

## Tradutor vs. Localizador: O que é o modelo *GILT*?

## Translator vs. Localizer: What is The GILT Model?

**Laura Del Valle Acevedo**

Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

a38154@alunos.ipb.pt

**Prof. Vitor Gonçalves**

Centro de Investigação em Educação Básica, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

vg@ipb.pt

### Resumo

No campo da tradução, a localização é uma área importante na sociedade de informação atual que poucos conhecem verdadeiramente. Usualmente, o termo é associado a sítios na internet, ou seja, à área de “tradução de páginas web”, mas também pode significar a tradução de conteúdos de videogames ou de diferentes *softwares*, bem como da respetiva documentação ou de outros componentes associados. Isto implica que o trabalho do localizador seja, em primeira instância, traduzir. Mas, além de traduzir, o localizador localiza. Neste processo não podemos menosprezar a internacionalização e a globalização que em conjunto permitem que um produto seja acessível de forma global. A junção destas quatro áreas é conhecida como acrónimo ou modelo *GILT*. Neste estudo bibliográfico serão estudadas as interligações e conceitos entre as áreas do *GILT*, bem como as características que fazem a diferença entre um tradutor e um localizador, enfatizando principalmente as funções e o papel de cada um no campo laboral atual da tradução e localização.

**Palavras-chave:** *localizador, tradutor, localização, tradução, modelo GILT*

### Abstract

Nowadays, in the world of translation, localization is an important aspect that can sometimes, cause confusion. Usually, this term is associated with internet pages, specifically in the area of “website translating”, however this term can also render the translation of videogame contents or specific software, among a lot of other components. This implies that the work of a localizer is mainly the work of translation. Nevertheless, apart from translating the localizer localizes, and this process is accompanied by the Internationalisation and Globalisation tools, which together can make a product accessible worldwide. These four areas are known as the GILT model or acronym. The following paper is an attempt to study the connexion between these terms, as well as their definitions, and the different traits that can be found in a translator and in a localizer, focusing mainly on their roles in the translating world workforce.

**Keywords:** *localizer, translator, localizing, translating, GILT model*

## INTRODUÇÃO

Em termos históricos, a discussão sobre a teoria e prática da tradução e o debate entre os estudiosos acerca da definição do objeto de estudo dessa disciplina, seja como ciência ou prática e, nesse sentido, como uma disciplina autónoma ou interdisciplinar, iniciou logo na sua

fundação, na década de 1970, quando foi reconhecida como uma área acadêmica (Holmes, 1975), e a controvérsia continua praticamente até hoje, com a expansão da mesma para novas e diferentes áreas de estudo (Gentzler, 2014). Neste processo abrangente da disciplina, começaram a definir-se os limites e a desenvolver as ramificações nos estudos de tradução. Assim, com os avanços tecnológicos e a globalização, a localização tornou-se um foco nessa área, especialmente no aspeto comercial (Austermühl & Mirwald, 2010).

No entanto, academicamente falando, a localização nunca foi vista como um processo autónomo, senão como uma teoria da tradução (Pym, 2014) ou também como mais uma ferramenta tecnológica que pertence aos estudos de tradução (que é usada de forma semelhante às outras ferramentas de tradução assistida). Contudo, hoje em dia, é possível dizer que está a iniciar-se uma nova etapa no que respeita aos estudos da localização, ou seja, a discussão e debate desta área como uma disciplina independente e muito mais abrangente e da qual a tradução faz parte (Achkasov, 2016).

Habitualmente, quando mencionamos o processo de tradução, estamos a referir-nos aos aspetos linguísticos envolvidos nesse processo e ao uso de termos como “língua de partida” ou “texto de partida” e “língua de chegada” ou “texto de chegada”, porque estes são os elementos que compõem o labor de traduzir. Dessa forma, a tradução pode-se definir como o processo de transferência de um significado de uma língua para outra, seja de forma oral ou escrita. No entanto, no processo de localização é mais comum utilizar o termo “adaptação” (Dias, & Gonçalves, 2017, p. 86) para se referir ao trabalho que envolve o “produto” para falar do conteúdo. A localização é, portanto, o processo de adaptação de um produto para um *locale* diferente, dando origem ao termo “localizar” e esse produto, no final, vai ser comercializado nesse novo local (Pym, 2014). Consequentemente, o localizador preocupa-se com fatores externos à tradução da língua e ao significado mais próximo na localidade do destino, porém esses outros aspetos são tão fundamentais como a própria tradução.

