois anos depois, a instituição ainda não conta com mil inscritos no *Facebook*, um índice baixo para um perfil tão profissional.

A frequência mensal de publicação no perfil diminuiu bastante de 2013 para 2015. Visto que a língua espanhola é um dos seis idiomas oficiais da ONU e um dos mais falados no mundo, a AIB poderia aproveitar sua presença no *Facebook* para se tornar a referência mais popular do idioma, tamanho seu alcance com públicos de outros idiomas. Falta, no *Facebook*, um perfil para ocupar essa posição: ser a presença forte na plataforma em castelhano. Falta ao perfil, também, mais conteúdo próprio, visto que grande parte de suas publicações são links de sites terceiros. Talvez esse seja o motivo de, dois anos depois, o perfil não ter apresentado grandes mudanças numéricas e funcionais.

## **2.6 Intérpretes do Parlamento Europeu – DG INTE**

O Parlamento Europeu possui um dos maiores departamentos de interpretação do mundo. Como é o órgão responsável pelas decisões conjuntas de todos os países da União Europeia, desde 1 de janeiro de 2003 adota 24 idiomas oficiais. O departamento interno de interpretação, cuja sigla é DG INTE, conta com aproximadamente 380 intérpretes para a prestação de serviços linguísticos durante

---

<sup>10</sup> Ver <<http://www.aibcnet.com/>>

as assembleias dos parlamentares, as reuniões de delegações e grupos políticos, além de coletivas de imprensa. Os intérpretes desempenham um papel essencial para garantir a acessibilidade e a transparência da União Europeia e administram perfis nas duas redes sociais consideradas nesta monografia. Possuem, também, um canal no *YouTube* de destaque (intitulado “DGINTE”<sup>11</sup>), com diversos vídeos sobre interpretação, entre outros assuntos sobre a instituição.

Em 2013, um dos destaques da análise desse perfil foi o canal supracitado. Foi triste verificar que, passados dois anos, não foram produzidos vídeos novos ali, apesar da quantidade de material disponível para consulta. Com um aumento no número de inscrições do perfil do *Facebook* na ordem de 186%, no entanto, a instituição comprova permanecer ativa nessa plataforma. O índice de apreciação, tal qual dois anos atrás, continua sendo um dos destaques do perfil. Outro é a publicação de artigos em idiomas diversos, apresentando a faceta multicultural característica da organização. Talvez a instituição pudesse fazer melhor uso dos links disponibilizados ao vivo de transmissão do plenário, para contrabalançar com o excesso de conteúdo irreverente presente. Isso daria um caráter um pouco mais profissional a um perfil de conteúdo muitas vezes informal demais, dando ainda mais destaque ao DG INTE dentro do *Facebook*.

## **2.7 Intérpretes da Comissão Europeia - SCIC**

Segundo seu perfil no *Facebook*, a Comissão Europeia é a instituição que mais contrata intérpretes no mundo. Com sede em Bruxelas e Luxemburgo, conta com os serviços de intérpretes permanentes e *freelancers*, contratados segundo rigorosos critérios de seleção.

Em comparação a 2013, o perfil mantém a característica da altíssima frequência de publicação. Talvez seja esse o motivo do crescimento vertiginoso no número de inscritos: em 2013 eram pouco menos de 4 mil e atualmente são quase 20 mil, um aumento de mais de 400%. O perfil alterna conteúdo irreverente, como trocadilhos e testes de importância questionável com artigos de fontes fidedignas e vídeos do parlamento da instituição. O grande diferencial do perfil é a publicação em idiomas extremamente variados, incluindo até línguas eslavas. O multiculturalismo é levado a sério pelos administradores do perfil da SCIC, do mesmo modo que seus colegas do Parlamento Europeu.

---

<sup>11</sup> Ver <<http://www.youtube.com/user/DGINTE>>

O perfil dos intérpretes da Comissão Europeia no *Facebook* tem aparência simples e profissional, com a tela de fundo apresentando o ponto de vista de um intérprete em ação na sua cabine. Ao contrário do perfil da IAPTI, outro recordista de frequência de atualização, o perfil da SCIC apresenta bastante relevância em seu conteúdo para intérpretes, especificamente, o que faz dele um perfil de referência ímpar na plataforma.

