

Artigo (Investigação & Práticas)

GILT: Tradução e Localização de *Software*

GILT: Translation and Software Localization

Filipe Ala

Escola Superior de Educação – Instituto Politécnico de Bragança
filipe.ala1993@gmail.com

Prof.º Vitor Gonçalves

Escola Superior de Educação – Instituto Politécnico de Bragança
vg@ipb.pt

Resumo

A localização tem vindo a evoluir ao longo dos tempos de modo a acompanhar um mundo cada vez mais digital e, dessa maneira, este campo tem vindo a consolidar-se de forma silenciosa através do surgimento de novas empresas e de novos postos de trabalho. Enquanto isso, a tradução, por si só, encontra-se mais estabilizada. De qualquer forma estas duas vertentes estão diretamente ligadas já que a localização se baseia na tradução de *websites* ou de *software* para diferentes *locales*. De uma forma geral são áreas distintas, mas ligadas entre si. O objetivo deste artigo é apresentar, de forma concreta, e com base em pesquisa bibliográfica e de outras fontes na *web*, aliada à minha experiência na cadeira de Localização de *Software*, as diferenças e relações entre a tradução e a localização de *software*. Para isso, são apresentados alguns dos aspetos mais importantes no âmbito da tradução e da localização, assim como as principais tarefas dos profissionais que as desempenham. Neste artigo são mencionados aspetos que separam estas duas áreas e outros comuns, que fazem com que por vezes se confundam. Por conseguinte, o presente artigo pretende esclarecer o modelo GILT recorrendo à metodologia de síntese da literatura.

Palavras chave: *Tradutor; Localização de software; GILT; globalização; internacionalização.*

Abstract

Software localization has been evolving through the years to keep up with an increasingly digital world and, in this way, this field has been established with the emergence of new companies and jobs. Meanwhile, the translation, by itself, is more established. Still, we can say that these two aspects are directly connected since the *software* localization is based on the translation of websites or *software* for new *locales*. In general, they are different, however, connected areas. The aim of this article is to present, in a concrete way, and based on a bibliographical and other web sources research, coupled with my experience in the *Software* Localization discipline, the differences between the *software* localization and translation. For this, some of the most important points of the translation and the localization scope and the main tasks that their professionals undertake are exposed. In this text, the line that separates these two areas, that are, sometimes, confused, is mentioned. Therefore, the present article intends to clarify the GILT model using the literature synthesis methodology.

Keywords: *Translator; Software Locator; GILT; globalization; internationalization.*

INTRODUÇÃO

O presente artigo pretende demonstrar a relação e as diferenças entre a tradução e a localização de *software*. Para isso recorreremos ao modelo bem conhecido pelos profissionais do meio, apelidado de GILT. Como acrónimo, GILT significa “Globalization, Internationalization, Localization and Translation”, em português “Globalização, Internacionalização, Localização e Tradução”.

A localização é cada vez mais uma área que se apresenta como um campo de trabalho relativamente novo dentro do meio linguístico. A localização de *software* está diretamente ligada à área do *software*, de produtos informáticos, onde, por isso, existe um envolvimento completo e obrigatório de outras ferramentas tecnológicas. Um profissional desta área tem de estar envolvido tanto na tradução, como na gestão dos projetos. A tradução, só por si, é uma tarefa mais direta ao trabalho que aponta, ou seja, traduzir textos de uma língua de partida para uma língua de chegada e não exige o manuseamento de ferramentas que não sejam de apoio à tradução, ou melhor, as CAT (Computer-Assisted Translation).

Para que a localização seja válida e possível há que haver uma grande preocupação com a globalização e a internacionalização do *software*. No caso da localização, a globalização preocupa-se com atividades relacionadas com o marketing do produto/*software* nos diferentes mercados que são pretendidos. Já a internacionalização afigura-se como o processo que habilita o produto, a um nível técnico, à localização, para que o trabalho de tradução e de adaptação aos mercados seja facilitado.

Após desenvolver todos estes pontos, será apresentada uma conclusão acerca dos temas em questão como fecho de análise.

METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

O trabalho desenvolvido no âmbito deste artigo baseou-se na análise de documentos e em artigos relativos ao GILT na tradução e localização de *software*, com recurso à análise de conteúdo fundamentando a investigação essencialmente em autores reconhecidos na área. Desta forma, a investigação é apresentada num artigo estruturado privilegiando-se uma abordagem descritiva, suportada por uma grelha quantitativa, elaborada previamente, com variáveis multi-exclusivas

Em suma, a metodologia corresponde essencialmente a uma síntese da literatura sobre o tema em estudo, baseada em análise de textos ou síntese de resultados de estudos prévios com vista a descobrir padrões/tendências nos resultados de estudos anteriores que orientem a investigação futura (Coutinho, 2011, p.331).

