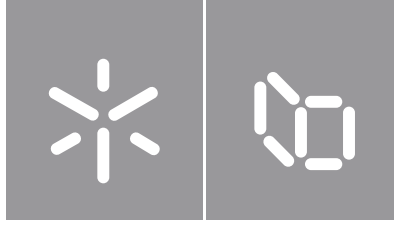


Universidade do Minho
Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Sara Catarina Sousa Cardoso

**A dimensão da comunicação multilingue em
contexto profissional da indústria têxtil**



Universidade do Minho

Escola de Letras, Artes e Ciências Humanas

Sara Catarina Sousa Cardoso

**A dimensão da comunicação multilingue em
contexto profissional na indústria têxtil**

Relatório de Estágio

Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue

Trabalho efetuado sob a orientação do

Professor Doutor Fernando Ferreira Alves

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.



Atribuição

CC BY

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Agradecimentos

A redação deste relatório não seria possível sem a ajuda de um conjunto de pessoas que me acompanharam desde o início e nunca hesitaram em dar-me a mão.

Em primeiro lugar, agradeço ao meu orientador, o Professor Doutor Fernando Ferreira Alves, por se mostrar sempre disponível para me ajudar, e por me motivar a fazer sempre o melhor trabalho possível. A sua atitude enquanto professor e orientador, não só durante o estágio, mas também durante todo o meu percurso académico, teve um grande impacto na minha visão perante a ética de trabalho.

Ao meu coorientador e representante da minha entidade acolhedora, José Campos, pela oportunidade que me deu e pela confiança que depositou em mim. Tenho a certeza que esta experiência ficará para sempre na minha memória.

Não poderia deixar de mencionar a minha família, por me apoiar nos momentos menos bons e por me ajudar a alcançar a última etapa do meu percurso académico.

Um agradecimento especial aos meus sobrinhos, por me ajudarem a olhar para o futuro com um sorriso na cara.

Às minhas amigas, por estarem sempre dispostas a ouvir desabaços meus e por darem sempre uma palavra amiga. Um grande obrigado também à Sara, porque a sua amizade fez com que esta longa caminhada se tornasse menos solitária.

Finalmente, um agradecimento às colegas de mestrado, que cultivaram sempre um ambiente de entreajuda até ao último minuto.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

A dimensão da comunicação multilingue em contexto profissional na indústria têxtil

Resumo

O presente relatório de estágio foi elaborado no âmbito do segundo ano do Mestrado em Tradução e Comunicação Multilingue, e analisa todas as tarefas realizadas durante o estágio curricular na empresa Têxteis José Campos. São abordadas as várias vertentes trabalhadas durante os três meses de estágio, tais como a tradução, a criação de conteúdos, a localização e a comunicação multilingue, todas elas realizadas em contexto empresarial. Com este estágio, o principal objetivo da entidade acolhedora era o de ajudar a internacionalizar a empresa e a promover os seus serviços. Dito isto, o estágio serviu para auxiliar a empresa na concretização do seu objetivo, no que diz respeito à reestruturação e localização do seu website, assim como na edição e tradução de documentos. Da mesma forma, foi possível cooperar com os colegas de departamento, de modo a facilitar a comunicação com os potenciais clientes estrangeiros. Com a elaboração deste relatório, foi possível refletir, por um lado, sobre a importância das línguas a nível global e a dinâmica que estas podem trazer ao desenvolvimento da comunicação interpessoal, assim como as vantagens que a comunicação multilingue poderá trazer para a indústria têxtil em Portugal.

Palavras-chave: ambiente empresarial, comunicação multilingue, globalização, indústria têxtil, tradução

The dimension of multilingual communication in the textile industry in a professional context

Abstract

This internship report was written in the second year of the Master's in Translation and Multilingual Communication, and it analyses all the tasks carried out during my internship at Têxteis José Campos. Various aspects of the work field were addressed during the three-month-long internship, such as translation, localisation, and multilingual communication, all carried out in a business context. The main objective of the host institution was to internationalise the company and to promote its services. That said, with the internship I was able to help the company achieve its goals, regarding the restructuring and localisation of the website, as well as the editing and translation of documents. Likewise, it was also possible to cooperate with colleagues from the same department as myself, in order to aid them during the communication process with potential foreign clients. By writing this report, I was able to reflect on the importance that languages have on a global scale and the different dynamics they can bring to the development of interpersonal communications, as well as understand the benefits that multilingual communication may bring to the textile industry in Portugal.

Keywords: business environment, globalisation, multilingual communication, textile industry, translation

Índice

Direitos de autor e condições de utilização do trabalho por terceiros.....	i
Agradecimentos.....	ii
Declaração de integridade	iii
Resumo.....	iv
Abstract.....	v
Lista de abreviaturas e siglas	viii
Índice de figuras.....	ix
Índice de tabelas	ix
1. Introdução	1
2. Enquadramento Teórico	2
2.1 A globalização como processo multidimensional	2
2.2 A globalização no contexto dos Estudos da Tradução	4
2.3 Língua Franca	6
2.4 Inglês como Língua Franca e a sua importância para a comunicação multilingue	8
2.5 A comunicação multilingue inserida na área do têxtil em Portugal	11
3. Objetivos estratégicos	15
4. Estágio curricular	16
4.1 Apresentação da entidade acolhedora	16
4.2 Funções desempenhadas no estágio	17
4.2.1 Manutenção da página web	18
4.2.1.1 Estruturação e edição de conteúdo	19
4.2.1.2 Localização da página web	22
4.2.1.3 Resultados a longo prazo.....	26
4.2.1.4 Compreender o público-alvo	27
4.2.2 Redação de emails	28
4.2.3 Tradução de fichas técnicas.....	31
4.2.4 Tradução de um manual.....	33
4.3 Desafios impostos pelo trabalho desenvolvido.....	36
4.3.1 A terminologia e a sua complexidade	37
4.3.2 Localização do website	39
5. Análise retrospectiva sobre o estágio.....	40
6. Conclusão	42

Bibliografia	44
Webgrafia	49
Anexos	50
Anexo 1 – Capturas de ecrã do website antes da minha intervenção	50
Anexo 2 – Capturas de ecrã relativas ao conteúdo criado para o website	52
Anexo 3 – Tradução de uma ficha técnica (Inglês para Português).....	56
Anexo 4 – Tradução de uma ficha técnica (Português para Inglês)	57
Anexo 5 – Base terminológica.....	58
Parecer da empresa	63

Lista de abreviaturas e siglas

BELF – *Business English as Lingua Franca* (Inglês Empresarial como Língua Franca)

CAT Tool - *Computer-Assisted Translation Tool* (Ferramenta de Tradução Assistida por Computador)

ELF – *English as a Lingua Franca* (Inglês como Língua Franca)

INE – Instituto Nacional de Estatística

ISO – *International Organization for Standardization*

LC – Língua de chegada

LF – Língua Franca

LP – Língua de partida

TC – Texto de chegada

TJC – Têxteis José Campos

TP – Texto de partida

Índice de figuras

Figura 1. Mapa conceitual sobre os Estudos da Tradução	4
Figura 2. Percentagem de línguas estrangeiras conhecidas pelos portugueses.....	11
Figura 3. Mercados globais explorados pela Têxteis José Campos	18
Figura 4. Página inicial do website sem alterações	19
Figura 5. Exemplo de uma subpágina sem alterações	20
Figura 6. Página inicial na fase final.....	20
Figura 7. Conteúdo criado na secção "Sobre nós".....	21
Figura 8. Conteúdo criado na secção "Fluxo de trabalho".....	22
Figura 9. Página "Objetivos estratégicos" em Português.....	23
Figura 10. Página "Objetivos estratégicos" em inglês	24
Figura 11. Tradução no TranslatePress.....	25
Figura 12. Motores de pesquisa mais utilizados	26
Figura 13. Páginas mais visitadas.....	27
Figura 14. Número de visualizações nas páginas referentes às máscaras reutilizáveis	28
Figura 15. Ficha técnica em PT (esquerda) e a sua tradução em ING (direita)	32
Figura 16. Exemplo de símbolos de etiquetagem.....	32
Figura 17. Tabela RTF produzida pelo memoQ.....	34
Figura 18. Parte do fluxo de trabalho da TJC.....	39

Índice de tabelas

Tabela 1. Evolução das Línguas Francas Globais.....	7
Tabela 2. Redação de um email bilingue.....	30
Tabela 3. Tipos de erros encontrados na secção dos defeitos.....	35

1. Introdução

O presente relatório analisa e descreve detalhadamente todo o trabalho elaborado no estágio curricular, na empresa Têxteis José Campos, ao longo de três meses. O estágio realizou-se no âmbito do segundo ano do Mestrado de Tradução e Comunicação Multilíngue, entre o dia 1 de fevereiro de 2022 até 29 de abril de 2022. Será apresentada de seguida uma breve descrição do relatório, no que diz respeito à sua estrutura e organização.

Relativamente à estruturação escolhida para o relatório, esta divide-se em cinco blocos. A primeira parte enquadra teoricamente o relatório no âmbito da globalização como movimento, e a forma como os Estudos da Tradução podem ser influenciados pelos avanços globais registados em vários domínios. Segue-se uma explicação sobre o surgimento do conceito de Língua Franca, e como esta foi mudando ao longo dos séculos. Devido ao seu posicionamento no contexto da globalização, a importância do inglês será também mencionada, assim como o seu estatuto de Língua Franca Contemporânea. É também referida a importância do inglês como Língua Franca e como esta domina a comunicação multilíngue.

A segunda parte apresenta, no início, a entidade acolhedora e o processo até ao início do estágio. De seguida, é destacado o meu percurso na empresa durante o estágio, no qual menciono as tarefas levadas a cabo e os resultados obtidos.

Posteriormente, na terceira parte, serão explicitados os desafios mais predominantes no decorrer da minha jornada, e a forma como os consegui superar.

Na quarta parte encontram uma análise sobre o estágio realizado, as interações com os membros da empresa, e a minha experiência no setor têxtil. De seguida, na conclusão, é feita uma reflexão generalizada.

Por último, estarão presentes nos anexos algumas das traduções realizadas. É de salientar que, por questões de confidencialidade, uma certa parte dos documentos não poderá ser divulgada. Encontrase também nos anexos uma base terminológica que compila vários termos aprendidos e consolidados ao longo das semanas.

Finalmente, encontra-se disponível o parecer da empresa.

2. Enquadramento Teórico

2.1 A globalização como processo multidimensional

A globalização tem vindo a ser um fator transformativo nas últimas décadas, não só para as empresas, como para nós, os indivíduos. O crescimento dos mercados globais é inegável e tem vindo a dar forma a um mundo inteiramente ligado. Apesar de ser um termo muito utilizado nos dias de hoje, este não apresenta uma definição estanque, e pode vir a ganhar diferentes características conforme o contexto em que é aplicado ou estudado. A disparidade de definições pode ser vista como uma das características que define a complexidade da globalização e das suas vertentes. Para esta reflexão será utilizada a definição de Parker (2005), que define a globalização da seguinte forma:

Globalization is a process whereby worldwide interconnections in virtually every sphere of activity are growing. Some of these interconnections lead to integration/unity worldwide; others do not. Together global interconnections and the relationships they forge represent a historically unprecedented process that is rapidly reshaping the context for many activities (Held et al., 1999). The result is blurred boundaries within and between organizations, nations, and global interests (p.5).

A globalização está também associada à “intensificação e aceleração das atividades e trocas sociais” (Steger, 2009, p.11). O mesmo autor afirma que este movimento pode ser dividido em quatro dimensões: económica, política, cultural e ecológica. Estas dimensões, não só se complementam, como também não surgem totalmente isoladas. Por exemplo, uma globalização a nível económico não pode ocorrer sem o fator social, pois é com a socialização que as trocas de produtos/ideias acontece. Apesar de serem todas igualmente importantes, no presente relatório, o foco estará mais concretamente na dimensão económica e cultural, e como as mesmas se relacionam através do fator social.

No contexto económico, a globalização está associada à intensificação das relações económicas estabelecidas ao redor do mundo. Este é um movimento que está presente desde muito cedo na História do mundo, tendo como exemplos mais marcantes a Rota da Seda (de 114 A.C. até ao século XV) e a

viagem de Cristóvão Colombo ao “Novo Mundo”, em 1492. Contudo, os historiadores apontam o ano de 1989 como o início da aceleração do processo da globalização como a conhecemos hoje, pois foi nesta data que se deu a queda da Cortina de Ferro. Segundo a definição encontrada no Dicionário Infopédia, a Cortina de Ferro é caracterizada como uma política de isolamento levada a cabo pela União Soviética durante a Guerra Fria, na qual existia uma “barreira à comunicação e troca livre de ideias entre a URSS e os seus estados-satélites e o resto do Mundo”. Finda esta barreira, as trocas comerciais intensificaram-se, a um ritmo nunca antes registado. Nos últimos anos, os maiores impulsionadores têm sido os países desenvolvidos, como é o caso dos Estados Unidos da América, da China e do Japão. Consequentemente, a expansão das empresas transnacionais oriundas destes países fez com que estas atuassem como agentes da globalização, como é o caso da Apple e da Microsoft no ramo tecnológico (Rifai, 2013, p.88). Para além das duas razões apresentadas anteriormente, é necessário mencionar o papel importante das organizações internacionais, como o Grupo Banco Mundial e o Fundo Monetário Internacional (FMI), pois são estas organizações que permitem a fácil e rápida circulação de capital.

Quanto à globalização cultural, Steger (2009, p.11) afirma que esta é caracterizada pela expansão contínua de fluxos culturais. Apesar de o termo “cultura” ser imensamente geral, neste contexto refere-se à “construção, articulação e disseminação simbólica do significado”. Os avanços tecnológicos presentes nas últimas décadas foram decisivos para a globalização cultural, pois facilitou a distribuição e troca de informação ao nível da comunicação social e digital (Jenks & Tapscott, 2014). É nesta dimensão que se pode falar do desenvolvimento de uma cultura global e como esta está ligada à globalização das línguas. Pym (2006, p.744) acrescenta que é graças à redução dos custos na comunicação, fruto do desenvolvimento das novas tecnologias, que temos agora uma nova perspetiva deste movimento. Afirma ainda que estes fatores levaram a que o inglês consolidasse o seu poder e o seu estatuto mundial, ao ponto de ser reconhecido como a Língua Franca contemporânea.

Numa perspetiva geral, e no que diz respeito ao contínuo desenvolvimento da globalização, podemos afirmar que este é incontornável (Rua & Melo, 2015). Isto acontece devido ao crescente número de fatores que contribuem para um mundo cada vez mais global, como a internacionalização das empresas, a circulação de capital e o conseqüente fluxo de mercadorias. Apesar das vantagens inerentes à globalização, é de notar que as quatro dimensões mencionadas anteriormente não apresentam divisões concretas, e uma dimensão pode apresentar uma influência maior que outra. É o caso da força económica que, por vezes, pode destabilizar os limites da política e da cultura (Baruah, 1999, pp.105-106).

2.2 A globalização no contexto dos Estudos da Tradução

A globalização tem vindo a ganhar importância nas últimas décadas no contexto teórico dos Estudos de Tradução. Esta área científica, de acordo com Jeremy Munday (2022), corresponde a uma (inter)disciplina académica, isto é, os Estudos de Tradução integram no seu núcleo vários ramos do conhecimento, estabelecendo relações entre eles. Concentra em si o estudo da teoria, da prática e do fenómeno da tradução, e relaciona-os intrinsecamente.

Apesar de a tradução ter vindo a acompanhar a evolução do comércio global, os Estudos de Tradução como disciplina, apenas começaram a ganhar notoriedade no final do século XX. O nome da área como a conhecemos surgiu com o poeta, tradutor e académico americano-holandês James S. Holmes no artigo “The Name and Nature of Translation Studies”, publicado em 1972. Esta publicação é considerada por importantes académicos, tais como Mary Snell-Hornby e Jeremy Munday, como a obra fundadora dos Estudos da Tradução. Neste artigo, Holmes (1972) divide a disciplina em duas partes, que correspondem aos dois objetivos principais da disciplina: descrever os fenómenos tradutórios e a forma como eles se manifestam, e encontrar formas de enquadrar corretamente estes fenómenos em categorias, de modo a conseguir caracterizá-los.

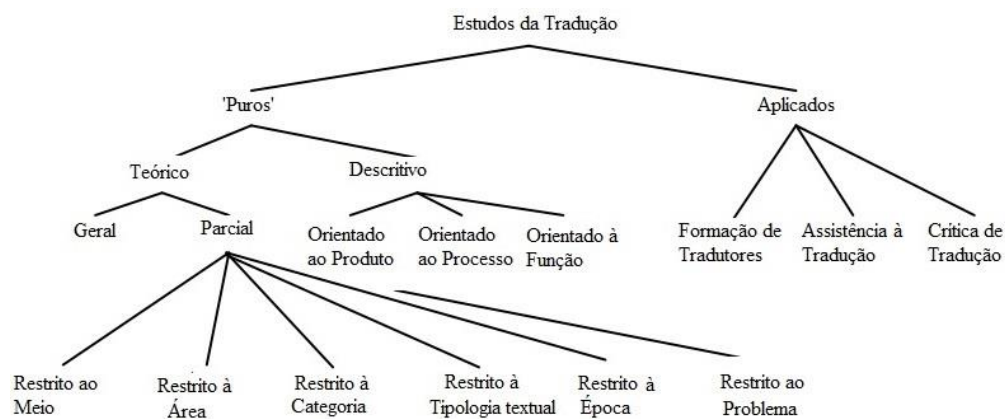


Figura 1. Mapa conceitual sobre os Estudos da Tradução

Para além dos objetivos, menciona ainda os principais desafios da disciplina, relacionados com problemas inerentes ao fenómeno da tradução, assim como os objetivos que os Estudos de Tradução pretendem alcançar, nomeadamente “(1) to describe the phenomena of translating and translation(s) as they manifest themselves in the world of our experience, and (2) to establish general principles by means of which these phenomena can be explained and predicted (Holmes, 1972, p.5)”. Apesar de ter sido

uma inegável fonte de inspiração na época em que foi publicado e nos anos posteriores, este mapa tem vindo a criar discórdia nas décadas mais recentes, por estudiosos da área que afirmam que o comportamento translacional deveria ser mais expandido e não se devia focar tanto no alvo, sendo que o papel do tradutor como agente que atua sob certas condições não é valorizado (Pym, 1998).