O presente trabalho pretende realizar um levantamento bibliográfico para procurar as diversas teorias e conceitos que compõem o mundo da localização e as interligações com o mundo da tradução, bem como as diferenças entre eles. Mesmo assim, nesta área não é possível falar só da tradução e da localização, já que para poder comercializar um produto de forma eficaz, no mercado de trabalho atual, é necessário complementar com os processos da globalização e da internacionalização, que trabalham em conjunto para formar o modelo *GILT* (Globalização ou G11N, Internacionalização ou I18N, Localização ou L10N e Tradução ou T9N) e, assim, criar um produto que possa ser vendido em qualquer parte do mundo.

Deste modo, esta investigação será baseada nas pesquisas elaboradas nesta área como, por exemplo através do livro *Exploring translation theories*, de Anthony Pym (2014), que compreende uma investigação abrangente da área; os artigos mais específicos como “Introdução à internacionalização e à localização de software”, de Prudêncio, Valois & De Lucca (2004), “GILT: Globalization, internationalization, localization, translation” de Cadieux & Esselink (2004) e *Translation and web localization*, de Jiménez-Crespo (2013), não esquecendo publicações anteriores desta revista, tais como “Localização e Tradução: origem e diferenças” de Vales & Gonçalves (2017) e “Localização de Software e Páginas Web” de Dias & Gonçalves (2017).

O trabalho será estruturado da seguinte forma: em primeiro lugar, aborda-se o modelo *GILT* como um processo composto pelos quatro procedimentos já referidos, estabelecendo-se as diferentes definições e conceitos que existem atualmente. De seguida, determinar-se-ão as

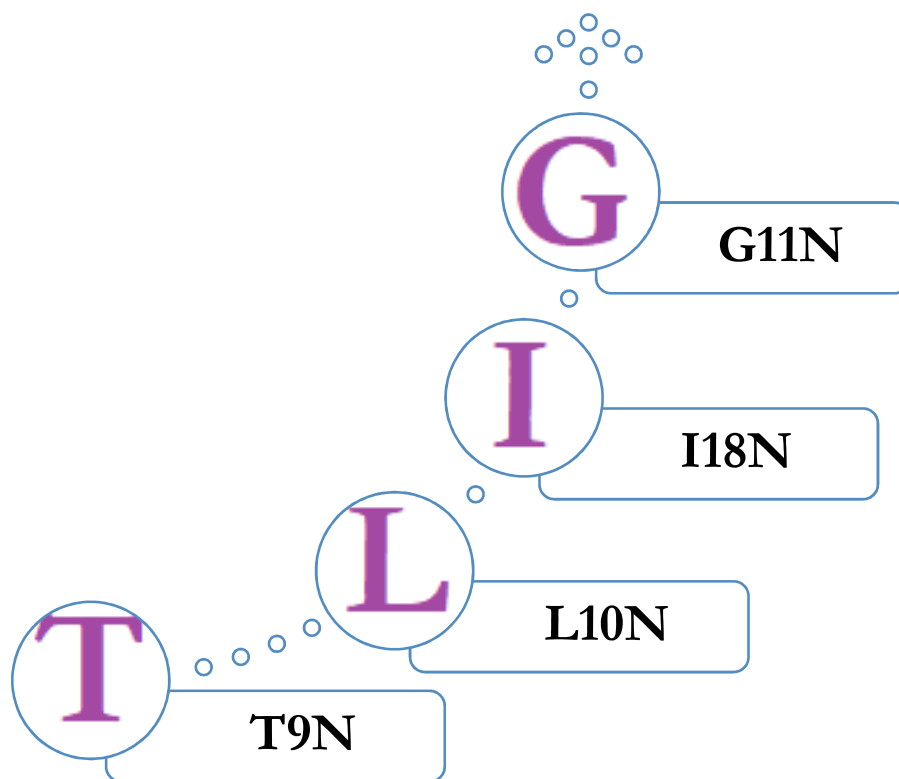
diferenças que existem no trabalho realizado por um tradutor e por um localizador, respetivamente, para depois focalizar essas diferenças ou semelhanças no desempenho de cada profissional no mercado de trabalho. Finalmente, apresentar-se-ão as conclusões sobre estes pressupostos teóricos analisados, lembrando os principais pontos de vista e reforçando as ideias e propostas mais importantes a que se chegou.