GILT

A constante evolução tecnológica tem vindo a exigir um maior crescimento e um maior refinamento no que toca à distribuição de produtos informáticos. Esse aumento de oferta exige uma maior abertura linguístico-cultural para assim poder chegar a todos e, com isso, a

própria economia tem vindo a dinamizar-se e a criar novos focos de trabalho e reforçando os já existentes. Podemos, então, dizer que os trabalhos de localização de *software* bem como os da tradução têm vindo a sofrer alterações ao longo dos tempos de forma a acompanhar o mundo quotidiano.

Desta forma, a criação de um conceito que englobasse tudo aquilo que a Localização e as suas *nuances* implicam tornou-se necessária. Como consequência apareceu o GILT, um acrónimo que tem como significado a globalização, internacionalização, localização e tradução.

Tradução

Nida e Taber (1969) definiram a tradução como *reproducing in the receptor language the closest natural equivalent of the source-language message, first in terms of meaning and secondly in terms of style* (p. 12). Ou seja, a tradução (T9N) deve ser um trabalho conciso, que reproduza na língua de chegada o significado mais fiel possível em relação ao original, tanto em termos de sentido como de estilo. Antes de mais, um tradutor deve ser criativo porque, quando exerce o seu trabalho, necessita de saber como construir um texto ou uma frase para assim poder transmitir aquilo que é pretendido no original. Para isso deve ter controlo não só sobre aspetos gramaticais e de vocabulário dos idiomas como ser capaz de entender a cultura da língua e da região para a qual se propõe a traduzir.

Nesta perspetiva, o tradutor é um elo que ajuda a propagar a informação entre todos os povos e que tem um trabalho bastante complexo, que não se foca só na simples construção de um texto noutra língua, mas sim em toda a sua formatação em diferentes níveis e plataformas, incluindo a Internet.

Tanto na tradução como na localização existe grande atenção dos profissionais, a todos os aspetos e especificidades dos diferentes objetos de trabalho, tanto a nível cultural como linguístico. Ainda assim, há diferenças entre estas duas áreas, já que a tradução se centra nisto mesmo, traduzir textos, enquanto na localização existem outras atividades, sendo a tradução uma delas. Na localização há que traduzir, gerir projetos, controlar a formatação de *software* e utilizar uma panóplia de programas de apoio à tradução (CAT) que, por exemplo, na tradução, por si só, não existem.

Localização

A localização (L10N) de *software*, nos tempos que correm, tem um papel fundamental dentro do meio tecnológico: adaptar um produto de *software* ao sítio para que aponta. Basicamente o objetivo que se prende com a localização concentra-se em adaptar um *software* ao meio para o qual é projetado ou onde pretende ser comercializado, englobando tanto a língua como a cultura e as convenções “locais”. Corroborando tal aspeto podemos destacar a própria definição utilizada, no seu *site*, pela LISA - Localization 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.*

Temos de ter em conta que, muitas vezes, o *software* criado, originalmente no seu idioma de partida, vai estar definido e projetado maioritariamente para o seu mercado de origem. Dentro deste aspeto prende-se uma problemática: o programa vai ter de ser localizado para o idioma de chegada onde, inevitavelmente, o localizador vai ter de considerar todas as questões, não só linguísticas, como, por exemplo as questões legais ou até de formatação que são cruciais e por vezes difíceis de converter, mas que são da responsabilidade destes

profissionais. Estes aspetos culturais, de língua e de convenções são os que definem o conceito de *locale*: um local específico com todas as suas *nuances* culturais que vão moldar o produto final.

Tendo em conta o *locale* podemos expor alguns aspetos que se revelam como barreiras. Por exemplo, a língua para o qual o *software* é localizado vai alterar a formatação completa do *software*. Se pegarmos num programa que tenha de ser localizado do português para chinês em caracteres tradicionais tem de haver uma grande atenção a toda a sua estrutura porque a formatação e o *layout* do mesmo pode alterar significativamente. Quando falamos em medidas e em numeração, por exemplo, temos de levar em consideração as diferenças culturais entre os vários *locales* de chegada e de partida. Dentro deste aspeto, podemos salientar as unidades de massa, as unidades de comprimento, a moeda, entre outros que variam de região para região, mesmo que por vezes se fale a mesma língua e que a cultura em geral seja semelhante. O papel do Localizador ultrapassa as barreiras da tradução geral de línguas. Este preocupa-se com a cultura de chegada, com a tradução para essa língua de chegada, convertendo e formatando o texto de acordo com o *software* e o *locale*.

