

<https://doi.org/10.11606/issn.2317-9511.v32i0p116-137>

A localização em jogo na tradução de games

Game localization in game translation

Gleiton Malta^{*}

Luiz Gustavo Nogueira Barcelos^{**}

Resumo: Inserido no campo disciplinar dos Estudos da Tradução, especificamente em seu ramo descritivo orientado ao produto tradutório, este estudo analisa a tradução das falas (dublagem e legenda) do jogo Overwatch, buscando traços de localização. Ademais, buscou-se comparar a tradução do texto fonte em inglês para o espanhol latino e para o português do Brasil. Metodologicamente, o material linguístico do jogo foi extraído nos três idiomas, transcrito e depurado, configurando-se em um corpus customizado, paralelo, multilíngue e unidirecional. Os dados revelam que o *corpus* de em inglês é maior e mais rico lexicalmente que os subcorpora do português e do espanhol, bem como a versão brasileira é maior e mais rica lexicalmente que a versão em espanhol. Igualmente, pôde-se comprovar que a versão brasileira localiza mais o conteúdo linguístico que a versão em espanhol.

Palavras-chave. Tradução de games; localização; Estudos da tradução baseado em corpus

Abstract: Inserted in the discipline of Translation Studies, specifically in its descriptive branch oriented to the translation product, this study analyzes the translation of the speeches (dubbing and legend) of the game Overwatch, looking for characteristics of localization. In addition, we tried to compare the translation of the source text in English into Latin Spanish and into Brazilian Portuguese. Methodologically, the linguistic material of the game was extracted in the three languages, transcribed and debugged, being configured in a customized, parallel, multilingual and unidirectional corpus. The data show that the English corpus is larger and richer lexically than the subcorpora of Portuguese and Spanish. The Brazilian version is larger and more lexically rich than the Spanish version. Furthermore, it was verified that the Brazilian version localizes more the linguistic content than the Spanish version.

* Doutor em Estudos Linguísticos com ênfase em Estudos da Tradução pela Universidade Federal de Minas Gerais, mestre em Linguística Aplicada pela Universidade de Brasília e docente do curso de bacharelado em Tradução Espanhol [e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Tradução \(Postrad\)](#) desta mesma universidade. E-mail: gleitonmalta@gmail.com.

** Bacharel em Tradução espanhol pela UnB e mestrando no Programa de Pós-graduação em Estudos da Tradução (Postrad - UnB). E-mail: barcelos_gustavo@hotmail.com.

Keywords: Translation of games, Localization; Corpus-based translations Studies

1. Introdução

A tradução de *games* é uma área em expansão¹. Tal expansão traz consigo um campo fértil para pesquisadores da área dos Estudos da Tradução. Com a entrada no país de grandes empresas do mercado de games como a Sony, Microsoft e Nintendo do Brasil, o cenário de tradução, legendagem e dublagem para o português vem ganhando espaço. Eventos como o *GameWorld*, realizado em São Paulo, é uma das provas do interesse de grandes empresas pelo mercado brasileiro de games².

Tamanha diversidade de serviços e produtos traz consigo a necessidade de se refletir, teoricamente, sobre a praxis implementada nesse tipo específico de tradução. Um dos pontos em destaque diz respeito às estratégias de tradução dos *games*, principalmente, no que concerne à localização dos produtos para o mercado e público nacionais.

O estudo aqui proposto está inserido no campo disciplinar dos Estudos da Tradução (HOLMES 2004), notadamente em seu ramo descritivo orientado ao produto tradutório e tem por objetivo descrever a tradução do *game Overwatch*. Essa descrição busca averiguar as estratégias utilizadas pelas equipes de tradução no que tange à localização das legendas e dublagens do referido jogo para o português do Brasil e para o espanhol latino³, a partir do texto-fonte em inglês. Dessa forma, indagou-se: como se caracteriza a tradução de legendas e dublagens do jogo *Overwatch*? As traduções do jogo para o português do Brasil e espanhol da América apresentam traços de localização? Há distinção entre as propostas de tradução dos textos escritos, ou seja, suas legendas, e suas versões orais (dublagens)?

Para cumprir com os objetivos do estudo, lançou-se mão de recursos metodológicos elaborados especificamente para este estudo, além do suporte da Linguística de Corpus. Para tanto, compilou-se um corpus customizado de falas do jogo, cujos dados são analisados à luz de teorias relacionadas à localização.

Este estudo se justifica minimamente por dois motivos: o mercadológico e o acadêmico. Segundo o Instituto de Pesquisa de Mercado NewZoo⁴, o Brasil é o 11º maior mercado de *games* do mundo em faturamento e o 4º em número de jogadores⁵. Na América Latina, o país ocupa o 1º lugar.