## MODELO OU ACRÓNIMO *GILT*

Apesar de muitos autores não apreciarem a designação de modelo, assumindo que o *GILT* não passa de um acrónimo, no âmbito deste artigo preferimos a denominá-lo por modelo face à relação que evidenciamos das partes que o compõem. O surgimento do *GILT* só é concebível na sociedade de informação atual, já que o mundo atual, em geral, e o *marketing*, em particular, estão cada vez mais globalizados. Mas, o que significa a globalização em termos gerais? Um produto global pode ser um refrigerante, um desporto e até mesmo uma palavra. Contudo, em termos específicos, a globalização representa uma parte do processo de comercialização de um produto ou uma informação que garante a acessibilidade desses produtos em todos os locais onde poderiam ser comercializados (Vales & Gonçalves, 2017). Nesse sentido, é possível referir a globalização como a força que junta os processos do modelo *GILT*, ou seja, a internacionalização, a localização e a tradução.

No entanto, antes de um produto ou de um documento se tornar global, deve primeiramente passar pelo processo de internacionalização. Em alguns casos, os termos globalização e internacionalização podem causar confusão, especialmente porque parecem muito similares e até existem empresas muito importantes que não distinguem de forma clara estes dois termos. Contudo, ambos representam questões diferentes que se complementam entre si, já que a internacionalização ou I18N é o processo pelo qual um produto deve atravessar antes de ser globalizado e depois de ser localizado, ou seja, representa o ponto médio entre os dois procedimentos. Isto quer dizer que a elaboração ou criação de uma versão intermédia de um produto se chama internacionalização e o produto criado é a sua versão internacional (Pym, 2014). I18N é, portanto, a preparação do documento já localizado para uma versão que permita mais localizações e, finalmente, uma globalização eficaz.

De facto, é possível observar a ligação que há entre os processos referidos, e, é bastante curioso que um produto localizado possa continuar a ser localizado infinitamente após ser internacionalizado. Porém, o que é exatamente a localização? Se voltarmos ao início deste artigo, podemos constatar que este procedimento se refere a uma adaptação de um produto para o comercializar num determinado lugar ou em muitos lugares diferentes. É importante ressaltar que, quando falamos de “produto”, “documento” ou “informação”, estamos a referir-nos a tradução, que naturalmente representa o ponto de partida deste processo chamado acrónimo ou modelo *GILT*.

Figura 1 – Processo modelo *GILT*.

## Globalização ou G11n

No que respeita aos produtos de *software*, Cadieux & Esselink (2004, p. 2), no seu artigo sobre o modelo *GILT*, apresentam uma definição de globalização que pertence ao glossário de internacionalização da empresa IBM, cujo conceito é o seguinte:

o processo de desenvolver, manufaturar e comercializar produtos de *software* destinados à distribuição global. Este termo mistura dois aspetos do trabalho: a internacionalização (possibilitar o uso do produto sem barreiras culturais ou linguísticas) e localização (traduzir e tornar possível um produto para um local específico).

Efetivamente, este processo trabalha em conjunto com a internacionalização, através da qual o produto pode ser localizado sem a modificação do código fonte, e a localização, através da qual o produto se encontra de acordo com todas as convenções associadas a um local particular. Assim, o programa que está finalmente globalizado é um produto cujas características e códigos não estão baseados exclusivamente numa língua ou local.

Por outro lado, numa definição mais abrangente do termo, a LISA (em inglês *Localization Industry Standards Association*) explica que

a globalização refere-se a “todas as decisões comerciais requisitadas para tornar uma organização verdadeiramente internacional no seu alcance e na sua perspetiva”, ou seja, “a transformação dos negócios e procedimentos para poder suportar clientes ao redor do mundo em qualquer língua, país ou cultura” (2007, p. 1).