A partir da década de 80, os Estudos de Tradução mostraram uma evolução significativa, a nível do conteúdo estudado e desenvolvido, em larga escala influenciada pelo crescimento abrupto das economias mundiais. É de notar que esta área não corresponde a uma disciplina estanque, pois apresenta um desenvolvimento que acompanha de perto os progressos feitos à escala internacional, ou seja, acompanham a globalização. Pym (2006, pp.744-745) menciona que os Estudos de Tradução, apesar de evoluírem com a globalização, devem manter uma série de princípios políticos de modo a preservar a sua identidade. Acrescenta posteriormente que o processo económico característico da globalização afeta em certos aspetos o papel social da tradução, o que causa alterações na organização política dos Estudos de Tradução como área científica. Por outras palavras, é necessária a criação de mecanismos que possam assegurar a continuidade dos princípios da disciplina, de modo a que esta não seja perturbada pela dimensão económica da globalização.

Com a evolução dos Estudos da Tradução e da globalização veio também o desenvolvimento das capacidades e competências do tradutor. Alicerçado num conhecimento sólido das línguas, o indivíduo que traduz tem, obrigatoriamente, de ter conhecimento amplo das diferenças culturais e das variações regionais (Darin, 2010, p.4). É possível afirmar que há uma maior perceção da importância de salvaguardar o carácter textual e interpretativo do ato comunicativo, de uma língua de partida para uma língua de chegada. É neste contexto que surge a Teoria de Skopos, no início dos anos 80, na Alemanha, por Hans J. Vermeer. Esta teoria defende que o tradutor tem de ir para além do conhecimento geral. Isto significa que a sua tradução, que corresponde ao denominado texto de chegada, tem de se enquadrar dentro de um determinado contexto, respeitar a cultura em que está inserido, e tem de ser perceptível para o público-alvo. Kussmaul (1995) explica que:

The function of a translation is dependent on the knowledge, expectations, values and norms of the target readers, who are again influenced by the situation they are in and by their culture. These factors determine whether the function of the source text or passages in the source text can be preserved or have to be modified or even changed (p.159).

Esta nova percepção sobre as funções desempenhadas pelo tradutor e as suas competências, não afetou apenas a tradução escrita, pois o ato comunicativo também sofreu alterações. A troca de serviços, produtos e ideias é uma constante nos dias de hoje, e muitas empresas olham para a globalização como uma forma de expandir o negócio para além das fronteiras do país onde estão sediadas. Para tal, é importante a ação dos tradutores e intérpretes, porque estes devem garantir que a informação é transmitida com clareza e rigor, respeitando sempre o país, a cultura e as normas sociais do mercado-alvo.

2.3 Língua Franca

Para melhor entender o ponto 2.4 referente ao Inglês como Língua Franca, é necessário visitar as origens do conceito de “Língua Franca”, assim como este se desenvolveu ao longo dos séculos. No contexto deste relatório mencionarei apenas exemplos de Línguas Francas globais, e não regionais. Dito isto, Língua Franca (LF) é um termo que descreve o uso de uma língua intermediária utilizada por duas ou mais populações de regiões diferentes. Na primeira parte do segundo milénio, as negociações eram feitas em *pidgin*¹ de influência italiana entre dois grupos: gregos e turcos, e franceses e italianos, sendo que o primeiro grupo chamava o segundo de “francos”. Curiosamente, os gregos chamavam a este *pidgin* de “phrángika” e os francos de “língua franca” (Ostler, 2010). Estas línguas têm a designação de línguas vernáculas, que correspondem a línguas utilizadas para estabelecer contactos com comunidades exteriores, diferentes à comunidade na qual a pessoa nasceu (Ostler, 2010). Uma outra instância em que se pôde confirmar o uso desta “língua intermediária” foi com a língua árabe, sendo que este fenómeno linguístico acontecia com os viajantes da Europa Ocidental que rumavam ao Oriente (House, 2012). Para uma comunicação em que ambas as partes se compreendessem mutuamente, era necessária uma língua em que ambas se pudessem expressar. Podemos então dizer que a Língua Franca age como uma língua neutra. A UNESCO (1953) apresenta a seguinte definição para Língua Franca: *A language which is used habitually by people whose mother tongues are different in order to facilitate communication between them* (p.46).

Ao longo deste ponto será possível demonstrar a existência de diversas Línguas Francas, e como estas foram influenciadas pelos marcos históricos de cada época. Começando com o grego helenístico,

¹ Língua resultante de contacto entre línguas, usada como língua de comunicação, não sendo língua materna de nenhum falante.

igualmente conhecido como Koiné, esta fora a língua escrita e falada durante o período helenístico, no Império Romano e no Império Bizantino. A sua importância fora atribuída às contínuas conquistas de Alexandre, o Grande no século IV a.C. Isto resultou no uso do grego como Língua Franca no Mediterrâneo e no Médio Oriente durante um longo período de tempo (Adrados, 2005). O latim, uma língua que perdura há mais de 2000 anos e que pode ser dividida em sete períodos na linha de tempo, nasceu com a Roma Antiga e foi elevada a Língua Franca devido ao monopólio que foi, outrora, o Império Romano. Como se tratava de um grande território, a quantidade de culturas presentes nos vários países pertencentes ao Império era notória, o que fez com que este se dividisse em dois: o Império do Ocidente e o Império do Oriente. Isto significa que foram utilizadas duas LF, uma para cada divisão: o grego, como Língua Franca do oriente, e o latim, como Língua Franca do ocidente. Depois destas duas línguas, outras línguas também obtiveram este estatuto, como o árabe desde o século VII, nos continentes da Ásia, África, Oceânia e Europa, e o português, entre os séculos XV e XVI, na África e na Ásia (Neves, 2008). A tabela 1 apresenta brevemente as Línguas Francas reconhecidas, a altura em que foram predominantes e algumas razões que explicam a importância da língua na sua época.

Língua Franca Global	Séculos proeminentes	Razões explicativas
Grego (Koiné)	III a.C. – IV d.C.	Conquistas de Alexandre, o Grande
Latim	I a.C. - XVII	Expansão e domínio do Império Romano Expansão da Igreja Católica
Árabe	VIII - XV	Idade de ouro islâmica (Renascimento islâmico) Comércio praticado entre o Oriente e o Ocidente
Francês	XVII - XX	Expansão e domínio francês, principalmente durante o reinado de Luís XIV <i>Encyclopédie</i> , uma das primeiras enciclopédias a serem publicadas (1751) Movimentos intelectuais filosóficos, como o Iluminismo (1685).
Inglês	XX - atualmente	Expansão do Império Britânico Poder exercido pelos EUA a nível económico e político

Tabela 1. Evolução das Línguas Francas Globais

Contudo, após a queda do Império, o latim sofreu como língua e era apenas praticada pelos seguidores da Igreja Católica Romana. Apesar desta enorme mudança e da perda de estatuto de Língua Franca, o latim continuou a predominar em áreas científicas, como é o caso da botânica, como também na filosofia e no direito (Rizal M.Y et.al, 2013).

Mais tarde, e como consequência da expansão francesa, o francês fica também no centro das atenções, tanto na Europa como para além desta. É possível afirmar que o apogeu francês aconteceu durante o reinado de Luís XIV, o mais poderoso e ambicioso rei francês. A mudança de Língua Franca, ou seja, do latim para o francês, pode ser verificada nos diversos tratados celebrados durante os séculos XVII e XVIII, como o Tratado de Nimega (1678-1679) que foi negociado em francês, e o Tratado de Rastatt (1714) que foi redigido em francês (Wright, 2016).

No século XIX, o Império Britânico controlava um grande número de colónias, entre eles a Índia, a Austrália, o Canadá e os Estados Unidos, assim como territórios em África e no Médio Oriente. Além disto, a Revolução Industrial sentida nos séculos XVIII e XIX solidificou a hegemonia britânica. Contudo, a ascensão da língua inglesa foi impulsionada, principalmente, pelo poder dos Estados Unidos da América, antiga colónia britânica. Após a Segunda Guerra Mundial, a economia norte-americana aumentou significativamente, o que fez com que o inglês fosse necessário para os países que pretendiam estabelecer parcerias económicas com os EUA.

2.4 Inglês como Língua Franca e a sua importância para a comunicação multilingue

A crescente necessidade de estabelecer ligações com o mercado externo fez com que fosse necessário criar um elo que juntasse os quatro cantos do mundo. Storozum (2013) refere que esta ligação é concretizada com a ajuda da língua inglesa, recorrentemente denominada de Língua Franca contemporânea. A designação mencionada supra não é recente, pois a sua presença já era notória na época das expansões coloniais, em particular nas explorações coloniais levadas a cabo pelo Império Britânico no século XVI. Contudo, as maiores mudanças relacionadas com o paradigma social aconteceram por volta da segunda metade do século XVIII, por diversas razões. Primeiramente, as populações residentes em territórios cuja língua praticada era o inglês aumentaram significativamente em relação às décadas anteriores. Segundamente, estes territórios, que eram governados por países colonizadores, procuravam a sua independência, e como tal adaptaram o inglês existente no país de

acordo com a sua cultura. Por último, o *boom* que estes países experienciaram resultou num influxo de cidadãos não nativos que tiveram de aprender a língua inglesa de modo a conseguirem viver no país sem qualquer tipo de impedimento linguístico e comunicativo (Albuquerque & Kruma-Ferreira, 2018, p.2). Resumidamente, o inglês ganhou este estatuto devido a razões geográficas e históricas, mais notoriamente pela expansão do Império Britânico, a Revolução Industrial e pela hegemonia americana sentida depois do fim da Segunda Guerra Mundial. Mesmo com o fim das colónias no final do século XIX, o uso do inglês não foi extinto. David Crystal (2009, p.29) anuncia os principais fatores que ajudaram na consolidação do inglês como a Língua Franca contemporânea:

- 1. Aspectos histórico-geográficos:** expansão do Império Britânico, que marcou o início da propagação do inglês, e a posição dos EUA como potência mundial a nível do poder económico a partir do século XX;
- 2. Aspectos socioculturais:** os Estados Unidos são os principais responsáveis pela cultura consumista, sendo esta resultante dos avanços tecnológicos e científicos levados a cabo pelo país.

O percurso do inglês como Língua Franca foi cimentado pela contínua evolução tecnológica e a expansão do comércio à escala internacional. Foi este último aspeto que deu o impulso necessário para encontrar uma língua que se considerasse “universal”, ou seja, que possibilitasse a comunicação à escala mundial (Pires, 2002), mas que mantivesse uma posição cultural e politicamente neutra (Brannen et al., 2017). Dito isto, o ELF (*English as Lingua Franca*) apresenta várias características que demonstram a sua funcionalidade, tais como a sua flexibilidade em se expandir em áreas com diferenças linguísticas, geográficas e culturais. Isto quer dizer que o Inglês como Língua Franca pode ser considerado como uma forma específica de comunicação intercultural (House, 2012). Devido à proliferação da língua, o inglês passou a ser a língua mútua de interação das empresas, e como tal o ramo empresarial adotou o Inglês Empresarial (*Business English*). O Inglês Empresarial como Língua Franca (*Business English as Lingua Franca – BELF*) é definido por Louhiala-Salminen et al. (2005) da seguinte forma:

BELF refers to English used as a ‘neutral’ and shared communication code. BELF is neutral in the sense that none of the speakers can claim it as her/his mother tongue; it is shared in the sense that it is used for conducting business within the global business discourse community,

whose members are BELF users and communicators in their own right – not ‘non-native speakers’ or ‘learners’ (p.403).

Resumidamente, BELF é o uso dado ao inglês em contexto empresarial. Este inglês apresenta propriedades específicas. Ellis & Johnson no seu livro *Teaching Business English - Oxford Handbooks for Language Teachers* (1994, p.7) dividem as características em três categorias: *sense of purpose* (finalidade)², *social aspects* (aspectos sociais)² e *clear communication* (comunicação clara)². Na primeira, relacionada com a finalidade da língua, afirmam que a língua é, frequentemente, mais objetiva do que subjetiva e pessoal, dando o exemplo de uma reunião na qual os participantes avaliam os factos de forma objetiva, ao invés de partilhar opiniões pessoais. Na segunda categoria, aspectos sociais, é referida a necessidade de estabelecer contactos com parceiros de negócios. Adicionalmente, é mencionado como por vezes estes encontros são breves, não só por causa do tempo disponível por ambas as partes, que é limitado, como também pela diferença horária, esta última difícil de contornar por vezes. Isto faz com que seja adotado um estilo de comunicação educado, mas breve e direto, mantendo qualquer tipo de comportamento não profissional fora da equação. Por último, na comunicação clara, sublinham a importância de partilhar a informação sem que sejam cometidos quaisquer tipos de erros que possam dar aso a interpretações erradas. Como consequência da globalização e das parcerias com empresas estrangeiras, estas três categorias são praticadas cada vez mais em regime online, pois a deslocação a outros países para fazer negócios não é sempre necessária e/ou obrigatória. Cada vez mais os negócios são realizados à distância. Contudo, estas “regras” de comunicação empresarial mantêm-se, nomeadamente o discurso breve, direto e cuidado, para prevenir falhas na comunicação e respeitar o tempo reservado para a interação entre as duas partes. No que diz respeito ao ramo empresarial, estas sociedades apresentam, na maioria dos casos, um guia de estilo próprio que as auxilia na divulgação de informação pertinente ao cliente. Este documento apresenta várias vantagens, sendo que neste contexto a principal está relacionada com a linguagem utilizada pela empresa. O guia de estilo ajuda na uniformização do discurso, e a sua implementação fará com que a identidade que a empresa seja consistente em qualquer língua que possa vir a trabalhar.

² Tradução livre

2.5 A comunicação multilingue inserida na área do têxtil em Portugal

Em Portugal, a comunicação multilingue é feita maioritariamente em inglês. Segundo um estudo feito pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), no ano de 2016, 71,8% da população portuguesa afirma saber, no mínimo, uma língua estrangeira. Dentro deste grupo, o inglês é a língua mais conhecida, representando 59,6% do total. Em segundo lugar encontra-se o francês, com 21,5%, e o espanhol, com 14,8%.

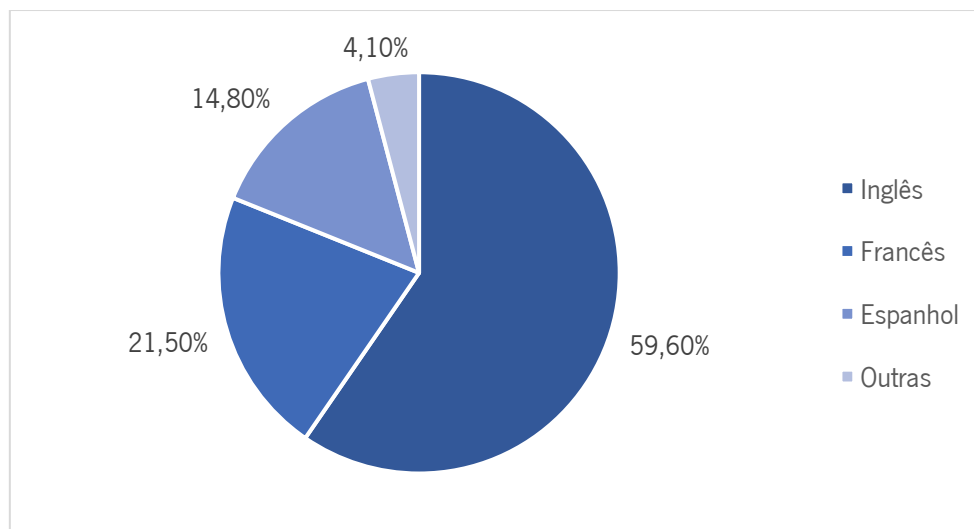


Figura 2. Percentagem de línguas estrangeiras conhecidas pelos portugueses

Refletindo de novo sobre os 59,6% pertencentes ao inglês, é possível aferir que 33,8% das pessoas que dizem conhecer a língua, conseguem expressar-se de forma razoável e são capazes de escrever textos/frases mais simples. Por outro lado, 25,6% das pessoas afirmam que dominam a língua, tanto a nível escrito como oral. Um outro dado importante em ter em consideração é que o conhecimento de línguas estrangeiras é mais elevado na população jovem, estudante e com escolarização. Em 2016, o conhecimento de línguas na faixa etária correspondente aos 18-24 anos correspondia a 91,6%, sendo que este número diminua gradualmente. Na faixa dos 55-64 anos, a percentagem era menor, com 49,9%.

Um documento lançado pela Direção-Geral da Educação e da Cultura da Comissão Europeia intitulado “As línguas são a alma do negócio: as línguas facilitam o funcionamento das empresas” (2009) afirma que:

Para as pequenas empresas, uma boa comunicação multilingue pode proporcionar oportunidades que marcam a diferença entre o êxito e o fracasso. As competências linguísticas constituem uma mais-valia para todas as actividades e não apenas para as vendas e o marketing. É possível resolver problemas de forma mais célere e evitar atrasos se existir uma comunicação direta entre as pessoas a todos os níveis.