Cabe ressaltar que foram intérpretes da SCIC que criaram um dos sites irreverentes sobre interpretação de conferências mais populares na internet, o “*Interpreting is not good for you*” (Interpretação não te faz bem). Trata-se de um Tumblr, uma plataforma de *blogging*, que é bastante compartilhado entre os perfis do *Facebook* por apresentar situações bastantes comuns em cabines. Seu perfil equivalente no *Facebook* conta com mais de 3 mil inscritos, mas seus autores permanecem anônimos.

### **2.8 Bootheando – Blog profissional sobre interpretação de conferências**

A intérprete espanhola Clara Guelbenzu é uma profissional com mais de 20 anos de experiência que, em 2008, decidiu dedicar-se a um blog profissional sobre interpretação. Bootheando<sup>12</sup> passou a ser um dos destaques na internet sobre o tema, ganhando diversos prêmios de melhores blogs de línguas. O site apresenta uma extensa lista de links de sites variados sobre interpretação: desde organizações profissionais de intérpretes, instituições de formação e até outros blogs e sites do mesmo tema.

O perfil do Bootheando no *Facebook* começou suas atividades em 09 de janeiro de 2010, mas a primeira publicação foi em fevereiro do ano seguinte. Na análise de 2013, apresentou a segunda frequência mais alta entre os perfis analisados. A administradora do perfil é bastante ativa, interagindo com diferentes páginas e perfis de intérpretes de todo o mundo. O conteúdo, apesar de extenso é bastante interessante, contemplando links variados sobre interpretação originados de artigos profissionais, jornalísticos ou do meio acadêmico. Os formatos também são bastante variados: há publicações de vídeos e fotos, na maioria das vezes com conteúdo de humor, mas ainda assim dentro do tema principal do perfil. Os idiomas utilizados são muitos, porém o espanhol e o inglês predominam.

O número de inscrições no perfil do Facebook do blog Bootheando apresentou um aumento de 73%, demonstrando a atuação constante da autora, ao

---

<sup>12</sup> Ver em <<http://www.bootheando.com/>>

longo desses dois anos, de produção de conteúdo na plataforma. A intérprete, tal qual em 2013, continua fazendo bom uso do recurso das *hashtags*, agora incorporadas ao Facebook, e interage prontamente com seus colegas e “fãs”, sendo um dos destaques do tema da plataforma analisada.

### **2.9 The Interpreter Diaries – Blog profissional sobre interpretação de conferências**

O blog *The Interpreter Diaries*<sup>13</sup> é administrado por Michelle Hof, intérprete associada da AICC, que atua em instituições da União Europeia sediadas em Bruxelas, Estrasburgo, Luxemburgo e Espanha. Ela é consultora do AIB, em Barcelona, e instrutora da SCIC (departamento de intérpretes da Comissão Europeia) no curso de mestrado em interpretação de conferências da Universidade de La Laguna em Tenerife, Espanha e na Glendon College, no Canadá. O blog é um dos mais renomados sobre interpretação e faz referência, em sua página principal, aos seus dois perfis em redes sociais: um no *Facebook* e outro no *Twitter*.

Em 2013, a frequência de publicação do perfil era bastante baixa em comparação ao seu número de inscrições. Dois anos depois, isso não mudou: atualmente a última publicação do perfil data de abril de 2015, a única feita esse ano. A autora claramente continua se dedicando mais ao seu perfil análogo no *Twitter*. No entanto, o conteúdo do perfil no *Facebook* é bastante pertinente ao contexto de interpretação de conferências, e talvez por isso a fama do blog tenha chegado ao *Facebook*, pois o perfil já possuía um número considerável de inscrições em 2013 e agora tem mais de 6 mil inscritos.