Assim, é possível juntar as definições anteriores para chegar a uma proposta central, cuja noção principal é a seguinte: a globalização é o procedimento de tornar uma empresa, um produto ou um *software* global, com o fim de ser comercializado e usado por utentes em qualquer parte do mundo e sem nenhum tipo de barreiras.

### **Internacionalização ou I18n**

Prudêncio, Valois & De Lucca (2004), fazendo referência à importância do processo da localização e da internacionalização de *softwares* na comercialização de um produto, explicitam que:

(...) pegar um software *pronto*, desenvolvido sem qualquer interesse prévio em localização, e simplesmente traduzir todos os textos que aparecerão, em meio ao código fonte, para o usuário após a compilação do programa, não garante que o produto se adapte completamente à região em que será vendido. Pior do que isso, pode ser necessário desenvolver o software outra vez, às vezes desde o começo, com pouco ou nenhum reaproveitamento do código anterior. E para localizar esse software para outras regiões será necessário repetir todo o processo. As técnicas de internacionalização visam separar todo ou quase todo o esforço de tradução do esforço de desenvolvimento do software. Extraem-se do programa todos os textos a que os usuários têm acesso, substitui-se cada texto de dentro do código por uma palavra única, chamada identificador. Cria-se um arquivo com todos estes textos, seus identificadores e traduções e introduz-se uma função especial no programa, que lê o identificador e o locale determinado no momento de execução do programa e procura imediatamente no arquivo o texto correto a ser exibido (p. 225-6).

Isto significa, como é evidente, que, para ter uma globalização eficaz de um produto, este deve ser previamente internacionalizado. Assim, o programa poderá trabalhar com múltiplas línguas, sem a necessidade de ser reprogramado e reestruturado (Pym, 2014).

É importante sublinhar, como explicam Vales & Gonçalves (2017, p. 80), que a internacionalização deste tipo de produtos pode ser “tarefa de programadores informáticos, pois está presente na fase da conceção do produto e de tornar o *software* apto ao consumo do público”. Neste processo, é separada a parte linguística da parte informática para traduzir o texto sem modificar o código fonte, portanto, o *software* deve ficar “flexível e neutro”, falando em termos culturais, financeiros e legais, admitindo “distintas formatações de números e algoritmos de ordenação que sigam as diferentes regras dos diversos idiomas” (Prudêncio, *et al.*, 2004, p. 213).

### **Localização ou L10n**

A indústria da localização é “o segmento comercial mais importante e mais influente nos serviços linguísticos, e o termo está a ser usado cada vez com mais frequência em comparação com o termo tradução” (Austermühl & Mirwald, 2010, p. 6). Sem dúvida, essa afirmação ainda hoje é vigente e cada vez mais visível. Os serviços de localização estão a ser requisitados com maior frequência nos *curricula* dos tradutores atuais e, portanto, os estudos de localização estão a ser adicionados em direção ascendente na formação em tradução. Porém, é importante ressaltar que, nestes programas educativos, a localização é usualmente vista como uma extensão

da tradução ou como um fenômeno separado onde a tradução representa apenas uma pequena parte dessa “interdisciplina” emergente (Achkasov, 2016, p. 569).

Na verdade, a localização inclui o processo de tradução, além da adaptação cultural do *software* ou produto às normas do mercado-alvo, passando da internacionalização à localização. Tal significa que este processo pode ser definido como o contrário da globalização, ou seja, aquele no qual o produto se torna local em todos os níveis possíveis (pontuação numérica, convenções temporais, legais ou financeiras, cores, imagens, língua, etc.), sendo este processo de considerável importância para a sua aceitação no destino e, além disso, na sua comercialização. A discussão do espaço que a localização ocupa nos estudos de tradução ou como uma disciplina independente ainda existe (Jiménez-Crespo, 2013) e ficará para os estudiosos e acadêmicos das variadas áreas que abrange essa ‘interdisciplina’ decidir e escolher o caminho a seguir. É evidente que ambos os processos estão interligados numa relação de complementaridade.