De acordo com o estudo ELAN, apenas 48% das PME incluídas na amostra afirmaram dispor de estratégias linguísticas formais de apoio às suas atividades internacionais. Quase 40% das PME nem sequer trabalham com sítios Web multilingues. O estudo conclui que existe uma forte correlação entre o investimento em estratégias linguísticas, a percentagem de exportação das vendas e a produtividade da empresa (p.12).

A importância dada ao conhecimento de línguas estrangeiras pelas empresas reflete-se nos dados estatísticos apresentados, que afirmam que, nos últimos 10 anos, a quantidade de indivíduos que conhecem línguas estrangeiras aumentou substancialmente, com uma maior notoriedade no grupo dos “representantes do poder legislativo e executivo, dirigentes, diretores e gestores executivos” (INE, 2016). Segundo Crystal (2009, p.115), 80% da informação relacionada com organizações, empresas e ligações comerciais é guardada eletronicamente em inglês. Katie Forster (2014), no seu artigo publicado no jornal *The Guardian* intitulado “Languages are in vogue in the fashion industry” afirma que marcas de renome, como a Uniqlo, recrutam futuros funcionários de acordo com as competências linguísticas que possuem. Adicionalmente, refere que as línguas mais importantes na área da moda e do têxtil são o francês, o italiano e o inglês. No que diz respeito à área têxtil, esta língua está presente em todos os sentidos. Primeiramente, é a língua utilizada para comercializar os produtos com o exterior. Se uma empresa portuguesa se juntar a uma japonesa para fazer troca de produtos e/ou serviços, a comunicação será levada a cabo em inglês. Em certos casos, existe um agente entre as duas empresas e é essa pessoa que comunica em nome de ambas as partes, entre outras funções. Para exemplificar, se a empresa A quiser vender os seus serviços a uma empresa estrangeira C, então terá que usar o agente B para fazer as transações, sendo que este agente já trabalhou previamente com ambas as empresas. Isto significa que este agente é um intermediário independente que consegue comunicar nas línguas praticadas pelas

duas empresas. Naturalmente, esta pessoa terá de possuir um excelente conhecimento da terminologia utilizada no negócio em questão, assim como uma boa capacidade de comunicação nas línguas que estão a ser utilizadas de modo a evitar problemas na comunicação. Peng & Ilinitch (1998) referem que este intermediário, com um nível elevado de experiência na negociação internacional, consegue estabelecer uma ligação entre as diferentes culturas.

No que diz respeito à fluidez da comunicação de modo a ultrapassar as barreiras linguísticas, esta depende, muitas vezes, do conhecimento da tradução dos termos em ambas as línguas. No entanto, alguns dos termos carecem de tradução e apresentam no seu lugar um empréstimo. De acordo com Vinay & Darbelnet (1995), o empréstimo “ocorre quando uma palavra é introduzida diretamente numa outra língua para manter a mensagem da língua e cultura de partida (pp.31-32)”. Na terminologia da indústria têxtil, os empréstimos estão visivelmente presentes, e não acontece somente com o vocabulário em inglês, pois o francês, como foi referido anteriormente, tem igualmente uma influência forte neste setor. Este último está relacionado com a influência francesa na indústria da moda ao longo dos séculos, começando pela extravagância notória durante o reinado de Luís XIV (Jiménez & López, 2010, p. 136), e continuando com a expansão das marcas originárias da França, como a Louis Vuitton, a Chanel, a Cartier, entre outros.

Por ser a língua de comunicação entre empresas estrangeiras, como foi referido anteriormente, o inglês aparece frequentemente infiltrado no vocabulário português. Por outras palavras, mesmo que um termo tenha tradução em português, o mais recorrente é a utilização do empréstimo, pois este é o mais difundido e é o termo utilizado para a comunicação multilingue. Nos casos em que existe uma tradução oficial, esta por vezes nem é conhecida porque apenas se utiliza o empréstimo correspondente. O glossário elaborado pela CIETA (Centre International d'Étude des Textiles Anciens) encontra-se disponível em português, e compila uma extensa lista de termos relacionados ao têxtil, assim como a sua tradução para algumas línguas e uma definição padrão. Neste documento, é possível observar como certos termos ocorrem da mesma forma, independentemente da língua, como é o caso de *batik* (processo de tingimento) e *dauphine* (tipo de tecido). Contudo, existem também expressões que têm tradução em português, apesar do mesmo não acontecer nas outras línguas, como é o caso de “chiné por portadas” e “canelado de duas teias”, que aparecem no resto das línguas (alemão, francês, inglês, italiano e sueco) como “chiné à la branche” e “cannelé simpleté”, respetivamente. Curiosamente, apenas o português e o espanhol é que apresentam uma versão traduzida. O ponto dedicado ao Estágio Curricular abordará, com mais detalhe e com o auxílio de exemplos práticos, as ocasiões onde o termo

em questão pode ter uma tradução conhecida pelas pessoas da área têxtil, assim como outros termos que foram submetidos a outros processos de tradução, como o empréstimo e o decalque.

3. Objetivos estratégicos

Em termos de objetivos gerais a atingir durante o estágio, estes foram os seguintes:

- Analisar o fenómeno da comunicação multilingue e a sua importância no meio empresarial;
- Aplicar estratégias de tradução e de redação em língua inglesa, em conformidade com o tipo de texto apresentado;
- Criar conteúdo bilingue, nomeadamente em português e em inglês, de modo a aumentar a presença e visibilidade da empresa na internet;
- Desenvolver competências linguísticas;
- Utilizar as ferramentas de tradução e de desenvolvimento de websites para otimizar o trabalho.

No que diz respeito aos objetivos específicos, estes podem resumir-se nos seguintes pontos:

- Aprender a desenvolver procedimentos direcionados para a gestão de tempo e de tarefas em contexto laboral;
- Compreender a importância do inglês como língua empresarial;
- Perceber como é feita a comunicação com os clientes estrangeiros;
- Pôr em prática as competências adquiridas durante o mestrado em contexto de ambiente de trabalho profissional, nomeadamente a gestão de tarefas e a capacidade de identificar potenciais problemas e as respetivas soluções;
- Ter consciência no que diz respeito à noção de erro e à revisão de qualidade.

4. Estágio curricular

O presente capítulo analisa e descreve detalhadamente o trabalho elaborado no estágio curricular na empresa Têxteis José Campos, ao longo de três meses. O estágio decorreu no âmbito do segundo ano do Mestrado de Tradução e Comunicação Multilingue, em formato presencial, entre o 1 de fevereiro de 2022 até ao 29 de abril de 2022. Esta oportunidade surgiu devido à necessidade de a empresa expandir a sua presença no mercado internacional, dado que, até ao momento, todos os contactos eram feitos em português ou em inglês. A comunicação verbal era maioritariamente feita em português, mas nos casos em que se trata de comunicação escrita com o estrangeiro, no qual o inglês se tornava a língua principal, esta era, por vezes, apenas conseguida através da tradução automática disponibilizada pelo Google Tradutor. O uso desta ferramenta dificultava, por vezes, a comunicação devido aos seus resultados frequentemente falíveis. Como tal, a empresa necessitava de uma pessoa que assegurasse a qualidade em todas as situações que envolvessem mais que uma língua.

4.1 Apresentação da entidade acolhedora

O estágio foi realizado no seio de uma empresa têxtil sediada em Barcelos, a Têxteis José Campos. Esta caracteriza-se por ser uma empresa com uma história relativamente recente, tendo sido formada em 2013, mas que apenas ganhou ímpeto no ano de 2016. Para além dos parceiros nacionais, a TJC, como é conhecida, tem vindo a expandir-se no mercado internacional, nomeadamente na Europa, na Ásia e na América.

A função de orientador foi assumida por José Campos, o dono da empresa TJC, sendo ele a pessoa responsável por me atribuir as tarefas. Na sessão da apresentação, o orientador falou sobre a empresa, como esta funcionava, que objetivos pretendiam atingir, e como é que eu os poderia auxiliar na conquista das metas. Foi também apresentado um plano que se estendia por três meses, e no qual explicava o que era exigido de mim a cada mês. O primeiro mês focava-se na minha aprendizagem sobre o ramo têxtil, e a reconfiguração do website da empresa. Nos dois meses seguintes, o meu conhecimento seria então aplicado, não só na expansão do website, mas também em trabalhos de tradução mais práticos, nos quais cooperaria com as minhas colegas de departamento comercial.

Ao longo do tempo de estágio, reunimos diversas vezes, nomeadamente para avaliar o meu progresso, discutir conteúdos para serem exibidos no website, e explicar termos e conceitos da área que

eram desconhecidos e que poderiam beneficiar o meu trabalho. Refira-se que, no último mês de estágio, o orientador deu a oportunidade de realizar uma formação na área da publicidade e do marketing digital, pois entendeu que esta seria uma mais-valia para o meu percurso. Contudo, esta formação não decorreu devido ao seu cancelamento por parte da instituição responsável.

4.2 Funções desempenhadas no estágio

De acordo com o projeto delineado pelo orientador da empresa, o primeiro mês teve como foco a imersão da estagiária na indústria têxtil. Como eu não tinha quaisquer bases anteriores ao estágio, este mês foi essencial para progredir com sucesso nos desafios que me eram impostos pela empresa. Assim sendo, durante o mês de fevereiro, fui visitando os vários setores nos quais a empresa se dividia. As pessoas responsáveis por cada secção mostraram-se sempre disponíveis para partilhar qualquer informação que pudesse ser relevante para o meu trabalho, como também se disponibilizaram para resolver qualquer dúvida que viesse a surgir. No decorrer deste primeiro mês, e a par da aprendizagem que era desenvolvida todos os dias, fiquei, de imediato, responsável pelo website da empresa e pela redação de emails na língua inglesa. Apesar de estes últimos serem esporádicos, o trabalho desenvolvido no website era diário e nunca estanque, pois reunia-me com o orientador todas as semanas, tanto para lhe fazer perguntas e pedir opiniões, bem como para receber feedback do trabalho feito e novos trabalhos que necessitavam da minha intervenção.

O segundo mês de estágio, correspondente ao mês de março, foi caracterizado pela tradução de documentos mais curtos disponibilizados pela empresa, tais como fichas técnicas. Este tipo de documento era, por vezes, pedido por clientes estrangeiros pois continham toda a informação sobre a peça de roupa que pediram. Para além do que foi referido anteriormente, foi igualmente preciso prosseguir com a localização do website para inglês. Enquanto no primeiro mês estive encarregue de criar conteúdos e editar a estrutura da página web, no segundo o objetivo era apresentar esse conteúdo em inglês, pois foi a língua pedida pelo orientador. Para além do inglês, estava também disponível a auxiliar na comunicação em francês. Contudo, esta língua acabou por não ser utilizada, pois todas as empresas com as quais a TJC colabora comunicam apenas em inglês. Ao todo, a Têxteis José Campos já colaborou com empresas de treze países diferentes, sendo eles a Alemanha, Espanha, Estados Unidos da América, Filipinas, França, Grécia, Ilha da Reunião, Itália, Noruega, Países Baixos, Portugal, Reino Unido e Suécia. Isto demonstra a importância da comunicação multilingue, neste caso, para a língua

inglesa, como foi possível analisar no ponto 3.4 deste relatório, no qual é analisada a importância do inglês na comunicação multilíngue e como a língua ganha uma outra vertente quando associado com o aspeto ligado aos negócios internacionais (BELF).



Figura 3. Mercados globais explorados pela Têxteis José Campos

No último mês de estágio, e finda a edição e localização do website, abril foi o mês no qual pude visitar diversos locais onde ocorrem processos distintos da área têxtil, como as tinturarias, estamparias, entre outros. Depois de ver durante dois meses os processos desenvolvidos dentro da empresa e fora desta, pude, finalmente, perceber a evolução da peça têxtil, desde a ideia, para o protótipo, até à sua forma final. Após estas visitas, estava então pronta para traduzir o documento mais importante até à data, nomeadamente um manual do vendedor de uma empresa com sede nos Países Baixos.

4.2.1 Manutenção da página web

Durante os dois primeiros meses fiquei responsável pela criação de conteúdo, adaptação desse mesmo conteúdo para o website e localização do mesmo após concluídas as fases anteriores. Esta tarefa foi desafiante, pois poderia pôr em prova todos os conhecimentos de informática que adquiri ao longo da licenciatura em Línguas Aplicadas, assim como do corrente mestrado. O website que me fora apresentado nos primeiros dias estava praticamente vazio, à exceção de alguma informação sobre máscaras produzidas pela empresa durante o 2020. Como ninguém da empresa sabia trabalhar com o

Wordpress, um editor online que fora brevemente trabalhado na Unidade Curricular de Linguística de Corpus, essa tarefa ficou a meu cargo.

4.2.1.1 Estruturação e edição de conteúdo

Inicialmente, o website Têxteis José Campos consistia apenas em quatro páginas, sendo que duas delas estavam completamente vazias. A página inicial, como se pode ver pela Figura 4, tinha no seu corpo apenas um documento referente a uma produção interna (que não deveria estar como cabeçalho da página inicial, mas sim dentro de uma categoria própria) e uma lista de máscaras contra a COVID-19. As páginas Produtos/Serviços e Sobre estavam vazias, apenas mostrava a mensagem “aguarda conteúdo”, como se pode verificar na Figura 5. A página Contacto tinha as informações mais importantes sobre a empresa, como a sua localização e como a contactar.

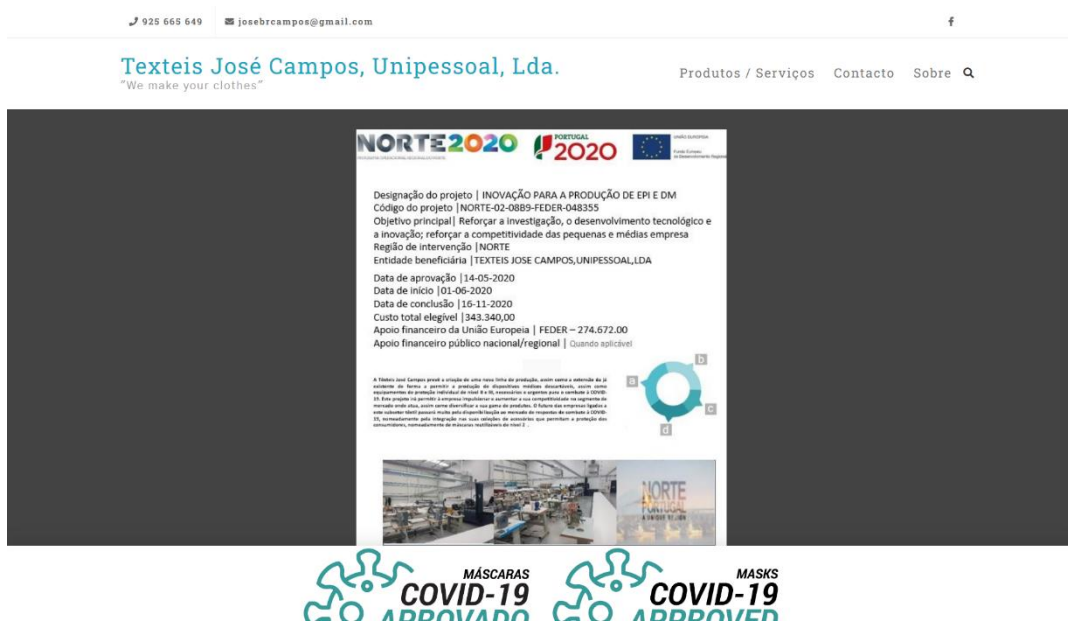


Figura 4. Página inicial do website sem alterações



Figura 5. Exemplo de uma subpágina sem alterações

Após uma reunião com o orientador, e depois de ouvir a opinião das colegas do departamento comercial, compilei uma lista de potenciais páginas que poderia adicionar ao website, assim como a informação que podia explorar em cada uma delas. Após a elaboração desta lista, dediquei-me à remodelação do website, a qual incluiu a mudança do tema do Wordpress e a instalação de *plugins*³ que me auxiliariam a desenvolver ainda mais o projeto. É o caso, por exemplo, da extensão “TranslatePress – Multilingual” que me permite mudar o idioma do website, ou seja, faz com que o website possa ser visualizado em duas línguas, neste caso o português e o inglês. Na Figura 6, é possível ver parte da página inicial, assim como as novas categorias que foram adicionadas no cabeçalho.



Figura 6. Página inicial na fase final

³ Programa informático destinado a acrescentar funcionalidades a outro programa

Tal como mencionado anteriormente, foi necessário criar conteúdo para expandir e melhorar o website. O conteúdo concentra em si redação de textos, compilação de imagens elucidativas ao tema e um conjunto de informações sobre a empresa, porventura já existentes, que tivessem relevância na sua respetiva categoria, como é o caso da página “Contactos”. Para as restantes páginas web, que contêm mais texto, o objetivo foi o de dinamizar a informação da melhor forma possível, de modo a que estas se tornassem apelativas a quem as visitasse. Dito isto, o texto foi sempre apresentado de uma das seguintes maneiras: ou acompanhado por imagens sobre o ramo têxtil, ou inserido num gráfico. Gostaria de acrescentar que todo o processo foi acompanhado pelo orientador que, após dar indicações sobre o que era pretendido, me deu bastante liberdade para executar as tarefas da forma que eu achasse mais conveniente, desde que o trabalho fosse concluído com qualidade.

Nas Figuras 7 e 8 é possível ver duas das vias que decidi seguir para transmitir a informação. Na Figura 7, o texto é acompanhado com uma imagem referente ao têxtil, enquanto na Figura 8 o tema “fluxo de trabalho” é apresentado de acordo com uma sequência.