Foi um crescimento de mais de 60% no número de inscrições nesse período de dois anos. Talvez pelo fato de a autora ser uma instrutora de intérpretes, sua fama alcance públicos mais variados e, conseqüentemente, mais numerosos. O perfil apresenta bastante conteúdo relacionado a aulas e materiais de treinamento e, visto a baixa frequência de atualização, funciona como um excelente repositório no *Facebook* de material pertinente sobre o ofício.

### **2.10 Interpreter Training Resources – site com ferramentas para estudantes de interpretação de conferências**

O site *Interpreter Training Resources*<sup>14</sup> se descreve como o único site dedicado aos estudantes de interpretação de conferências. Trata-se, de fato, de um site com muito material disponível para treinamento de intérpretes, oferecendo links

---

<sup>13</sup> Ver em <<http://theinterpreterdiaries.com/>>

<sup>14</sup> Ver em <<http://interpreters.free.fr/>>

e textos sobre preparação, tomada de notas para interpretação consecutiva, dicas de autores consagrados como Daniel Gile e Valerie Taylor-Boulandon, glossários, sites de referência de pesquisa de vocabulário, sugestões de leituras, entre outros. O site, apesar de hospedado em servidor francês, é redigido em inglês, portanto atende a um vasto público-alvo. Sua aparência é bastante simples – mas funcional – e, ao contrário de 2013, agora faz referência a seu perfil no *Facebook*.

Na análise de 2013, o perfil do *Interpreter Training Resources* no *Facebook* tinha um dos três índices de frequência de publicação mais baixos entre todos aqueles analisados. Ainda assim, tinha um número invejável de inscrições, provavelmente em decorrência da reputação da qualidade do conteúdo do site. Em 2015, apresentou um aumento no número de inscrições em mais de 200%, chegando a mais de 11 mil inscritos. A frequência também aumentou exponencialmente e provavelmente esses dois fatos tenham relação direta. Como se trata de um portal já reconhecido e estabelecido dentro do campo de interpretação de conferências, é muito benéfico ver o administrador usufruir todo o potencial da plataforma do *Facebook*, apresentando conteúdo de fontes fidedignas, em especial de conteúdo acadêmico.

## CONCLUSÃO

Os perfis disponíveis no *Facebook* atendem seu público-alvo de intérpretes de conferências em relação a aspectos distintos. Para os profissionais iniciantes, por exemplo, recomendo fortemente os que apresentam conteúdo mais específico sobre interpretação, mais didáticos, como os blogs *Bootheando* e a página do *Interpreter Training Resources*. No caso do *Interpreter Diaries*, o perfil é útil mesmo que seja para consultar publicações de seus arquivos, visto que sua frequência de publicação diminuiu drasticamente de 2013 até agora.

Aqueles profissionais que buscam um conteúdo mais vasto, de informações linguísticas em geral (não necessariamente do universo de interpretação de conferências, somente) encontrarão nos perfis da IAPTI, DG INTE (do Parlamento Europeu) e SCIC (da Comissão Europeia). Dentro do *Facebook*, esses três perfis apresentam conteúdo bastante diversificado e em enorme quantidade sobre atualidades linguísticas, pesquisas, glossários, novos sites, artigos especializados, etc. – as fontes terminológicas, segundo Gile (2009). A frequência de atualização



dessas instituições é adequada ao ritmo das redes sociais (quando não exagerada) e, ademais, alguns desses perfis apresentam altos índices de compartilhamentos, o que, de certa forma, demonstra a qualidade de seu conteúdo disponibilizado.

Os destaques da análise de 2013 foram os perfis internacionais, como o perfil da AIIC e o perfil dos intérpretes do Parlamento Europeu (DG INTE), devido ao número de inscrições e frequência de atualização e alto índice de apreciação (número de comentários, “curtidas” e compartilhamentos). O conteúdo disponibilizado pelos perfis do blog *Bootheando* e da IAPTI também foram mencionados, apesar de, na ocasião, deixarem a desejar em questão de linguagem apropriada ao *Facebook* e número exagerado de publicações, respectivamente.