### Tradução ou T9n

Como vimos anteriormente, a tradução é o ponto central do modelo *GILT*, através da qual começa o processo de comercializar um produto ou *software* para se tornar global. Tudo começa com a língua e com um texto ou uma frase. Assim, depois de mudar o significado de um Texto de Partida para um Texto de Chegada, com todos os elementos linguísticos, idiomáticos e culturais que podem existir nos mesmos, passamos ao processo de localização. A T9N é, portanto, esse processo no qual é procurada a equivalência entre dois significados de línguas distintas, assumindo, obviamente, que existe uma equivalência exata entre as diferentes línguas/culturas do mundo antes de realizar o processo de tradução (Pym, 2014). Sob outra perspectiva, a tradução representa a fase final do processo do modelo *GILT*. Isto implica que um produto se encontra pronto no momento de realizar a tradução (Vales & Gonçalves, 2017).

## TRADUTOR VS. LOCALIZADOR: O MERCADO

Como explica Achkasov (2016), “desde o início, a indústria de localização forneceu uma visão simplista da tradução, motivada principalmente pelo discurso de comercialização dos prestadores de serviços de localização”. Nesse sentido,

a complexidade geral dos projetos de localização foi sempre referida como excedendo o escopo de ‘geral’, ‘padrão’ ou ‘estrito’ da tradução. E esse ponto de vista simples também foi tomado pelos potenciais clientes, sem fundo linguístico ou acadêmico” (p. 570-1). Por outro lado, esta questão tem sido lamentada pelos especialistas do campo da tradução que, desde o início, estenderam o conceito de tradução para “abraçar” a localização e esperando da indústria localizadora mais consideração (p. 571).

Essa visão é mais ou menos a perspectiva geral em ambos os campos, o tradutor abraça a localização enquanto o localizador deprecia a tradução. Inclusive, esta é muitas vezes referida como a mudança simples de palavras de uma língua para outra.

É evidente que, profissionalmente falando, o trabalho de um localizador (com grandes conhecimentos na área de informática, aplicações específicas e distintos tipos de *software*) diz mais do que o perfil de um tradutor. No entanto, um perfeito domínio da língua-alvo é



fundamental, pois a interface e a documentação do programa é o rosto mais visível do produto para o cliente (Prudêncio, *et al.*, 2004, p. 214). Por este motivo, os nativos da língua desejada devem sempre procurar o perfil de um Tradutor/Localizador e continuar a abraçar o conceito para atingir o sucesso profissional no mercado de trabalho atual. Ter conhecimento linguístico “é uma regra de ouro no mundo da Localização” (Prudêncio, *et al.*, 2004, p. 214).

Para finalizar, podemos mencionar que ambos os processos utilizam diferentes ferramentas e que existem em âmbitos profissionais de trabalho distintos. Inclusive, para alguns tradutores, a localização é só uma ferramenta de apoio para traduzir, como mencionamos anteriormente. Mas, o certo é que cada um dos processos utiliza as suas tecnologias de apoio para tornar o processo mais fácil e eficaz. Além disso, o profissional que trabalha numa tradução pode trabalhar apenas na tradução, enquanto que um localizador usualmente está envolvido com outros tradutores, engenheiros e outros especialistas num nível empresarial global.

## CONCLUSÃO

Falando de modo pragmático, é imprescindível afirmar que o mercado da tradução atual está intimamente ligado ao campo da localização e vice-versa. Apesar das perspectivas individualistas ou separatistas de alguns profissionais no mercado, podemos declarar, com certeza, que, para ser um localizador eficiente, é preciso ter conhecimentos linguísticos e de tradução. Um profissional eficaz deve ter conhecimentos de ambas as áreas e é recomendável mantê-las juntas no mesmo campo académico para facilitar o trabalho profissional posterior. O processo do modelo *GILT* pode ser visto como a metodologia mais eficaz que temos hoje em dia para vender um produto em diferentes mercados, portanto, o conhecimento nas quatro áreas deste modelo é imprescindível para um profissional da tradução e da localização.

Como explicita Sánchez (2005), a tradução das novas tecnologias expõe a existência de diferentes registos (não só linguísticos) e para aqueles que têm que produzir uma adaptação importante têm um papel chave como suporte do texto e, em muitas ocasiões, como um conceito-chave na mensagem desse texto. Isto significa que a interligação disciplinar da localização e a tradução é de natureza complementar, razão pela qual os profissionais no mercado de trabalho atual devem trabalhar em conjunto. Cada uma das áreas do modelo *GILT* encontra-se indistintamente ligada. Para poder comercializar e vender um produto linguístico ou tradução, esta deve tornar-se global, mas para realizar isto, é preciso, em primeiro lugar, passar pelo processo da internacionalização – que requer uma localização prévia. Depois de seguir estes passos, o produto poderá ter infinitas localizações para as diferentes culturas e partes do mundo que, no fundo, constitui a globalização.