Figura 7. Conteúdo criado na secção "Sobre nós"



Figura 8. Conteúdo criado na secção "Fluxo de trabalho"

No total, o website apresenta atualmente doze páginas, sendo elas: Início, Sobre Nós, Como Trabalhamos (Objetivos e Fluxo de Trabalho), O Que Fazemos (Materiais e Técnicas), Certificações (PME Líder '19, Better Cotton, GOTS 6.0), Galeria, Contactos e Política de Privacidade. Como foi referido anteriormente, inicialmente o site tinha apenas quatro páginas.

4.2.1.2 Localização da página web

A localização⁴ foi uma das tarefas executadas durante os primeiros dois meses de estágio. Esta tarefa, anteriormente trabalhada somente em contexto académico, reuniu em si os conhecimentos e as competências obtidas durante o mestrado, desta vez num domínio registado no Wordpress. Como a localização engloba, tanto a adaptação linguística, como a cultural, é importante ter em consideração que a forma como o conteúdo é apresentado pode mudar tendo em conta o mercado onde este conteúdo se vai inserir. Posto isto, tanto as páginas já existentes no website, bem como aquelas que foram criadas por mim, tiveram de ser repensadas. A ideia inicial consistia em expor a informação no site de forma criativa, mas sempre o mais breve e diretamente possível, e seguindo sempre uma estrutura similar ao resto do website para manter uma certa coesão. Contudo, o Wordpress limitou as minhas opções nesse aspeto porque não deixava mudar a estrutura da página só para uma língua. Por outras palavras, o

⁴ Corresponde ao processo de modificar produtos ou serviços, tendo em conta as diferenças de cada mercado.

website, apesar de se desdobrar em duas línguas, português e inglês, a estrutura do mesmo fica limitada à língua de origem do website, neste caso o português. Isto significa que, o que era colocado na página raiz do website, em português, aparecia também na página em inglês. Esta particularidade dificultou o resto do meu trabalho porque a visão que eu tinha para o website não podia ser alcançada. A forma mais fácil de contornar este obstáculo seria pagar por serviços do Wordpress para ter mais liberdade de personalização, mas o mesmo não aconteceu.

Devido a estas restrições, todo o conteúdo foi criado já a pensar nas duas páginas em simultâneo, ou seja, a estrutura da página em português e em inglês seria a mesma. As figuras 9 e 10 mostram um excerto da secção “Objetivos estratégicos”. Esta página foi editada na ferramenta de edição online Canva, enquanto os textos foram inseridos na CAT Tool⁵ memoQ para a conseqüente tradução. Desta forma, consegui colocar no website a informação mais relevante que a empresa pretendia partilhar, mesmo com as limitações mencionadas anteriormente.



Figura 9. Página "Objetivos estratégicos" em Português

⁵ Computer-aided translation (CAT) é um software de computador que auxilia o humano tradutor no processo de tradução.

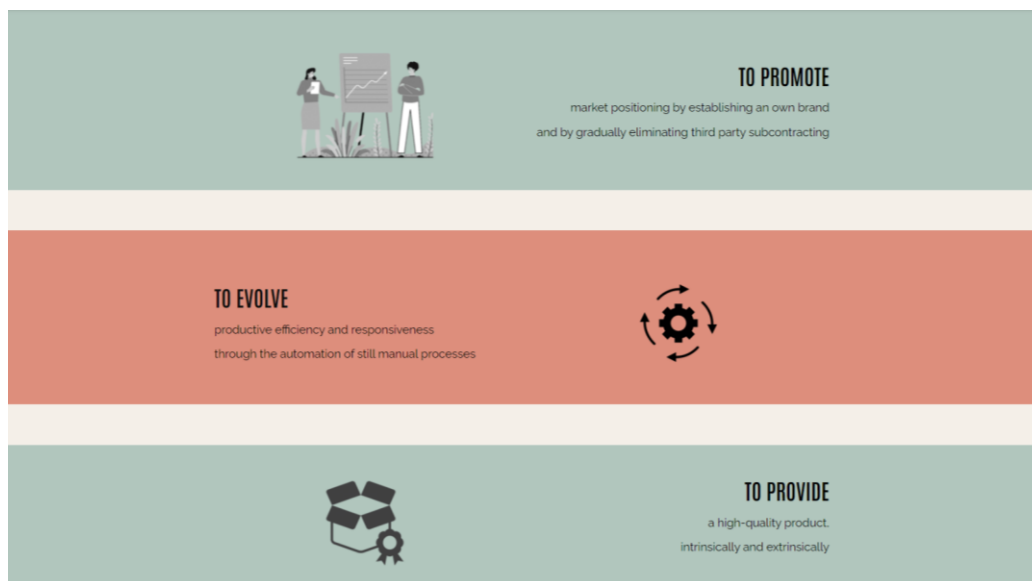
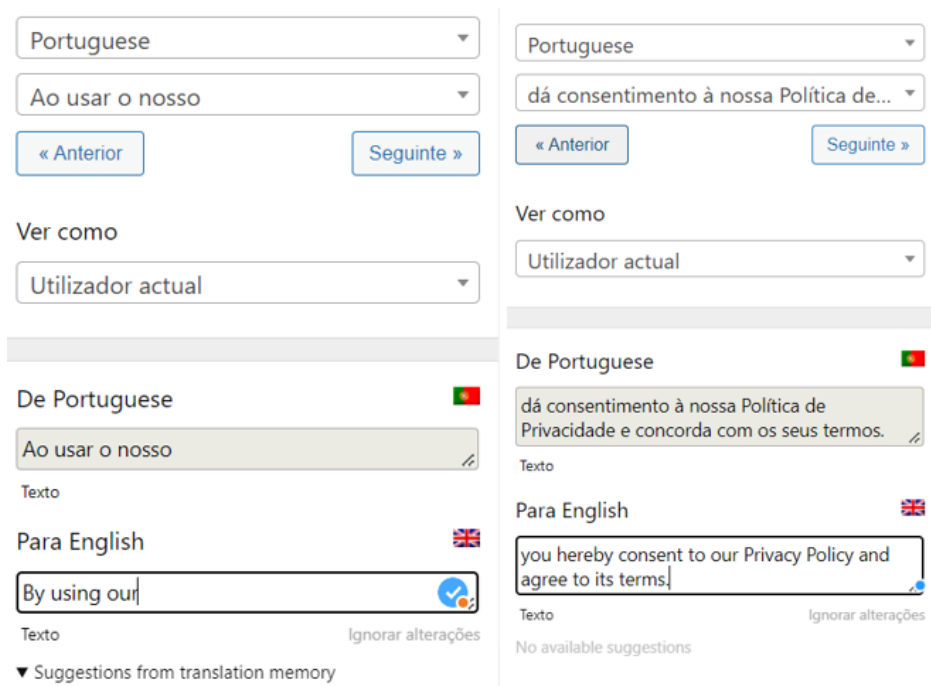


Figura 10. Página "Objetivos estratégicos" em inglês

Nos casos em que a tradução foi colocada diretamente no corpo da página, esta foi inserida numa extensão de tradução. Esta extensão complicou, por vezes, o trabalho porque esta foi programada para usar o Google Tradutor para traduzir o conteúdo. Quando a opção de tradução manual foi ativada por mim, reparei que as funcionalidades eram muito mais limitadas, mas, mesmo assim, era a extensão de tradução mais desenvolvida das que se podia encontrar e estava também disponível gratuitamente. A extensão divide o conteúdo textual em *strings* (cadeia de caracteres) e assume uma tradução 1:1, ou seja, cada palavra em português tem uma tradução literal em inglês, como se a estrutura entre as duas línguas fosse exatamente igual. Normalmente, as frases em português podem, por vezes, ser mais longas que o equivalente em inglês, o que elimina a possibilidade de uma tradução literal 1:1. Na figura 11, é possível ver como a extensão seleciona as *strings*. A frase presente no texto original em português é “Ao usar o nosso website dá consentimento à nossa Política de Privacidade e concorda com os seus termos”. Ora, a primeira *string* seleciona a primeira parte da frase “Ao usar o nosso”. A segunda *string* corresponde à segunda parte da frase, “dá consentimento à nossa Política de Privacidade e concorda com os seus termos”. É possível verificar que, para além da frase apresentar uma divisão, criando duas cadeias de caracteres diferentes, em nenhuma das duas aparece a palavra “website”. Apesar da palavra aparecer no site raiz em português, o Translate Press omitiu-a.



Consentimento

Ao usar o nosso [website](#) dá consentimento à nossa Política de Privacidade e concorda com os seus termos.

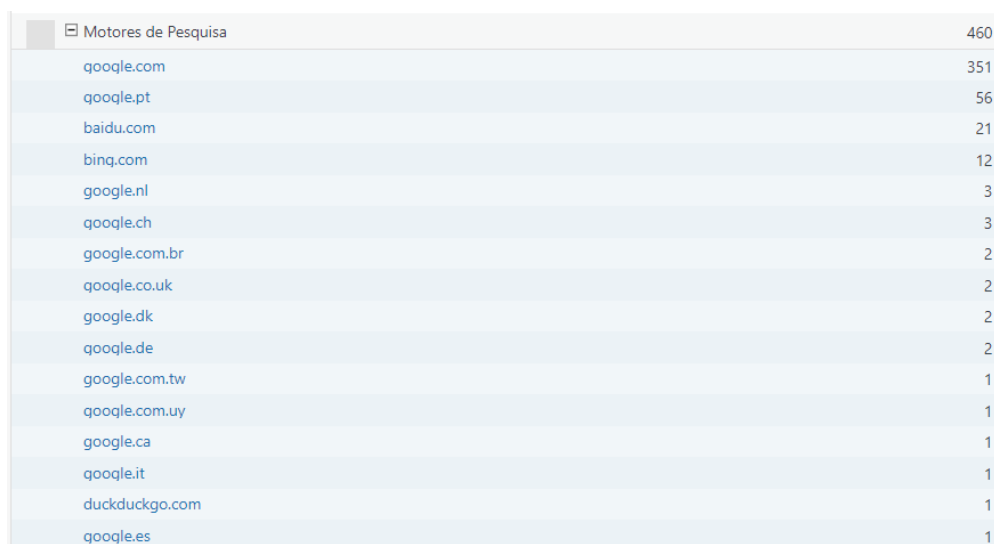
Figura 11. Tradução no TranslatePress

No caso representado pela figura 11, a omissão da palavra na *string* não causou conflitos porque a estrutura frásica manteve-se em inglês. No entanto, em casos em que houve mudanças na ordem das palavras, foi mais complicado dar a volta ao problema porque, como a palavra era omitida, não dava para a apagar e colocar no sítio onde era suposto aparecer. Para solucionar este problema foi preciso encontrar um compromisso entre o texto de partida e o texto de chegada. Felizmente, foram poucas as situações em que tal aconteceu. Posso concluir que, esta extensão é boa para quem quer o seu website traduzido, mas em termos profissionais é bastante limitadora e, no que diz respeito à tradução profissional, acaba por prejudicar o trabalho do tradutor porque este, ao contornar as restrições, pode acabar por não traduzir da forma pretendida.

Em suma, com esta tarefa consegui perceber melhor como a localização é importante, e como uma boa, ou má, execução da mesma pode comprometer a possibilidade de a empresa se integrar no mercado alvo eficazmente. Conclui que a localização vai para além da tradução, porque se trata também de uma adaptação do conteúdo a nível cultural. Esta adaptação pode acontecer de várias formas, sendo que, no meu caso, foi com o auxílio de figuras, imagens e esquemas de cores apropriados. Quando necessário, a reestruturação completa da página pode ser um elemento a ter em consideração.

4.2.1.3 Resultados a longo prazo

No decorrer dos três meses acompanhei constantemente o progresso do site, de modo a poder dar feedback ao orientador. No início de fevereiro, o número de visitas era nulo, tratando-se de um site “fantasma”. Estava desatualizado, sem qualquer tipo de conteúdo, e como tal não aparecia nas pesquisas do Google. À medida que as semanas foram passando, reparei que o número de cliques aumentara exponencialmente. Na extensão Jetpack, responsável por fornecer estatísticas diárias, mensais e anuais, deu para perceber que o site era pesquisado maioritariamente no Google.com que apresentava 351 cliques, em comparação com o Google.pt com 56 cliques. Isto significa que a maioria dos visitantes estarão, em princípio, fora do país. A figura 12 concentra todos os motores de pesquisa utilizados.



Motores de Pesquisa	460
google.com	351
google.pt	56
baidu.com	21
bing.com	12
google.nl	3
google.ch	3
google.com.br	2
google.co.uk	2
google.dk	2
google.de	2
google.com.tw	1
google.com.uy	1
google.ca	1
google.it	1
duckduckgo.com	1
google.es	1

Figura 12. Motores de pesquisa mais utilizados

De acordo com a figura, podemos constatar que o website foi visitado por indivíduos dos Países Baixos, Suíça, Brasil, Reino Unido, Dinamarca, Alemanha, Taiwan, Uruguai e Espanha, por esta mesma ordem. Adicionalmente, não é possível saber a que países pertencem os acessos registados em Google.com.

Um outro dado estatístico a ter em atenção está relacionado com as páginas que mais são visitadas. Ao aceder a este número é mais fácil compreender quais são as informações que mais interessam aos visitantes, ou seja, o foco nessas páginas será maior. De acordo com a figura 13, as

páginas mais visitadas são as que correspondem a informações básicas sobre a empresa. Isto mostra que quem visita tem curiosidade sobre a empresa e pretende saber mais sobre ela, o que pode significar que quem visita pode tornar-se num possível cliente no futuro.

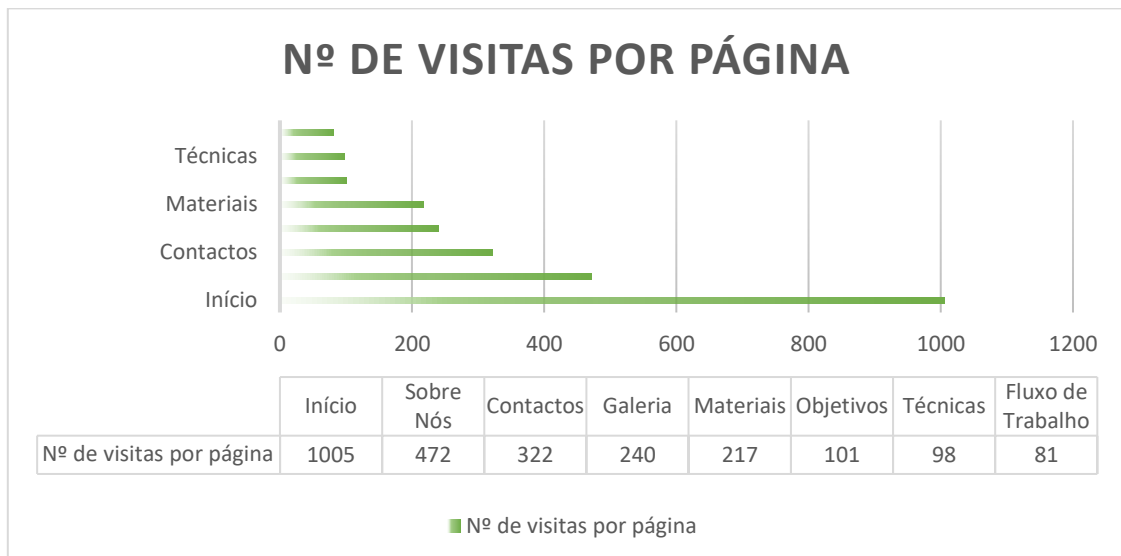


Figura 13. Páginas mais visitadas

Até ao fim do mês de setembro de 2022, o website apresentou ao todo quatro mil visualizações totais. Apesar de parecer um número pequeno quando comparado a empresas de maior escala, é de notar que o website não recebia visitas, devido ao facto de estar bastante desatualizado e não aparecer nas pesquisas do Google. Este número corresponde a cerca de oito meses, desde o início do meu estágio até ao mês de setembro.

4.2.1.4 Compreender o público-alvo

Um dos desafios impostos com a edição do website, com a criação de conteúdos em português e a sua localização para inglês, era entender quem era o público-alvo/mercado-alvo. É neste contexto que entra, mais uma vez, a importância das estratégias a serem empregues pelo tradutor, de modo a que este consiga um resultado que satisfaça as necessidades do recetor do texto (Teoria de Skopos). Antes de produzir qualquer conteúdo, reuni-me com o orientador para selecionar informação, pois nem tudo o que se quer publicar é importante, e por vezes conteúdo a mais pode afastar potenciais clientes devido à sobrecarga de informação. Para além disso, este conteúdo deve alinhar-se com as características dos potenciais clientes que a empresa pretende alcançar. Os dados da figura 13 ajudaram

bastante neste sentido, porque conseguia perceber que tipo de informação era mais procurada, e aquela que não despertava interesse a quem visitava a páginas.

Nos casos em que o número de visitantes era mais baixo, partilhei os resultados com o orientador para tentar perceber o porquê das páginas em questão não serem apelativas. Isto aconteceu em várias páginas que apresentavam informações sobre máscaras reutilizáveis para combater a COVID-19. A empresa fabricava essas máscaras e apresentava no website os tipos de máscaras diferentes, assim como o certificado de cada uma. O que se verificou foi que essas páginas eram muito pouco visitadas, e as únicas interações registadas eram feitas por *bots* (robôs) que deixavam comentários, sendo que estes eram claramente spam e não interações reais.