Em 2015, podemos destacar a melhoria impressionante no número de inscrições da ABRATES, que passou a publicar a uma frequência muito mais alta, tornando-se o grande destaque na plataforma em idioma português. A APIC, por sua atuação no mercado e importância no meio, também evoluiu bastante na frequência de publicação. O perfil da SCIC evoluiu intensamente e é uma excelente referência sobre a cultura multicultural europeia. Os perfis da AIB e do *Interpreter Diaries* tiveram destaque negativo ao diminuir sua frequência de publicação, mas são mais ativos em outras redes sociais, como o *Twitter*.

Antes de mais nada, o importante é estar presente no *Facebook* para ter acesso às informações sobre o mercado e o campo de atuação de maneira mais rápida e prática. A plataforma tornou-se o cenário principal na internet para publicação de eventos, inscrição em congressos, publicações acadêmicas, discussões em fóruns – enfim, para a presença online perante outros intérpretes. Ser um intérprete presume estar sempre atualizado com as mais novas tendências da sociedade. Não faltam ao profissional iniciante, dentro do ambiente das redes sociais, ferramentas e recomendações para seu constante aperfeiçoamento. Definitivamente, iniciar uma carreira nesta área profissional nos atuais tempos de conexão constante é bem mais simples do que antes. Não só em questão de meios de armazenamento de mídias de som ou vídeo (que é a primeira ideia que vem à mente), mas primordialmente, quanto ao acesso irrestrito a qualquer tipo de informação do conhecimento humano.

Quanto ao intérprete já experiente, é possível dizer que a principal vantagem de sua presença online nos perfis sobre interpretação de conferências é a interação

com colegas. O *Facebook* proporciona um ambiente para acesso mais imediato às informações da profissão – em especial, eventos transmitidos online, novidades em geral, *networking*. Estar a par da classe em meio virtual pode servir como um grande auxílio para sua presença no mercado, além de boa impressão profissional, no caso de promoção profissional por meio das mesmas plataformas.

## REFERÊNCIAS

BORGES, Marina Machado de Assis. **Análise do tema interpretação de conferências nas redes sociais**. Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da PUC-Rio do curso de Especialização Formação de Intérpretes de Conferência. Rio de Janeiro, 2013.

BOYD, Danah M., ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. In: Journal of Computer Mediated Communication, 2008.

CALAZANS, José. Como as redes sociais vão provocar a expansão das conexões móveis no Brasil. **IBOPE**. Set. 2012. Disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/Paginas/Com-as-redes-sociais-v%C3%A3o-provocar-a-expans%C3%A3o-das-conex%C3%B5es-m%C3%B3veis-no-Brasil.aspx>>. Acesso em jul. 2015.

CAPUTO, Victor. 68 milhões navegam na internet com smartphones no Brasil. **Revista Exame**. São Paulo, jun. 2015. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/68-milhoes-navegam-na-internet-com-smartphone-no-brasil>>. Acesso em jul. 2015.

CHAO, Loretta. Brazil: The Social Media Capital of the Universe. **The Wall Street Journal**. Nova York, fev. 2013. Disponível em <<http://online.wsj.com/article/SB10001424127887323301104578257950857891898.html?mod=e2fb>>. Acesso em jul. 2015.

DE FORTIS, Chris. **A Few Thoughts on 'B' Languages**. Bruxelas, jul. 2010. Disponível em <<http://interpreters.free.fr/language/BlanguageDEFORTIS.pdf>>. Acesso em jul. 2015.

GILE, Daniel. **Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator**. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing, 2009.

HARTSHORN, Sarah. 5 Differences Between Social Media and Social Networking. **Social Media Today**, mai. 2010. Disponível em <<http://socialmediatoday.com/index.php?q=SMC/194754>>. Acesso em jul. 2015.

INTERNAUTAS passam uma média de 5,3 horas diárias na frente do computador pessoal. **IBOPE**. Jul. 2015. Disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/brasileiros-passam-uma-media-de-5,3-horas-diarias-na-frente-do-computador-pessoal.aspx>>. Acesso em jul. 2015.