## Referências

- Achkasov, A. V. (2016). If the Mountain Won't Come... Translation Studies Meets Localization. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 3 568-578.
- Austermühl, F., & Mirwald, C. (2010). Images of translators in localization discourse. *T21—Translation in Transition*, 8.
- Cadieux, P., & Esselink, B. (2004). GILT: Globalization, internationalization, localization, translation. *Globalization insider*, 11(1.5), 1-5.

- Dias, J. D., & Gonçalves, V. (2017). Localização de Software e Páginas Web. *AdolesCiência*, 4(1), 85-90.
- Gentzler, E. (2014). Translation Studies: Pre-Discipline, Discipline, Interdiscipline, and Post-Discipline. *International Journal of Society, Culture & Language*, 2(2), 13.
- Holmes, J. S. (1975). "The Name and Nature of Translation Studies". In Holmes, J. S. (1988). *Translated! Papers on Literary Translation and Translation Studies* (pp. 66-80). Amsterdam: Rodopi.
- Jiménez-Crespo, M. A. (2013). *Translation and web localization*. Londres: Routledge.
- Prudêncio, A. C., Valois, D. A., & De Lucca, J. E. (2004). Introdução à internacionalização e à localização de softwares. *Cadernos de Tradução*, 2(14), 211-242.
- Pym, A. (2014). *Exploring translation theories*. Oxon: Routledge.
- Sánchez, M. T. (2005). Aspectos culturales en la localización de productos multimedia. *Quaderns: revista de traducción*, (12), 151-160.
- Vales, N., & Gonçalves, V. (2017). Localização e Tradução: origem e diferenças. *AdolesCiência*, 4(1), 75-84.



## Localização e tradução de páginas web: Adaptação intercultural e multilinguismo

## Localisation and translation of web pages: Intercultural adaptation and multilingualism

Vítor Hugo Lima Alves

Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

a29616@alunos.ipb.pt

Prof. Vitor Gonçalves

Centro de Investigação em Educação Básica, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

vg@ipb.pt

### Resumo

O mote para este artigo nasceu na unidade curricular de Localização de Software e Páginas *Web*, do Mestrado de Tradução, do Instituto Politécnico de Bragança. Os processos de globalização e internacionalização das empresas têm vindo a escalar a localização de produtos, de serviços, de *software* e de páginas *web*, face aos requisitos do mundo cada vez mais virtual em que vivemos. A tradução já se encontra profundamente enraizada, neste mundo virtual, e a localização tem vindo a estender as raízes da tradução para mais *locales*. Essencialmente, pretende-se entender de que forma a tradução de páginas *web* se relaciona com a localização e de que forma podemos concretizar a adaptação intercultural e o multilinguismo. Neste artigo, partiremos do modelo GILT, explicitando, brevemente, cada uma das suas áreas para, de seguida, especificarmos a tradução de páginas *web*.

**Palavras-chave:** *GILT, Tradução, Localização, Tradução de Páginas Web*

### Abstract

The motto for this article emerged from the curricular unit Localisation of Software and Web Pages of the Master in Translation of the Polytechnic Institute of Bragança. The processes of globalisation and internationalisation of companies have been scaling the localisation of products, services, software and web pages against the requirements of the increasingly virtual world in which we live. Translation is already deeply rooted in this virtual world and localisation has been extending the translation roots to more *locales*. Essentially, we aim at understanding how the translation of web pages relates to the location and how we can achieve intercultural adaptation and multilingualism. In this article we will depart from the GILT model, briefly explaining each of its areas and then specify the translation of web pages.

**Keywords:** *GILT, Translation, Localization, Web Pages Translation*

## INTRODUÇÃO

Podemos afirmar que os avanços tecnológicos, nas últimas décadas, se têm mostrado eminentes. Desta forma, todas as empresas e organizações sentem a necessidade de se adaptarem a todas ou a praticamente todas as culturas e, se não o fizerem, existe uma probabilidade muito grande