TJC- 14R-BPS		5
#568 (not found)		3
TJC- 09 R		2
TJC-07		1

Figura 14. Número de visualizações nas páginas referentes às máscaras reutilizáveis

No universo de quatro mil visitas, as páginas nas quais era apresentado conteúdo sobre as máscaras reutilizáveis (TJC 14BR-BPS, TJC 09R e TJC 07) representavam apenas um total de oito visitas, o que corresponde a 0,2% do total de cliques registados. Retirar estas páginas do website foi uma decisão conjunta, pois tanto eu como o orientador percebemos que a procura de máscaras não era tanta como no início da pandemia, o que significa que o interesse por esse produto também diminuiu consideravelmente. Esta fase inicial do meu trabalho foi diferente, no sentido em que não se tratava de tradução, mas sim de marketing. No entanto, considero que o desafio foi ultrapassado com sucesso, e o número crescente de visitas e a demonstração de interesse por parte dos clientes pode comprová-lo.

Durante este projeto, recorri várias vezes ao material partilhado na unidade curricular de Introdução ao Marketing, lecionado no terceiro ano da Licenciatura de Línguas Aplicadas. Para além de relembrar conceitos que já estavam um pouco esquecidos, consegui também aplicar estratégias partilhadas pelas docentes.

4.2.2 Redação de emails

A redação de emails foi uma segunda competência exigida durante o meu percurso, sendo que esta consistiu em auxiliar na resposta a emails, neste caso em particular, a clientes provenientes dos Países Baixos e da França. É de notar que a língua de comunicação foi sempre o inglês. Os emails eram enviados a uma colega de departamento que, para se assegurar que a comunicação era feita sem desentendimentos entre as duas partes, teria que se certificar de que os emails eram redigidos de forma clara e direta. Dito isto, a colega reencaminhava o email em português para mim, assim como as informações que necessitavam de ser transmitidas, e eu teria que transformar isso num corpo de texto em inglês. É dentro deste contexto que o conceito de *Business English* mencionado previamente é praticado e aplicado, pois os emails eram redigidos com uma linguagem formal, cuidadosa, breve e direta. Na tabela abaixo será possível ver uma dessas interações. Na coluna da esquerda encontra-se o texto redigido em português pela minha colega, e à direita a minha tradução para o inglês.

Português (original)	Inglês (tradução)
<p>Olá Julien e Kenza,</p> <p>Antes de mais queria desejar-vos um bom ano e que seja um ano cheio de coisas boas para todos nós.</p> <p>Já comecei a tratar do vosso pedido e em breve terei uma ideia de preço. Os preços que te vou dar são feitos com os consumos de uma t-shirt similar àquela que vimos em novembro, para consumos mais reais teria de ter a tua peça para trabalhar a modelagem.</p> <p>Gostaria de te enviar se fosse possível uma amostra de malha que penso compensar mais para a vossa encomenda</p> <p>ps: o vosso é projeto é o meu primeiro projeto mas estou a trabalhar em equipa com a melhor comercial da nossa equipa</p>	<p><u>Dear</u> Julien and Kenza,</p> <p>First, I would like to wish the two of you a happy new year. Hopefully this will be a good year for all of us.</p> <p><u>I am writing this email</u> to inform you that I have started processing your order and soon I will be able to indicate the production cost. The prices that will be given are calculated with the same values of a similar t-shirt we saw in November.</p> <p>For a more realistic and accurate calculation, we would need a sample of your piece of clothing for the modelling.</p> <p>If possible, I would like to send you a sample of a type of knit that I think would fit your order the best.</p> <p><u>Best regards</u>,</p>

	<p>P.S: this project we are working on is my first, but I can assure you the team involved is composed by the very best.</p>
--	--

Tabela 2. Redação de um email bilingue.

A redação do email em inglês teve os seus obstáculos, relacionados maioritariamente com as mudanças ao nível da estruturação frásica, sintática, e da necessidade de aplicação da terminologia correta. Assinalado a vermelho estão alguns exemplos da terminologia utilizada, e que foi posteriormente adicionada à minha base terminológica. Esta última corresponde a uma base de dados, muitas das vezes multilingue, constituída por terminologia e informação relacionada com esta. A criação de uma base terminológica pessoal foi bastante vantajosa durante o meu percurso, pois permitiu criar uma uniformização na tradução dos termos, estando ainda em constante atualização. Dado que nos três meses de estágio a função de tradução era apenas trabalhada por mim, quis assegurar-me que as traduções não apresentavam discrepâncias e que os termos eram sempre traduzidos pelo mesmo correspondente.

Quanto à estrutura do email, esta apresentou alguns problemas no texto de chegada. A colega, não compreendia, por vezes, algumas decisões tomadas por mim no texto em inglês, por não corresponder ao que ela pretendia comunicar em português. Depois de falar com ela, percebi as suas dúvidas quanto à minha tradução. Antes da minha intervenção a nível redaccional, os emails eram redigidos de acordo com a tradução automática dada pelo Google Tradutor, sendo que este, na maioria das vezes, apenas traduz as palavras e não muda a estrutura frásica de acordo com a língua de chegada. Isto significa que todos os emails enviados até à data tinham sido traduzidos literalmente, ou seja, o texto foi traduzido palavra por palavra da língua de partida para a língua de chegada. Ademais, esta tradução literal (ou direta) não corresponde à estratégia de tradução estudada por mim durante o meu percurso académico, pois esta foi feita automaticamente por uma máquina, e não de forma consciente por um tradutor. Assim sendo, nos casos em que não houve um consenso imediato por falta de compreensão da língua inglesa, foi necessário dialogar e chegar a uma posição em que ambas estivéssemos confortáveis, isto é, a tradução final teria de agradar à colega, porque era ela que enviava o email para o cliente e tinha mais conhecimento sobre o assunto, como também teria que seguir um modelo de produção textual que assegurasse a continuidade do Inglês Empresarial. Na tabela 2 podemos verificar algumas das adições feitas ao TC, realçadas pelo sublinhado, para ir de encontro ao que seria de esperar do Inglês Empresarial. No decorrer da tradução consultei por diversas vezes o *The Multilingual Business*

Handbook: A Guide to International Correspondence (1991) para me certificar de que os termos que utilizava estavam a ser bem empregues, e para aprender mais expressões que desconhecia até ao momento.

Curiosamente, à medida que as conversações iam avançando, a linguagem por parte do cliente passou de formal para semiformal. Por vezes, os emails careciam de saudações e despedidas, como se se tratasse de uma conversa mais casual. Após alguma pesquisa, encontrei um caso de estudo intitulado “Writing Business Emails in English as a Língua Franca - how informal can you be?” de Lena Petterson (2015) que analisa a formalidade dos emails redigidos pelos participantes do estudo. Fiquei a saber que este tipo de mudanças na linguagem pode acontecer em contexto empresarial, mais concretamente nos casos em que o intervalo entre emails é mais curto, ou seja, é como se tratasse de uma conversa presencial sem interrupções. Para além disso, o mesmo documento menciona que a ausência de despedidas é bastante mais recorrente do que a ausência de saudações. Esta última ocorreu muitas vezes nos emails enviados pelo cliente.

4.2.3 Tradução de fichas técnicas

Durante o decorrer dos três meses, estive igualmente encarregue de traduzir um conjunto de fichas técnicas. Estas fichas correspondem a documentos da empresa, ou de outrem, que contêm informações sobre as peças, como por exemplo, qual era o processo de lavagem destas peças, que materiais eram trabalhados, entre outros. A finalidade destas fichas era auxiliar os clientes e informá-los sobre as diferentes propriedades da peça, explicar o processo da mesma, e referir os serviços que a empresa oferece. A tradução destas fichas foi importante na expansão da base terminológica criada no início do estágio, pois ajudou na consolidação dos termos e na diversificação de vocabulário especializado dentro de um domínio técnico.

A figura 15 corresponde a um documento sobre a malha. Esta ficha reúne várias informações importantes sobre a malha, como o tamanho e as alterações provocadas pelos diferentes processos (tinturaria, acabamentos e lavagens). No fim da página, aparecem as recomendações de lavagem com o auxílio dos símbolos de lavagens.

Ficha Técnica de Malha					Ref.º:														
Estrutura:					Fornecedor:					Máquina N.º									
Diâmetro:					Jogo:					Ref. forn.º:									
Composição:					Fios														
Código	Fornecedor	Descrição			%	LFA													
Observações																			
Tinturaria / Acabamentos					Operações Realizadas					Amostra de Malha Acabada									
Largura:					Peso/m2:														
Estabilidade Dimensional					%														
Encolhimento Máximo (Comprimento)																			
Encolhimento Máximo (Largura)																			
Espiralidade (Torção)																			
Resistência ao Pilling					Grau														
Número de ciclos:																			
Observações																			
Recomendado (símbolos de lavagem)																			
Lavagem 40°C	Não branquear	Não secar a seco	Max. 110°C	Não limpar a seco															
Data: __/__/__										Assinatura: _____									

Knit Technical File					Ref.º:														
Structure:					Supplier:					Machine n.º									
Diameter:					Gauge:					Ref. given.º:									
Composition:					Yarn														
Code	Supplier	Description			%	LFA													
Observations																			
Dyeing / Finishes					Finished Tasks					Sample of the finished knit									
Width:					Weight/m2:														
Dimensional Stability					%														
Shrinkage Rate (length)																			
Shrinkage Rate (width)																			
Spirality (twist)																			
Resistance to Pilling					Degrees														
Number of cycles:																			
Observations																			
Recommended (washing symbols)																			
Wash warm	Do not bleach	Do not dry	Iron cool (Max 110°C)	Do not dry clean															
Date: __/__/__										Signature: _____									

Figura 15. Ficha técnica em PT (esquerda) e a sua tradução em ING (direita)

Em termos de funcionalidade dentro da empresa, esta ficha acompanha a peça durante a sua transformação. Para exemplificar, a malha, quando chega tem a primeira parte da ficha preenchida (estrutura, fornecedor, diâmetro, jogo, ...); quando sai da empresa para ser tingida ou modificada, é preenchida a segunda parte (operações realizadas, pedaço da amostra agrafado no círculo); na fase final, correspondente à lavagem, é preenchida a última parte (encolhimento, número de ciclos, grau).



Figura 16. Exemplo de símbolos de etiquetagem

Estes pictogramas foram criados com a norma ISO 3758, implementada pela primeira vez em 1993 e revista nos anos de 2005 e 2012. Esta norma corresponde, segundo o CITEVE (Centro Tecnológico Têxtil e Vestuário) a um sistema de etiquetagem de conservação, com a ajuda de símbolos, que informa os consumidores sobre os tratamentos mais adequados para os artigos têxteis. A maior

vantagem deste sistema é a sua universalidade, isto é, os símbolos são os mesmos, independentemente do país de origem.

No geral, para a tradução desta ficha, decidi realçar primeiro todos os termos que pudessem trazer problemas, tais como “jogo”, “encolhimento” e “pilling”. Coloquei também em destaque todos os termos na secção “símbolos de lavagem”, porque tinha a noção de que poderia já haver uma tradução oficial uma vez que se tratam de instruções de lavagem, o que provou ser verdade. Contudo, a mesma não pôde ser consultada porque estava apenas disponível na Biblioteca do ISEL (Instituto Superior de Engenharia de Lisboa). No entanto, consegui ter acesso ao mesmo documento, mas em inglês e em espanhol, o que me auxiliou no processo de tradução. Dado que esta tradução foi feita relativamente cedo, no início do estágio, não conhecia alguns dos termos pertencentes à área têxtil. No caso da palavra “jogo”, sabia de início que a sua tradução não seria “game”. Contudo, por ser uma palavra utilizada sempre no mesmo contexto, a única tradução que as pesquisas me davam era “game”. A colaboração com o professor e orientador Fernando Ferreira Alves foi crucial nesta fase porque me ajudou no processo de pesquisa e partilhou dicas sobre como encontrar certos termos, como é o caso de “jogo”, que neste contexto é traduzido por “gauge”.

4.2.4 Tradução de um manual

A tradução de um manual de doze páginas foi o último grande projeto do estágio. Este documento corresponde a um contrato celebrado entre a Têxteis José Campos e um dos seus clientes provenientes dos Países Baixos. No seu corpo explica o que é pretendido da TJC e a forma como esta deve proceder no decorrer do processamento do produto, desde o início até à sua expedição. Divide-se em seis pontos principais: “Development and Production”, “Quality Control”, “How to Measure”, “Testing and REACH Compliance”, “Packaging and Shipping” e “Manufacturing Agreement – Sign Off”. Em suma, este manual de doze páginas era constituído por uma lista extensa de regras que a TJC deveria cumprir, desde a produção da coleção, até ao seu envio. Na maioria dos casos, as instruções eram muito rígidas e o não cumprimento das mesmas poderia trazer problemas à empresa porque esta não cumpriu o acordo entre as duas partes. Quando li o documento pela primeira vez, reparei de imediato na grande quantidade de termos têxteis que não conhecia. Como foi demonstrado ao longo do relatório, o nível de compreensão da língua inglesa por parte das minhas colegas não era suficientemente bom para compreender o manual na sua totalidade, o que significa que muita da informação presente no

documento não iria ser compreendida a 100%. Este veio a ser o maior desafio do documento, porque teria de fazer bastante pesquisa, de modo a certificar-me de que as traduções estavam corretas. Para além disso, como isto se tratava de instruções a serem seguidas, quis ter a certeza que o texto era facilmente compreendido pelas colegas. Dito isto, no decorrer do processo tradutório, o diálogo com as colegas de departamento e o orientador José Campos foram constantes de modo a conseguir entregar o documento dentro do prazo limite.

A tradução foi realizada na ferramenta memoQ. Este software foi disponibilizado no início do primeiro ano de mestrado na unidade curricular de Ferramentas e Recursos para Tradução, lecionada pelo professor Fernando Ferreira Alves. Fornece um conjunto de funcionalidades propícias à ocasião, como a possibilidade de criar e atualizar memórias de tradução (base de dados que armazena palavras, expressões e segmentos de frase previamente traduzidos), ajudar na criação de uma base terminologia e a possibilidade de gerir vários tipos de ficheiros, o que demonstra a multiplicidade de vantagens que o programa tem. Dito isto, a ferramenta facilita tanto o processo de tradução, como a posterior revisão porque deteta a terminologia utilizada e guardada na sua base terminológica, e avisa quando a terminologia apresenta mais que um correspondente na memória de tradução.

88	<ul style="list-style-type: none"> Attach a hardcopy of the Fit Approval Sheet updated with the sample-stage targets & actual sample measurements. 	<ul style="list-style-type: none"> Anexe uma cópia impressa da Ficha de Aprovação do Fit atualizada com os objetivos da fase de amostra & as medidas da amostra atual 		Confirmed
89	Please do not use plastic folders for the FA sheets – simply fold and staple the hard copy to the swing tag.	Não utilize micas de plástico para as folhas da FA - apenas dobre e agrafe a cópia impressa à hang tag.		Confirmed (62%)
90	<ul style="list-style-type: none"> The PPS used for the final sign-off will be sent back to the supplier to follow as a bulk reference – together with the final fitting comments. 	<ul style="list-style-type: none"> O PPS usado para a aprovação final deve ser enviada de volta para o fornecedor poder seguir a referência da produção - juntamente com os comentários finais do fit. 		Confirmed
91	Bulk sign-off:	Sign-off da produção:		Confirmed
92	<ul style="list-style-type: none"> The supplier is responsible to ensure that the target measurements given at the grade are 100% aligned with what is signed off at the PPS, together with the final comments. 	<ul style="list-style-type: none"> O fornecedor é responsável por assegurar que as medidas dadas na grelha estejam 100% alinhadas com o que foi autorizado no PPS, juntamente com os comentários finais. 		Confirmed
93	<ul style="list-style-type: none"> Supplier is urged to be on the lookout for inconsistencies and to flag any mistakes! 	<ul style="list-style-type: none"> O fornecedor é encorajado a estar atento às inconsistências e a assinalar quaisquer erros. 		Confirmed
94	<ul style="list-style-type: none"> Bulk cannot start until the go-ahead has been given from the team at the PPS stage 	<ul style="list-style-type: none"> A produção não pode começar enquanto a equipa não tiver dado luz verde na fase de PPS 		Confirmed
95	<ul style="list-style-type: none"> SMS fabric and trims are the standard for production unless informed otherwise at SMS comments. 	<ul style="list-style-type: none"> O tecido SMS e os passamanes são o padrão para a produção, salvo informação contrária nos comentários dos SMS. 		Confirmed
96	In all other cases, lab dips are required.	Em qualquer outro caso, os lab dips são exigidos.		Confirmed
97	<ul style="list-style-type: none"> The Supplier is responsible for bulk fabric approval according to agreed standards. 	<ul style="list-style-type: none"> O Fornecedor é responsável pela aprovação do tecido da produção, de acordo com os parâmetros combinados. 		Confirmed
98	Please send a bulk cutting to the office to keep on file for all materials	Envie uma folha de corte da produção para o escritório de modo a arquivar todos os materiais		Confirmed
99	<ul style="list-style-type: none"> If the outcome deviates from the approved standard, bulk fabric cuttings must be sent to the office for approval before shipping from the mill. 	<ul style="list-style-type: none"> Se o resultado se desviar dos padrões aprovados, as folhas de corte da produção devem ser enviados para o escritório para aprovação antes da expedição a partir da fábrica. 		Confirmed
100	<ul style="list-style-type: none"> If fabric consumption is divided into several lots for each lot approval has to be given. 	<ul style="list-style-type: none"> Se o consumo do tecido for dividido em vários lotes, será necessário uma aprovação para cada lote. 		Confirmed
101	<ul style="list-style-type: none"> Care labels to be ordered via nominated supplier 	<ul style="list-style-type: none"> As etiquetas de composição terão de ser encomendadas pelo fornecedor indicado. 		Confirmed
102	Labeling info	Informação de etiquetagem		Confirmed
103	Care Label	Etiqueta de Composição		Confirmed
104	For Top styles such as Coats, jackets, blazers, dresses, woven tops, tees, sweats, skirts, etc:	Para estilos Top como Casacos, blusões, blazers, vestidos, camisolas, t-shirts, sweats, saias, etc:		Confirmed
105	<ul style="list-style-type: none"> Inserted in left wearers side seam, 11cm from edge 	<ul style="list-style-type: none"> Colocá-la na costura lateral do lado esquerdo, a 11cm da 		Confirmed

Figura 17. Tabela RTF produzida pelo memoQ

Quando recebi o documento por email, tomei a decisão de o imprimir para poder tomar apontamentos na própria folha e para realçar as expressões e termos que pudessem causar mais problemas. Desde logo, apercebi-me de um pormenor que me poderia trazer obstáculos, que era o facto de o documento não ter sido redigido por alguém cuja língua nativa era o inglês. Após conversar com o departamento foi-me explicado que a empresa era dos Países Baixos e quem redigiu o manual tinha o inglês como segunda língua. Por outras palavras, todo o texto estava em inglês, mas por vezes a linguagem utilizada era uma tradução literal da língua falada por essa(s) pessoa(s). Alguns dos termos que apareciam estavam mal-empregues quando utilizados na língua inglesa, isto porque quem redigiu o documento não tem o inglês como língua materna. Esta característica textual deu aso a alguns percalços, nomeadamente no ponto 2.4 – *Checklist defects* (Lista de verificação de defeitos), disponível no ponto dedicado aos Anexos. Esta subsecção compila seis tabelas, sendo que cada uma delas categoriza diferentes tipos de defeitos que podem existir na malha. Contudo, a descrição destes detalhes era, por vezes, muito curta, e tornava-se difícil perceber a informação, pois esta aparecia descontextualizada. Esta secção tinha também alguns erros de ortografia e de pontuação que dificultaram ainda mais o entendimento da tabela. Alguns dos substantivos estavam em letra maiúscula a meio da frase, o que me leva a crer que alguma da informação poderá ter estado inicialmente escrita em alemão, pois é uma língua que partilha esta particularidade na escrita. É de lembrar que toda a informação nestas listas era extremamente importante para a empresa pois nenhum destes defeitos poderia aparecer nas peças enviadas para o cliente.