Internacionalização

Segundo a LISA (2005), a internacionalização define-se como *the process of generalizing a product so that it can handle multiple languages and cultural conventions without the need for redesign. Internationalization takes place at the level of program design and document development.*

Deste modo, podemos dizer que a internacionalização é um processo que se encontra associado ao desenvolvimento de um produto, ou seja, prepara o produto final para a localização com todas as formatações necessárias para que este não tenha de ser redesenhado e, deste modo, a qualidade se mantenha intacta.

Um *software* deve estar preparado para deixar configurar certos detalhes como é o caso dos formatos da hora, da data, a moeda, idioma e até mesmo os ícones para corresponder às expectativas das variadas nuances culturais, daí a importância da internacionalização, conhecida como I18N, que é vista como crucial em termos de lançamento e aceitação nos mercados internacionais.

Quando um programa passa por este processo, todas as sequências de caracteres, ou seja, os textos editáveis (*strings*), suscetíveis de serem traduzidos, vão poder ser traduzidos de forma simples, sem que o tradutor corra o risco de alterar o código fonte do *software*. Por sua vez, a internacionalização de estruturas gramaticais tem como finalidade atribuir um controlo maior sobre, por exemplo, estilos de escrita e de regras gramaticais para a tradução ser uniforme e evitar erros.

De um modo geral, a internacionalização procura facilitar e dar um maior conforto à atividade de localização e de tradução, para que assim se obtenham melhores resultados, com melhor qualidade e produtividade.

Globalização

A globalização vem permitir que todos os países consigam ter a capacidade de crescer através da inovação, neste caso, pela adoção de novos tipos de tecnologias. Deste modo, esta globalização poder-se-á traduzir em oportunidades de negócios internacionais para as empresas, crescimento a nível mundial e na criação e localização de páginas web. Segundo a LISA, a globalização, designada por G11N no mundo industrial, define-se da seguinte forma: *Globalization addresses the business issues associated with taking a product global. In the*

globalization of high-tech products this involves integrating localization throughout a company, after proper internationalization and product design, as well as marketing, sales, and support in the world market (Esselink, 2000, p.4).

Assim sendo, a globalização vai acompanhar todo o processo de desenvolvimento, fabrico e comercialização de um produto para distribuir mundialmente. Para que isto seja possível tem de haver uma combinação harmónica entre a internacionalização, através da qual o produto vai evitar barreiras linguísticas e culturais, e a localização, onde vai haver a adaptação do produto ao *locale* de destino.

CONCLUSÃO

Neste artigo abordou-se o tema GILT como modelo de unificação e de funcionamento na localização de *software* e, por si, na tradução.

A tradução e a localização de *software* são áreas diretamente ligadas, mas diferentes. A tradução, como uma área de estudos bem consolidada, centra-se na conversão de textos, com todo o seu sentido, para outros idiomas. É uma área que requer vastos conhecimentos a nível cultural e linguístico e ainda uma certa sensibilidade para uma boa escrita e um trabalho bem feito.

A localização, por outro lado, é uma área que engloba várias vertentes, entre as quais a própria tradução. No âmbito da localização está a preparação do *software* para vários mercados, tendo em atenção os parâmetros linguístico-culturais para os locais a que se aponta. A localização, como foi referido, está diretamente ligada às áreas da multimédia e das línguas e, para a sua total conclusão, necessita da internacionalização e da globalização, a primeira para facilitar o manuseamento do *software* sem haver risco de os desconfigurar e a segunda para se focar nas estratégias de marketing para uma distribuição equilibrada do produto.

Referências

- Cadieux, P. & Esselink, B. (2004). *GILT: Globalization, Internationalization, Localization, Translation*. <http://www.translationdirectory.com/article127.htm> (Acedido a 12/12/2016).
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologias das Ciências Sociais- teoria e prática*. Coimbra: Edições Almedina.
- Esselink, B. (2000). *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam: John Benjamins.
- Ishida, R. & Miller, S. K. (2005). *Localização versus Internacionalização*. <https://www.w3.org/International/questions/qa-i18n> (Acedido a 10/12/2016).
- Nida, E. A. & Taber, C. R. (1969). *The theory and practice of Translation*. Países Baixos: Brill.
- Ribeiro, G. (2005). Tradução e localização de software e outros produtos: audiovisual ou multimédia. *Cadernos de Tradução, Florianópolis*, v. 16, n. 2, p. 231-250, 2005. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/traducao/article/view/6742/6216> (acedido a 15/12/2016).
- Sandrini, P. (2005). Website Localization and Translation. In *MuTra 2005 – Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings*.
- Schmitz, K.-D. (2015) *Terminology and localization*. https://benjamins.com/cgi-bin/bbr_hot.cgi?cmd=doiart;file=articles/ter7 (Acedido a 12/12/2016).