Tipo de erro	Exemplo
Pontuação e ortografia	Wrong, size, colors, and the number of pieces in the box, staples, pins, needs, bugs, etc.
	Missing, ot wrong ones used
Capitalização	Dirt mark, Oil stain, watermark, other stains
	Unravelling, Peeling/cracking, ink smear, embellishment missing
	Excessive Fraying/pilling, residual debris (stone, sands, etc)

Tabela 3. Tipos de erros encontrados na secção dos defeitos

Um segundo problema recorrente estava relacionado com o uso de empréstimos no português. Ao longo do estágio, e ao analisar as conversas entre colegas, apercebi-me que parte do discurso era feito em inglês. Para exemplificar, as colegas procuravam por um **PPS** arquivado para comparar com o que fora agora pedido, pediam orçamento para as **hang tags**, dividiam os erros em **major** e **minor** e estabeleciam prazos para a entrega dos **SMS**. Ora, todos os termos realçados a negritos têm um correspondente em português, mas este não era utilizado durante o discurso. Curiosamente, em alguns dos casos como PPS e SMS, sabiam o que era e em que contexto eram utilizados, mas não sabiam o significado da sigla. Quando questionadas sobre as siglas, as colegas de departamento informaram-me que eram “amostras proto” e “amostras do cliente” respetivamente. Nas caixas onde estas amostras estavam guardadas, eram apenas apresentadas as siglas correspondentes em inglês. Não havia uma explicitação ou tradução em português que auxiliasse no entendimento das siglas. O mesmo se passou com as *hang tags*, pois nunca se referiam a elas como etiquetas, mas apenas ao correspondente em inglês.

Confrontada com este problema de tradução, e após deliberar as hipóteses com o professor Fernando Ferreira Alves, decidi manter as siglas tal como elas se apresentam. Contudo, adicionei a tradução em português porque o termo “amostra” era utilizado, embora em menor escala. O objetivo desta adição era o de me certificar que as siglas eram entendidas na sua totalidade, não deixando, assim, margem para dúvidas. Já com o termo *hang tag*, este foi mantido porque nenhum correspondente era utilizado pelas pessoas da empresa.

As conversações que tive com as pessoas do departamento comercial, assim como conversas com outras pessoas da área têxtil não pertencentes à empresa, deram a entender que cada empresa utiliza uma terminologia diferente, ou seja, talvez numa outra empresa seja utilizada uma tradução de *hang tag*, um PPS passa a ser uma amostra proto e um SMS uma amostra do cliente. Isto significa que cada empresa tem a sua identidade própria, assim como regras e guias de estilo em termos comunicacionais, e para manter essa identidade é necessário ter um grande conhecimento sobre os termos técnicos utilizados pela empresa.

4.3 Desafios impostos pelo trabalho desenvolvido

Como já foi referido ao longo do relatório, no decorrer da realização das tarefas propostas, encontrei alguns obstáculos que, por vezes, abrandaram o ritmo de trabalho. Contudo, a maior parte do tipo de

problemas que enfrentei já tinham sido trabalhados durante a licenciatura e mestrado, o que fez com que o ritmo não fosse muito afetado. A experiência obtida durante o meu percurso académico fez com que conseguisse resolver de forma mais prática alguns problemas, como na escolha de tradução de termos e que estratégias a utilizar e como as aplicar, precisamente porque já tinha passado por experiências parecidas anteriormente em exercícios feitos em contexto de sala de aula. Tinha também à minha disposição várias ferramentas que poderiam facilitar o meu trabalho, assim como uma capacidade de pesquisa mais refinada. Adicionalmente, o facto de estar a estagiar em formato presencial na empresa facilitou o meu trabalho porque podia facilmente procurar informação pertinente para o meu trabalho. Nos casos mais complicados nos quais não teria uma maior segurança nas escolhas que estaria prestes a fazer, não hesitei em pedir ajuda aos orientadores e às colegas de departamento. Alguns dos desafios mais relevantes estão relacionados com a complexidade sentida na terminologia têxtil, e a limitação a que fui exposta na localização do site.

4.3.1 A terminologia e a sua complexidade

A terminologia pertencente à área têxtil foi, sem dúvida, o desafio mais complexo, pelas mais diversas razões. Em primeiro lugar, a lista de termos têxteis é longa, o que fez com que a minha base terminológica estivesse em constante atualização. A maioria dos vocábulos novos foram encontrados no manual do vendedor, como aliás seria de esperar, por se tratar de um documento que lida com vários parâmetros alusivos às características dos produtos a serem manufaturados.

Em segundo lugar, a “problemática” da tradução ou não tradução dos termos. Ao longo do meu percurso, percebi que muitas das expressões utilizadas pelas pessoas na empresa estavam em inglês. Por diversas vezes perguntei aos colegas o que significava uma certa palavra ou expressão em português, mas não me conseguiam dar uma resposta exata, apenas contextualizando a palavra. Para exemplificar, no manual aparecia a palavra *fit* e *fitting*, como na frase:

At the PPS stage, we are checking and finalizing fabric reaction, components, styling, **fit**, sizing, workmanship, and grading.

Apesar de conseguir compreender o que as palavras significam, não encontrava nenhum correspondente em português. Como tal, pedi ajuda às colegas, mas elas também não me conseguiam dar um equivalente de *fit* e *fitting*, sendo que a única explicação que me deram foi “é a forma como

assenta”. Esta palavra acabou por se tornar num dilema, pois não sabia se tentava traduzir o termo (mesmo não encontrando nenhuma tradução satisfatória), ou se deixava estar o termo em inglês. Acabei por optar pela segunda opção, porque esta era a palavra utilizada na fábrica para descrever a forma como uma peça fica na pessoa. É aqui que entra, mais uma vez, a importância do seguimento dos guias de estilo implementados pelas empresas, porque, caso eu tivesse traduzido o termo, este não teria o mesmo peso que “fit/fitting”, ou seja, do empréstimo.

Por último, e ligado ao que foi dito no ponto anterior, queria salientar a força do vocabulário inglês e a forma como este acabou por infiltrar por completo a indústria têxtil. O exemplo mais notório está relacionado com os tipos de tecido usados na fábrica, pois muitos deles não têm tradução para a nossa língua. É o caso do jersey e do interlock, que correspondem a empréstimos do inglês, e do jacquard, um empréstimo francês. De acordo com os glossários que foram consultados ao longo do estágio, sendo eles o *Glossário de termos têxteis e afins*, de Manuela Pinto Costa, e *Vocabulary of Technical Terms – English*, de Lisa Monnas, estes empréstimos não são exclusivos a Portugal, pois outros países também carecem da sua tradução. Contudo, os empréstimos não são a única estratégia de tradução utilizada, pois o decalque é também bastante recorrente. Este procedimento corresponde a uma fusão do empréstimo e da tradução literal/direta, pois recorre à forma presente no texto de partida e traduz de forma literal os elementos lá presentes. É o caso de “droguete”, um tipo de tecido que é conhecido em inglês e em francês por *droguet*, e também de “gregue”, um tipo de fio de seda que nas duas outras línguas é apelidado de *grège*, havendo, por isso, uma naturalização.

Como foi referido no ponto 4.2.4., por vezes há possibilidades de tradução, mas o empréstimo tem prioridade, como é o caso do *strike off* (amostra digital) e *lap dip* (amostra de cor-padrão). Este é um exemplo claro da tradução como ato comunicativo e intencional, ou seja, entra aqui a Teoria de Skopos de Hans J. Vermeer, que nos diz que o tradutor, no decorrer do seu trabalho, deve ter sempre em consideração o público-alvo e o contexto em que o ato tradutório se concretiza. Como eu sabia que “amostra digital” e “amostra cor-padrão” não eram termos utilizados na empresa, optei por não traduzir e continuando, por isso, com o original, pois sabia que este seria entendido por qualquer pessoa do têxtil que fosse ler o documento.

4.3.2 Localização do website

No ponto 4.2.1, no qual descrevi todo o processo de edição da página web oficial da empresa, fiz referência à ferramenta de tradução disponível no Wordpress (ver ponto 4.2.1.2). Como foi dito anteriormente, esta extensão multilingue era muito limitadora pois obrigava-me a fazer uma tradução palavra a palavra, o que piora a qualidade da tradução. Tendo em conta que, na maioria dos casos, a língua inglesa usa menos palavras para transmitir a mesma informação do que em português, certos segmentos de frase apareciam sem correspondente inglês, como se pode verificar na figura 11, no ponto 4.2.1.2. Este problema dificultou principalmente a formatação do texto, pois apareciam espaços em branco e palavras por traduzir. Nas secções do site em que dei prioridade a figuras para expor a informação pertinente, estas foram afetadas também pela falta de funcionalidades da extensão, pois não poderia ter um esquema diferente para cada língua: o que aparecia em português iria também aparecer no inglês. Neste caso, tive de contornar as limitações do website, o que fez com que tivesse a ideia de criar pictogramas, porque assim o website assumia-os como “imagens” e já me deixava inserir conteúdo diferente, consoante a língua em que estava a editar no momento. A figura 18 corresponde a uma parte do pictograma criado para demonstrar o fluxo de trabalho da empresa.



Figura 18. Parte do fluxo de trabalho da TJC

5. Análise retrospectiva sobre o estágio

Considero que as tarefas desenvolvidas na Têxteis José Campos foram concluídas com sucesso, apesar do percurso ter sido apenas de três meses. Isto foi conseguido graças a todo o pessoal da empresa e ao meu orientador de estágio, que sempre me acompanhou atentivamente. Senti-me, desde o início, confortável na empresa, pois a minha opinião era sempre muito valorizada, como se eu fizesse parte da equipa há mais tempo. Para além disso, o orientador José Campos sempre me deu bastante liberdade, no sentido em que confiava na forma segundo a qual eu geria as tarefas. Referiu, por diversas vezes, que tinha plena confiança em mim porque entendia bem os objetivos da empresa e conseguia separar a informação útil da menos importante. Os discursos do orientador motivaram-me bastante, porque as palavras de coragem e incentivo faziam com que eu desse o meu melhor todos os dias. Um dos receios que estava bem presente antes de começar o estágio era o de não me conseguir integrar na equipa e de me sentir desmotivada, mas esses pensamentos não se tornaram realidade. As curtas e espontâneas visitas a estamparias, tinturarias e confeções foram também bastante benéficas para o meu trabalho. Ajudaram-me a perceber melhor os temas que traduzia: em suma, passaram de palavras no ecrã para uma realidade. Ademais, consegui também tirar várias dúvidas que, caso não tivesse a oportunidade de realizar estas visitas, demorariam mais tempo a serem solucionadas.

Apesar de, no início, ter tido um certo receio em não conseguir completar as tarefas tão rápido como seria de esperar, isto não aconteceu porque, na maioria dos casos, os prazos de entrega eram flexíveis, e o orientador depositou confiança total em mim, o que fez com que tivesse também mais confiança no trabalho que apresentava. Saliento também a importância que foi dada à pesquisa. Uma significativa parte do tempo foi passada a pesquisar sobre a indústria têxtil e os seus componentes. Foi determinante para o meu trabalho porque conseguia assim pôr em prática conceitos que, sem contexto, parecem abstratos. A par da pesquisa está o diálogo com os colegas. Como nunca tinha trabalhado no ramo têxtil, muitos dos termos e ideias que apareciam diariamente eram completamente desconhecidos, o que fez com que tivesse que pedir ajuda, não só às colegas do departamento comercial, como ao orientador e a outros funcionários da empresa. Este diálogo foi fundamental pois ajudou, de certo modo, o meu ritmo de trabalho, porque ajudavam-me a compreender as coisas de forma mais simplificada. Por outras palavras, conseguia filtrar melhor as minhas pesquisas, o que fazia com que eu perdesse menos tempo nelas, e conseguisse prestar mais atenção às tarefas atribuídas.

Por fim, queria também realçar que, o facto de viver numa cidade em que o têxtil é a área mais predominante, fez com que ganhasse um respeito maior por todo o trabalho que acontece à porta fechada.

Em suma, considero que a minha experiência na Têxteis José Campos foi bastante positiva. Para além das tarefas relacionadas com a tradução, pude também criar conteúdos para o website. O uso da criatividade foi muito encorajado pelo orientador, que me deu sempre muita liberdade de escolha e mostrava sempre que confiava no meu trabalho.

6. Conclusão

Neste capítulo será feita uma última análise sobre os aspetos principais da globalização e do papel do inglês que esta língua representa, assim como um balanço final relacionado com as atividades realizadas no estágio.

A globalização das empresas é uma realidade que, apesar de ser falada e tida como um dado adquirido, apresenta razões para continuar a ser estudada. Certos eventos a nível mundial podem mudar a trajetória da globalização em contexto empresarial, como foi o caso da Cortina de Ferro, e é necessário estar constantemente em adaptação para acompanhar os progressos, ou o declínio, da globalização. A tradução não é exceção, pois esta deve sempre “andar de mão dada” com a globalização. Das quatro dimensões referidas no ponto 2.1 (económica, política, cultural e ecológica), a económica é a que apresenta um maior número de obstáculos para a tradução. É necessário encontrar um equilíbrio entre a globalização e a tradução, pois uma área não deve ser maior do que a outra, ou seja, a tradução não pode ser comprometida em prol da globalização. Como foi referido por Anthony Pym (2006, pp.744-745), a utilização de ferramentas que assegurem a preservação dos princípios dos Estudos da Tradução é imprescindível.

No que diz respeito às Línguas Francas, estas sofreram alterações ao longo dos séculos, isto porque a evolução da globalização influenciava a forma como os povos comunicavam. Apesar de não ter sido a primeira LF, o inglês tornou-se na Língua Franca Contemporânea devido aos progressos tecnológicos e à expansão do comércio a nível internacional. Hoje em dia, duas empresas que não partilhem a mesma língua materna encontram no inglês um elo de ligação. É aqui que surge o conceito de Inglês Empresarial, que corresponde a um tipo de inglês que se distingue do conversacional, pois é usado em contextos profissionais e apresenta características que o definem, como a escolha cuidada do vocabulário e das estruturas gramaticais, assim como um discurso curto, claro e direto, sem lugar para subjetividades. No decorrer do estágio, foi possível praticar as duas vertentes do inglês, nomeadamente na tradução de conteúdos do website, de fichas técnicas e de um manual do vendedor, e na redação de emails. Nesta última tarefa, consegui, por um lado, pôr em prática os conhecimentos sobre o inglês empresarial, como por outro lado, ter uma maior noção na importância do discurso. A existência de guias de estilo na empresa foi notória, e aqui compreendi melhor a sua influência na identidade que a empresa pretende definir e partilhar com os clientes.

Quanto aos objetivos delineados pelo orientador na reunião inicial, todos estes foram alcançados dentro do tempo previsto. Relativamente às tarefas executadas no estágio, pude tirar algumas conclusões, sendo que uma delas está relacionada com o trabalho feito em contexto de sala de aula e o que foi feito em estágio. Senti que estava bem preparada para o trabalho que me foi proposto, pois já tinha as ferramentas e as bases necessárias para concluir as tarefas a mim atribuídas. A única diferença está relacionada com o facto de se tratar de um ambiente laboral e de sentir uma certa “pressão” para acompanhar o ritmo de trabalho dos colegas. Dito isto, as traduções feitas para a empresa ajudaram a colocar em perspetiva o que nos foi dito durante o decorrer do mestrado.

Em suma, a possibilidade de fazer parte de uma empresa ainda em fase de crescimento foi bastante benéfica para mim. Não só senti que cresci com a empresa, como senti que a empresa cresceu com as minhas contribuições. Este estágio ajudou-me verdadeiramente a perceber que pretendo continuar a fazer trabalhos de tradução no decurso da minha vida profissional.

Bibliografia

- Acevedo, L. & Gonçalves, V. (2018). Tradutor vs. Localizador: O que é o modelo GILT? *AdolesCiência*, 5 (2), 63-103. <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/18525/1/Tradutor%20vs.%20Localizador.pdf>
- Adrados, F. R. (2005). *A History of the Greek Language: From Its Origins to the Present*. Brill. <https://smerdaleos.files.wordpress.com/2014/08/188327991-history-of-the-greek-language.pdf>
- Albuquerque, A. & Kruma-Ferreira, D. (2018) The Englishnization of Business: challenges and strategies. *E-Revista de Estudos Interculturais*, (6), 1-13. <https://doi.org/10.34630/erei.vi6.4062>
- Alves, A. (2014). *A Importância dos Guias de Estilo no Processo Tradutório* [Relatório de Estágio, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. https://run.unl.pt/bitstream/10362/13332/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio_Ana%20Sofia%20Alves.pdf
- Bargiela-Chiappini, F. (2009). *The Handbook of Business Discourse* (1ª ed.). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9780748631834>
- Baruah, S. (1999). Globalization – Facing the Inevitable? *World Policy Journal*, 16(4), 105-112. <https://www.jstor.org/stable/40209667>
- Blakesley, J., Pinto, S. R. & Munday, J. (2022). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications* (5ª ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429352461>
- Brannen, M., Piekkari, R. & Tietze, S. (2017). The Multifaceted Role of Language in International Business: Unpacking the Forms, Functions and Features of a Critical Challenge to MNC Theory and Performance. In Brannen, M. & Mughan, T (Eds.), *Journal of International Business Studies* (pp. 495-507). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-42745-4_6
- Crystal, D. (2009). *English as a Global Language* (2ª ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511486999>
- Darbelnet, J. & Vinay, J.-P. (1995). *Comparative Stylistics of French and English: a Methodology for Translation*. John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/btl.11>
- Darin, L. (2010). A tradução no contexto do mundo globalizado. *Intercâmbio*, 14, p.1-10. <https://revistas.pucsp.br/index.php/intercambio/article/view/3959>

- Direção-Geral da Educação, da Juventude, do Desporto e da Cultura. (2009). *As línguas são a alma do negócio: as línguas facilitam o funcionamento das empresas: recomendações do Fórum das Empresas para o Multilinguismo criado pela Comissão Europeia*. Serviço das Publicações. <https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/d5ee6ef0-986c-49e6-b8ac-71da8401efc6>
- Eibel, S. (2005). English, the lingua franca, as a global language and the decline of German as an international language of science. *GRIN Verlag*. <https://www.grin.com/document/53651>
- Ellis, M. & Johnson, C. (1994). *Teaching Business English – Oxford Handbooks for Language Teachers* (1ª ed.). Oxford University Press.
- Fernández, M. (2010). Foreign words in the English of textiles. In López, A. & Jiménez, R (Eds.), *English in the European Context: The EHEA Challenge* (pp. 127-148). Peter Lang. <https://core.ac.uk/download/pdf/32322613.pdf>
- Fisher, D. (2010). Computer-aided Translation. In Gambier, Y., van Doorslaer, L. (Eds.), *Handbook of Translation Studies*. (p.70). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/hts.1.comp2>
- Forster, K. (2014, janeiro 17). Languages are in vogue in the fashion industry. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/education/2014/jan/17/languages-career-fashion-industry>
- Fry, D. & Lommel, L. (2003). *The Localization Industry Primer* (2ª ed.). The Localization Industry Standards Association. <https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/LISA/L030625P.pdf>
- Gerritsen, M. & Nickerson, C. (2009). BELF: Business English as a Lingua Franca. In Bargiela-Chiappini, F. (Ed.), *The Handbook of Business Discourse* (pp. 180 – 189). Edinburgh University Press. https://www.researchgate.net/publication/289557702_BELF_Business_English_as_a_Lingua_Franca
- Holmes, J. S. (1972). The Name and Nature of Translation Studies. *Translated! Papers on Literary Translation and Translation Studies*, 172-183. <https://docenti.unimc.it/elena.digiovanni/teaching/2020/22450/files/the-name-and-nature-of-ts-holmes>
- House, J. (2014). English as a global lingua franca: A threat to multilingual communication and translation? *Language Teaching*, 47(3), 363-376. <https://doi.org/10.1017/S0261444812000043>

- Jenks, B. & Tapscott, D. (2014). Rethinking the United Nations for the Networked World - An Agenda for Strengthening the UN's Engagement through Global Solution Networks. *Global Solution Networks*. <https://gsnetworks.org/wp-content/uploads/Rethinking-the-UN.pdf>
- Kussmaul, P. (1995). *Training the Translator* (1ª ed.). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/btl.10>
- Leite, M., Farrajota, M., Santana, M., Monteiro, P. & Serra, C. (2018). *Vocabulário Técnico Português* (2ª ed.). CIETA. https://cieta.fr/wp-content/uploads/2019/09/Vocabulario_Portugues_09_19.pdf
- Louhiala-Salminen, L., M. Charles & Kankaanranta, A. (2005). English as a lingua franca in Nordic corporate mergers: Two case companies. *English for Specific Purposes*, 24(4), 401-421. <http://dx.doi.org/10.1016/j.esp.2005.02.003>
- Nord, C., Reiss, K. & Vermeer, H. J. (2014). *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained* (1ª ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315759715>
- Oliveira, C., Pacheco, S., Neves, S. & Lima, F. (2017). Educação e formação de adultos em Portugal: retrato estatístico de uma década. *Instituto Nacional de Estatística*, 1-16. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=28144812&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. (1953). *The Use of Vernacular Languages in Education*. UNESCO. <http://www.inarels.com/resources/unesco1953.pdf>
- Ostler, N. (2015). *The Last Lingua Franca: English Until the Return of Babel* (1ª ed.). Walker Books.
- Parker, B. (2005). *Introduction to Globalization and Business: Relationships and Responsibilities* (1ª ed.). SAGE Publications Ltd. <https://dx.doi.org/10.4135/9781446215869>
- Peng, M., & Ilinitich, A. (1998). Export Intermediary Firms: A Note on Export Development Research. *Journal of International Business Studies*, 29(3), 609–620. <http://www.jstor.org/stable/155528>
- Petterson, L. (2015). *Writing Business Emails in English as a Lingua Franca - how informal can you be? - An analysis of formality in BELF emails*. Stockholms Universitet. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:su:diva-118100>
- Pires, E. (2002). A língua inglesa: uma referência na sociedade da globalização. *Série Estudos*, (67), 11-32. <http://hdl.handle.net/10198/215>

- Pym, A. (1998). *Method in Translation History* (1^a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315760049>
- Pym, A. (2006). Globalization and the Politics of Translation Studies. *Meta*, 51(4), 744-757. <https://doi.org/10.7202/014339ar>
- Rifai, I. (2013). Various dimensions of globalization and their implications for the leadership and management of education. *Lingua Cultura*, 7(2), 88-90. <https://media.neliti.com/media/publications/166503-EN-various-dimensions-of-globalization-and.pdf>
- Rizal, A., Er, A., Ramli, Z., Jali, M., Besar, J., Asri, M. & Lyndon, N. (2013). Occidentalism and Latin Language: The Lingua Franca of Knowledge. *Asian Social Science*, 9(14), 50-53 <https://doi.org/10.5539/ass.v9n14p50>
- Rua, O., Melo, L. (2015). O papel da vantagem competitiva na relação entre internacionalização e desempenho das exportações: estudo de caso da EFACEC. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 14(1), 28-42. <https://www.redalyc.org/pdf/3312/331238457003.pdf>
- Samarin, W. (1968). Lingua francas of the world. In Fishman, J. (Ed.), *Readings in the sociology of language* (pp. 660-672). Mouton and Co. <http://doi.org/10.1515/9783110805376.660>
- Serra, P. (2014). As línguas francas em ciência e a questão dos paradigmas. In Martins, M. (Ed.), *A internacionalização das comunidades lusófonas e ibero-americanas de ciências sociais e humanas - o caso das ciências da comunicação* (pp. 261-276). Humus e Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/viewFile/2724/2632
- Steger, M.B. (2009). *Globalization: A very short introduction* (2^a ed.). Oxford University Press.
- Storozum, J. (2013). *The Role of Language in International Business: English as a Lingua Franca*. American University Library. <http://hdl.handle.net/1961/15163>
- Sun, S. (2014). Rethinking translation studies. *Translation Spaces*, 3(1), 167-191. <http://dx.doi.org/10.1075/ts.3.08sun>
- Toury, G. (1995). Descriptive Translation Studies – And Beyond. In Pym, A. (Ed.), *Exploring Translations Studies*. <https://doi.org/10.5007/2175-7968.2016v36n3p214>
- Wright, S. (2016). French: The Rise and Fall of a Prestige Lingua Franca. *Language Policy and Language Planning*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-1-137-57647-7_6

Wu, Y. (2013). Business English as a Lingua Franca (BELF). *International Education Studies*, 6(10), 130-134. <http://dx.doi.org/10.5539/ies.v6n10p130>

Webgrafia

Priberam Dicionário (n.d.) Pidgin. In *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*.
<https://dicionario.priberam.org/pidgin>

Priberam Dicionário (n.d.). Plug-in. In *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*.
<https://dicionario.priberam.org/plugin>

International Organization for Standardization. (2012). *Textiles – Care labelling code using symbols* (ISO Standard NO. 3758:2012) <https://www.iso.org/standard/42918.html>

Mufwene, S. (2022, agosto 31). Língua Franca. *Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/lingua-franca>

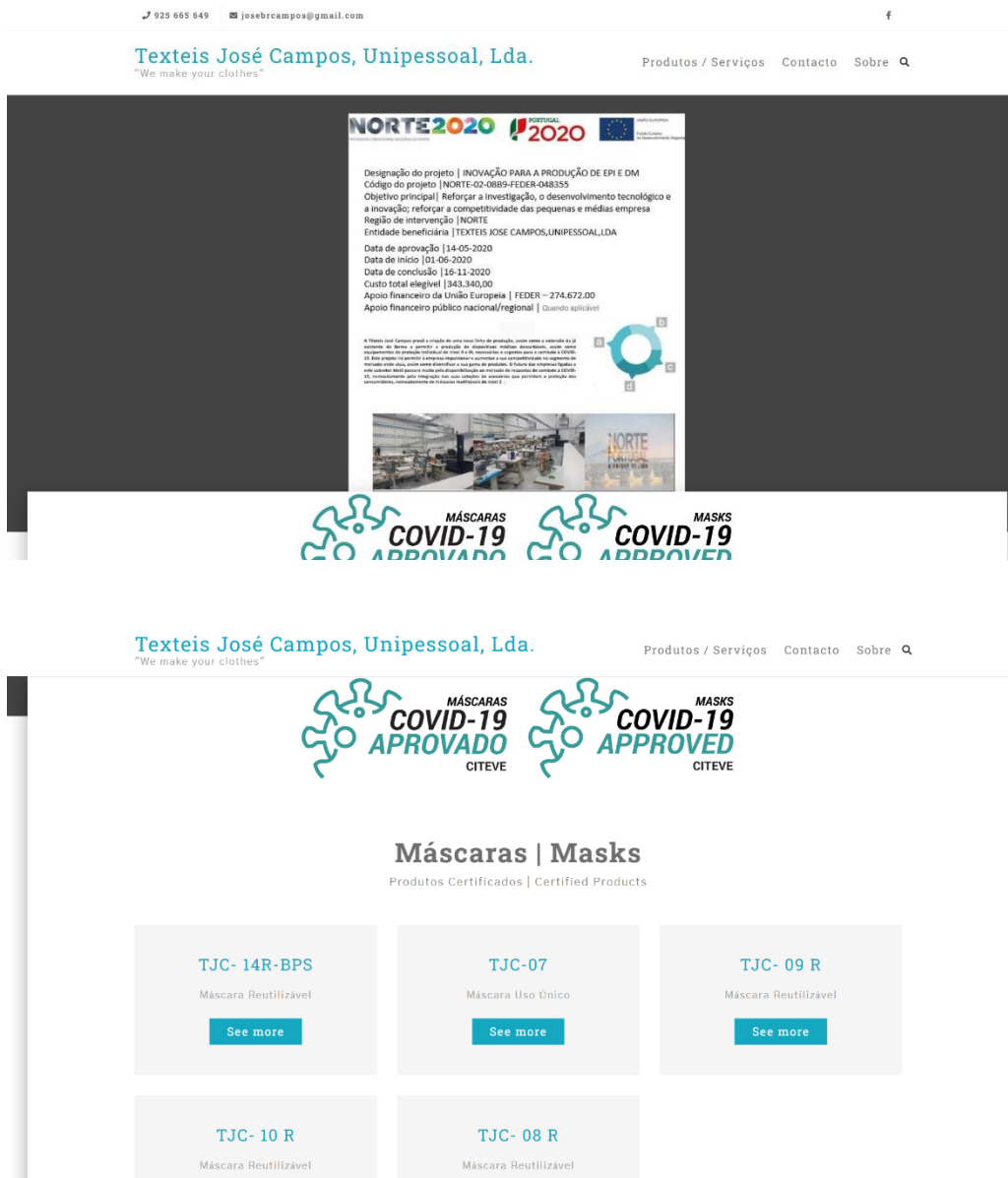
News, D. (2019, dezembro 18). When The World Spoke Arabic. *Muslim Heritage*.
<https://muslimheritage.com/when-the-world-spoke-arabic/>

Porto Editora. (n.d.). Cortina de Ferro. In *Infopédia*. [https://www.infopedia.pt/\\$cortina-de-ferro](https://www.infopedia.pt/$cortina-de-ferro)

Teoria interpretativa da tradução. (n.d.). In *Wikipédia*.
https://pt.frwiki.wiki/wiki/Th%C3%A9orie_interpr%C3%A9tative_de_la_traduction

Anexos

Anexo 1 – Capturas de ecrã do website antes da minha intervenção



#MORADA
RUA DOS CAMINHEIROS DE S.TIAGO Nº1160
BARCELOS
4750-064 LIJÓ

#TELEFONES
253 882 003
925 665 649

#EMAIL
josebrcampos@gmail.com

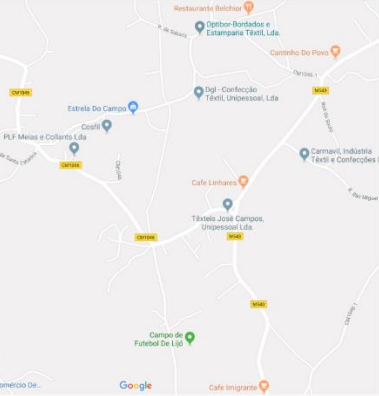
#COORDENADAS GPS
41.57707410116565,-8.615877628326416

Nome

Email

Mensagem

SUBMETER



aguarda conteúdo

Edit

INOVAÇÃO PRODUTIVA COVID-19

Portaria nº 95/2020 de 19de Abril de 2020



Copyright © Texteis José Campos. Powered by Mentimeter

#MORADA
RUA DOS CAMINHEIROS DE S.TIAGO Nº1160
BARCELOS
4750-064 LIJÓ

#TELEFONES
253 882 003
925 665 649

#EMAIL
josebrcampos@gmail.com

#COORDENADAS GPS
41.57707410116565,-8.615877628326416

Nome

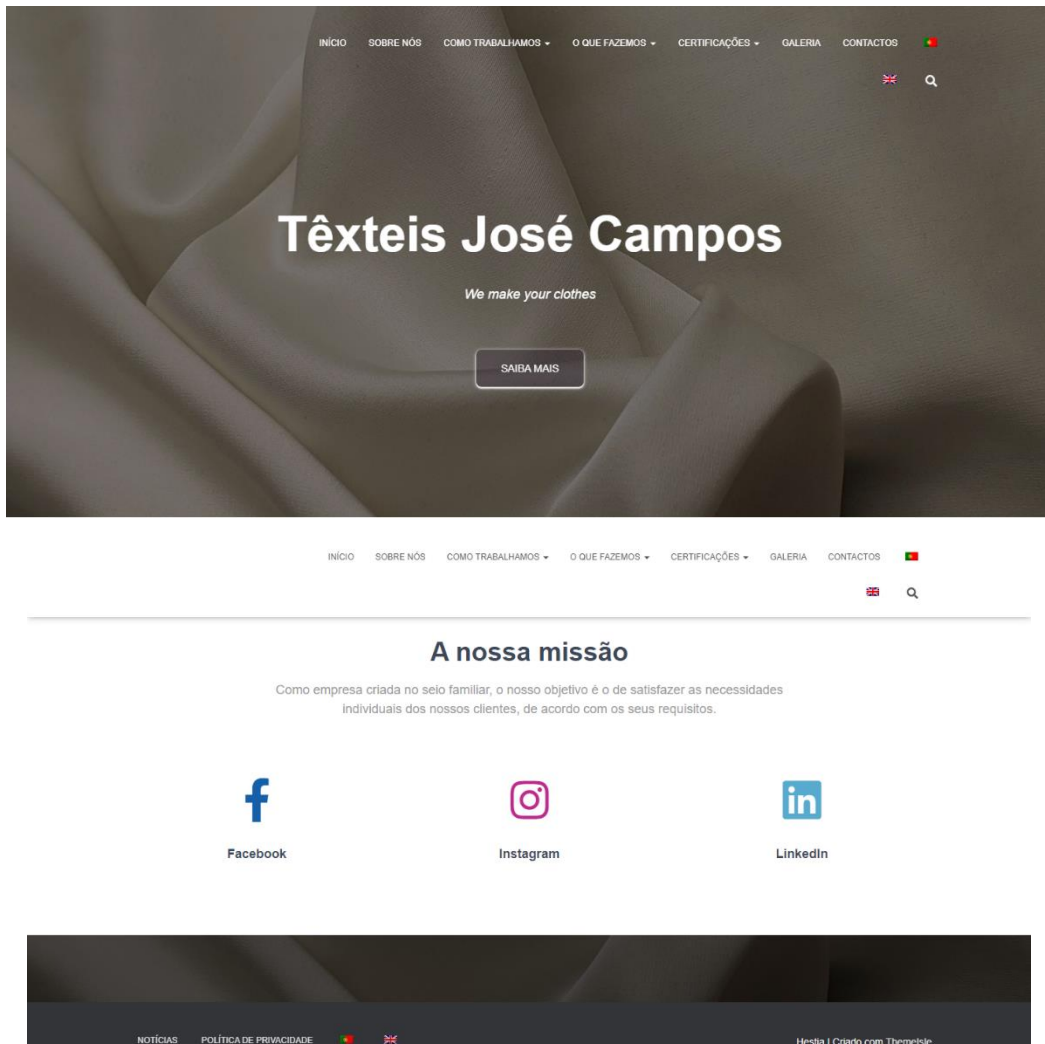
Email

Mensagem

SUBMETER

Edit

Anexo 2 – Capturas de ecrã relativas ao conteúdo criado para o website



Nome da empresa

Têxteis José Campos, Unipessoal LDA

Ano de fundação

2013

A empresa Têxteis José Campos, com a sua sede em Barcelos, Portugal, orgulha-se na sua rápida resposta às exigências do mercado e à sua adaptação no mercado no que diz respeito às contínuas necessidades da indústria têxtil que se encontra continuamente em evolução. Abraçamos os desenvolvimentos apresentados pelo mercado global e empenhamo-nos para dar soluções inovadoras aos nossos clientes.

Missão

A missão deste negócio de família é centrar-se nas necessidades individuais de cada cliente e, portanto, fabricar os produtos solicitados com o maior cuidado. A empresa está equipada com um vasto leque de máquinas que cumpre os requisitos técnicos únicos de tais produtos.

Orgulhamo-nos das matérias-primas de excelente qualidade utilizadas durante o processo para assegurar a criação de produtos de alta qualidade, que são posteriormente entregues ao cliente dentro do prazo estipulado por estes.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



PROMOVER

o reposicionamento no mercado via marca própria, eliminando gradualmente a subcontratação de terceiros


FLUXO DE TRABALHO

Para garantir a qualidade dos produtos, a Têxteis José Campos segue uma hierarquia eficiente e saudável. Todos os passos, desde o pedido por parte do cliente até à expedição, são alvo de um controlo de qualidade rigoroso.

PASSO 1. PROTÓTIPO

Fazer protótipo em malha similar disponível





Técnicas

- Alta frequência
- Bordados
- Estampagem all-over
- Estampagem digital
- Estampagem com borracha
- Estampagem com floco
- Estampagem tradicional
- Lavagem e tingimento pós-confeção
- Sublimação
- Transfer a laser



Navegação

- PME LIDER '19
- BETTER COTTON
- GOTS 6.0

GOTS 6.0

A GOTS foi fundada por quatro organizações com boa reputação: A Organic Trade Association (OTA, EUA), a Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN, Alemanha), a Soil Association (Reino Unido) e a Japan Organic Cotton Association (JOCA, Japão). A IVN e a JOCA são duas organizações inseridas na indústria têxtil, enquanto que as outras duas (OTA e Soil Association) são organizações orgânicas enraizadas na agricultura e na alimentação biológica. Juntas possuem uma vasta experiência na promoção de têxteis "orgânicos" pois já tinham desenvolvido normas individuais de transformação para têxteis orgânicos.

A GOTS surgiu do desejo de harmonizar estas normas para que fossem reconhecidas internacionalmente. A organização GOTS recorre ao aconselhamento e ao contributo de outras organizações de *stakeholders* internacionais relevantes e de peritos para a atualização regular das normas.



Sede
 Rua dos Caminheiros de Santiago N° 1160
 Barcelos
 4750-064 Lijó
 Portugal

Contactos
 +351 253 882 003
 +351 925 665 649
 josebrcampos@gmail.com

Coordenadas GPS
 41.57707410116565, -8.615877628326416



Política de Privacidade

Na Têxteis José Campos, disponível em <https://textejosecampos.pt/>, uma das nossas principais prioridades é a privacidade dos nossos visitantes. Este documento da Política de Privacidade contém tipos de informação recolhida e registada pela Têxteis José Campos, e informação sobre como a utilizamos.

Se tiver mais questões ou se necessitar de mais informações sobre a Política de Privacidade não hesite em contactar-nos.

Esta Política de Privacidade aplica-se apenas às nossas atividades online e é válida para os visitantes do nosso site web no que diz respeito à informação que estes partilham e/ou recolhem na Têxteis José Campos. Esta política não é aplicável a qualquer informação recolhida offline ou através de outras vias para além deste website.

Consentimento

Ao usar o nosso website dá consentimento à nossa Política de Privacidade e concorda com os seus termos.

Informação que recolhemos

As informações pessoais que lhe são pedidas, e as razões pelas quais lhe são pedidas, ser-lhe-ão esclarecidas no momento em que lhe for pedido que forneça as suas informações pessoais.

Se nos contactar diretamente podemos receber informações adicionais sobre si como o seu nome, endereço de e-mail, número de telemóvel, o conteúdo da mensagem e/ou anexos que nos possa enviar, e qualquer outro tipo de informação que nos queira fornecer.

Anexo 3 – Tradução de uma ficha técnica (Inglês para Português)

TINGIMENTO COM AGUARELA

■ Características do Tingimento

Para este tingimento, são aplicados na peça corantes (pigmentos, ácidos ou reativos), na forma de spray de modo a obter um aspeto colorido.

No final do tingimento, a cor da peça varia de acordo com a aplicação dos corantes em questão.

Preparação da Malha

A malha deve vir com 1/2 branqueação (preparada para tingir). Não pode ter acabamentos ou produtos químicos que isolem a malha. Os estampados devem ser tratados com cuidado. Normalmente só os estampados são termofixados. Isto causará uma enorme diferença entre a malha que foi termofixada e a que não foi (a termofixada é mais amarelada). Para não haver problemas no processo de tingimento, deve-se colocar toda a malha a ser usada na peça a termofixar, de modo a que as peças tenham o mesmo aspeto/preparação. Peças com lã e caxemira devem vir preparadas com tratamento anti-feltragem (tratamento à base de cloro) para que estas não feltrem durante o tingimento (para que não fiquem «duras» depois do tingimento). As peças com probabilidade de entrelaçamento devem vir com mangas e aplicações (exemplos: fitas, laços, cintos, etc) presas ao corpo.

Acessórios

Não é recomendado o uso de acessórios (fechos, rendas, bordados, fitas, estampados, colchetes, botões, etc) nas peças submetidas ao processo. No entanto, caso existam acessórios, estes devem passar por um teste prévio para verificar a sua resistência e comportamento.

Estes devem vir protegidos ou isolados. Todos os testes devem ser efetuados em cargas de produção, de modo a serem reproduzidos o mais aproximadamente possível de acordo com as peças em questão. As malhas e os acessórios devem ser os mesmos que os usados na produção.

Problemas & Defeitos

Como isto é um processo manual, é normal que haja variação de cor na ordem dos 20% a 30%.

Este tipo de tingimento não garante resistência na fricção, pois o pigmento é usado na superfície da peça. Pode haver situações de pequenas manchas na própria cor, até manchas em peças com mangas compridas (podem ser torcidas e apresentar riscas durante o processo). A cor dos estampados e das peças bordadas podem mudar porque há sobreposição dos pigmentos. Há ligeiras diferenças entre peças, vistas como tingimento irregular, e pela mesma razão, há pouca diferença entre produções.

Resistência da cor à luz: 2 sem alterações; **para lavar:** 2 a 5; **para água:** 2 a 5; **para perspiração:** 2 a 5; **para fricção:** 2 a 5. Para obter resultados mais concretos, deverá ser sujeita a ensaios de laboratório, cor a cor.

A percentagem de defeito a considerar para este tipo de tingimento é de 5% a 7%.

Contudo, é preciso ter em atenção o que o cliente considera defeito ou problema.

■ Produção Diária

+/- 1500 Peças

Special Retrodye

This process is characterised by the strong worn/used look on the garments. Garments usually show a strong abrasion resistance on the seams and lack of colour equalisation.

Given the particularities of the process, it is necessary to take into account some of the aspects below mentioned:

- The knit/serge must come prepared with alkaline scouring or half white, and free of products that contain optical agents or other finishing products. It is recommended the usage of polyethylene emulsion to improve sewability.
- Considering this is the superficial dyeing of the fibre, any difference between panels will be accentuated by the process.
- Laboratory tests do not reflect the results obtained during the production because the process's characteristic abrasion cannot be simulated. Therefore, colour approvals can only stem from production testing carried out in 50x50 cm bags with a minimum of 1 kg per colour.
- The differences in colour between samples and production are estimated to be around 10%.
- It is difficult to obtain darker, brighter or more vivid colours, since their surfaces have a whitish appearance.
- There are differences in regard to tone/intensity between samples batches and production batches, since the abrasion effect is superior in larger machines. Considering there can also exist colour variations between production batches, and given the specifications of the process, we consider the slight colour changes between batches as normal.
- The lack of equalisation throughout the garment is an inherent characteristic of the process. It is more noticeable in clean and clear colours. This lack of consistency accentuates the “aged garment” look, and it is not considered a defect.
- Since this is referring to the dyeing process with pigments, we ask for your attention in regard to prints that may suffer significant changes in intensity and tone.

- Because it is a process with pigments, it is normal for the garments to lose some of the colour. That said, it is advised to wash them inside out and at a maximum temperature of 30°C.
- Models with long sleeves or pants have the tendency to have creases throughout their length. The thicker the base material is, the more accentuated the effect will be.
- The process has a defect percentage of around 10%.
- The process has colour, water and sweat fastness values that vary between 3 (for intense and dark colours) and 3-4 for medium and clear colours. Rubbing fastness may vary between 3 and 4. Light fastness may vary between 3 and 3-4.
- It is recommended to test the first batches in order to verify if the values correspond to the intended. It is necessary to keep in mind that the knit was cationised before dyeing, which could alter the values above mentioned.
- It is recommended the usage of special tags with the following instructions:
 - Wash at 30°C, inside out
 - Wash separately
 - Dry inside out

Do not expose it directly to strong light or sunlight for prolonged periods of time.

Anexo 5 – Base terminológica

Inglês	Português	Comentários
abrasion	abrasão	
acetate	acetato	
acids dyes	ácidos	
agent	agente	
alkaline scouring	fervura alcalina	
all-over print	estampagem all-over	
anti-felting	anti-feltragem	
AQL system	sistema AQL	AQL = Acceptable Quality Level
artwork	arte gráfica	
automatic pattern making	modelagem e corte	
batch n°	n° da partida	
bleeding	perda de cor	
bonded fabrics	termocolados	
bowing of fabric	assimetria do tecido	
brackets	colchetes	
brand labels	etiquetas de marca	

bulk	produção	não confundir com quantidade
bulk cutting	folha de corte da produção	
bulk sign-off	aprovação da produção	
cardholder	porta-cartões	
care label	etiqueta de composição	
cashmere	caxemira	
collo	collo	
color migration	migração da cor	
color mismatch	discrepância entre cores	
colorfastness	solidez da cor	
colour equalisation	igualização da cor	
confection	confeção	
cotton	algodão	
CQ report	relatório de CQ	CQ = Controlo de Qualidade
darning	cerzido	
digital printing	estampagem digital	
dyeing	tingimento	
dyeing and washing	tingimento e Lavagem	
dyes	corantes	
elastane	elastano	termo genérico para descrever têxteis de marca como a lycra. Também é chamado de spandex.
embellishment	enfeites	extras que se adicionam à peça
embossed	estampados	
embroidery	bordados	
emulsion	emulsão	
ETD	ETD	tempo estimado de entrega
expedition	envio	
fabric	tecido	
fabric pulling	tecido puxado	
fastness	solidez	
fastness	solidez	
filling	preenchimento	
finish	acabamento	
fit	fit	forma como a peça assenta na pessoa
fit approving sheet	ficha de aprovação do fit	sigla correspondente: FA
fitting	fitting	
fleece	fleece	
flock colour scheme/colour card/colour catalogue/colour chart	cartaz de cores de Floco	
flock print	estampagem com floco	
garment dye	tingimento pós-confeção	
gauge	jogo	
degrees	graus	

hang tag	hang tag	
hardcopy	cópia impressa	
hardware	acessórios	
hemline/hem	bainha	
hemp	cânhamo	
herringbone	fita de nastro	
high-frequency	alta frequência	
hooks	colchetes	
induction	indução	
inline	linha de produção	
interlock	interlock	
internal collar seam	decote	
jacquard	jacquard	
jeans	jeans	
knit	malha	
lab dips	lab dips	
label	etiqueta	
labeling	etiquetagem	
lace	renda	
laser print	transfer laser	
lead time	tempo de espera	
left wearers	lado esquerdo	lado esquerdo da pessoa que tem a peça vestida
linen	linho	
lining	forro	
lining layer	camada de forro	
lyocell	lyocel	fibra semissintética amiga do ambiente.
main label	etiqueta principal	
measurement table	tabela de medidas	
metal feet	botões de metal	
mill	fábrica	
mismatched dyed panels	painéis de tingimento diferentes	
modal	modal	
mohair	mohair	
optical agents	ótico	
order	encomenda	
organic cotton	algodão orgânico	
oversize model	modelo oversize	
packaging	embalamento	
parts	peças	
pattern making	modelagem	
piece of clothing/garment	peça	
pigment	pigmento	
pigments dyes	pigmentos	
pilling	borboto	
pique	piqué	

placket	malhete	
points of measurements	pontos de medida	sigla correspondente: POMs
polyamide or nylon	poliamida ou nylon	
polybag	saco plástico	
polyester	poliéster	
polyethylene	polietileno	
popeline	popelina	
pre-production sample	amostra pré-produção	sigla correspondente: PPS
price	preço	
price estimate	ideia de preço	
prints and embroideries	estampados e bordados	
production cost	preço	
production loads	cargas de produção	
proto	proto/protótipo	
proto sample	amostra proto	
prototype	protótipo	
prototype	protótipo	
rayon	rayon	
REACH compliance	regulamento REACH	
reactive dyeing	tingimento reativo	
reactive dyes	reativos	
residual debris	restos residuais	
rib	rib	
ribbons	fitas	
rivets	rebites	
roll	rolo	
RSL	RSL	lista de substâncias restritas
rubber print	estampagem com borracha	
rubbing	fricção	
sales tool	ferramenta de vendas	
salesman sample	amostra do cliente	sigla correspondente: SMS
sample	amostra	
serge	sarja	
screen printing opening	abertura de quadros na estamparia	
self print	impressão autónoma	
shell	tecido exterior	
shipping	transporte	
shrinkage rate	encolhimento máximo	
side seam	costura lateral	
silk	seda	
SLG	SLG	pequenos artigos em couro
slubs	saliência de filamentos	
snags	<i>snags</i>	
spirality	espiralidade	
stitching	costura	

strike off	strike off	
striped fabric/stripes	tecido de riscas	
stud	tacha	
styling	modelo	
sublimation	sublimação	
supplier	fornecedor	
SVHC chemicals	químicos SVHC	substâncias de elevada preocupação
tech pack	ficha técnica	
tencel	tencel	
thermoset	termofixado	
to dye	tingir	
tone-on-tone	tom sobre tom	
topstitch	pesponto	
traditional printing	estampagem tradicional	
treatment-based bleach	tratamento à base de cloro	
triacetate	triacetato	
trim	passamane	
twist	torção	
upcharge	taxa adicional	
values	consumos	
VAT	IVA	
viscose	viscose	
washing	lavagem	
weaving	tecelagem	
wool	lã	
workmanship	acabamento	igual a <i>finish</i>
yarn	fio	
yellowing of the fabric	manchas amarelas no tecido	
zippers	fechos	
zoning system	sistema de zonas	

Parecer da empresa



Dados de Identificação:

Estagiária: Sara Catarina Sousa Cardoso

Período de Estágio: 01/02/2022 a 29/04/2022

Funções desempenhadas: Localização, Tradução de documentos e conteúdos multimédia

Orientador de Estágio: José Campos

A Sara Catarina Sousa Cardoso desempenhou na nossa empresa a função de tradutora de Português para Inglês e de Inglês para Português, tendo traduzido vários conteúdos. Criou de raiz o site da empresa e da marca associada nas duas línguas.

A Sara mostrou ser uma mais-valia para a empresa pois percebeu eficazmente a ideia de marketing da empresa, concretizou com sucesso todas as tarefas solicitadas, tem um ótimo espírito crítico e uma grande capacidade de inovação.

Ficamos muito agradados pelo tempo que passou connosco, com todo o trabalho desenvolvido, com a sua pontualidade, assiduidade e com a atitude demonstrada durante todo o tempo de estágio.

Consideramos que o desempenho da Sara foi excelente tendo uma avaliação de Muito Bom, superando em vários aspetos as nossas expectativas. Desejamos-lhe todas as felicidades nas suas próximas etapas profissionais.

Barcelos, 4 de julho de 2022


Têxteis José Campos, Unipessoal Lda.
NIF: 540 83 302
A Gerência