¹Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/03/no-brasil-empresas-investem-em-jogos-traduzidos-para-o-portugues.html?keepThis=true&TB_iframe=true&height=600&width=850&caption=G1>. Acesso em: 11 dez. 2018

² Neste artigo, *game* e jogo serão utilizados como sinônimos para se referirem especificamente aos videogames.

³ Nomenclatura utilizada no jogo para referir-se ao espanhol americano.

⁴ Mais informações em: <https://newzoo.com>

⁵ Disponível em: <<https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2015/07/31/estudo-indica-que-brasil-e-11-maior-mercado-de-games-no-mundo.htm>>. Acesso em: 11 dez. 2018

Academicamente, o objetivo das pesquisas no campo disciplinar dos Estudos da Tradução “(...) é expandir a soma de (..) conhecimentos”⁶ (WILLIAMS; CHESTERMAN 2007: 2, tradução nossa). Segundo os autores, essa contribuição se dá de diferentes maneiras: (i) fornecendo novos dados; (ii) sugerindo respostas para indagações específicas; (iii) testando ou refinando hipóteses, teorias e metodologias já existentes; e (iv) propondo novas ideias, hipóteses, teorias e metodologias (idem). Portanto, este estudo se encaixa, especificamente, no primeiro e no segundo item, ou seja, fornece dados descritivos de processos tradutórios com base empírica e sugere perguntas e respostas para uma área, a tradução de *games*, cujos estudos ainda são escassos.

2. Fundamentação teórica: localização e tradução de *games*

2.1. Localização

Localização e globalização estão intimamente ligadas. Para Giddens, citado por Baker e Saldanha (2009: 157), a globalização intensifica as relações sociais em todo o mundo, ligando lugares distantes e moldando os acontecimentos locais.

A localização, por sua vez, poderia ser considerada o contrário da globalização. Segundo Baker e Saldanha (2009), localização pode ser definida como a adaptação linguística e cultural de conteúdo digital para os requisitos locais do mercado estrangeiro e a prestação de serviços e tecnologias para o gerenciamento do multilinguismo por meio do fluxo digital de informação global. Dunne (2006, APUD BAKER; SALDANHA 2009: 157), define localização como o “processo pelo qual os conteúdos digitais e produtos desenvolvidos em um local (definido em termos de área geográfica, linguagem e cultura) são adaptados para venda e uso em outro lugar”. (tradução nossa)⁷

Roscoe-Bessa, Aquino e Borges (2015: 16) afirmam que “a localização surge como uma premência diante da globalização da economia, quando ajustar um produto às demandas de um mercado local específico torna-se imprescindível”. Nesse sentido, e de acordo com os autores, a tradução é uma ferramenta importante para o processo de localização, já que ela pode conferir maior eficácia à comunicação, visto que diferentes povos não compartilham os mesmos valores.

Para Munday (2009: 17), a localização abrange a adaptação de um produto às expectativas linguísticas e culturais do local alvo. Na indústria isso é visto como “um tipo especial de tradução” (idem) que leva em conta a cultura da localidade ou região onde o texto será utilizado.

⁶ No original: “(...) *increase the sum of our knowledges.*”

⁷ No original: “process by which digital content and products developed in one locale (defined in terms of geographical area, language and culture) are adapted for sale and use in another locale”.

2.2. Tradução/localização de *games*

A localização de games tem por objetivo, além da tradução dos códigos linguísticos, amenizar o choque cultural eventualmente causado pelo jogo em si, podendo atuar não só em textos, mas também em imagens, dublagens, cinemáticas e inclusive personagens do jogo. O interesse pela área no âmbito dos Estudos da Tradução vem crescendo, considerando a importante relevância do mercado de *games* para a economia mundial e o impacto causado no processo tradutório desse tipo de produto.

Segundo Scholand (2002), a localização de *games* envolve a tradução do material (não apenas textual) de um jogo para a língua alvo. O conteúdo pode ser todo modificado a depender do objetivo principal do cliente. A importação do maior número de referentes culturais da cultura alvo ao jogo tem por meta trazer a impressão de que o *game* foi desenvolvido na própria cultura receptora, causando menos estranhamento e derrubando barreiras no que se refere à *jogabilidade (gameplay)*⁸. Segundo o autor, a localização de um *game* pode abranger uma vasta variedade de elementos na tradução dos recursos, da documentação, compatibilidade de símbolos e configurações de teclados, compatibilidade em conversões de sistemas de medidas, compatibilidade numérica, adaptação de menus e combinações de teclas, adaptação dos processos de ordenação, adaptação da interface do usuário e adaptação de cinemáticas⁹ (*cutscene*) (SCHOLAND 2002: 5). Tudo isso sugere um trabalho com uma equipe multidisciplinar, seja em conjunto, seja separadamente. No caso deste artigo, o objeto de estudo é o material linguístico entendido como as falas do jogo (legendas e dublagens).

No entanto, segundo Pernas (2007), a diversidade de temáticas dos jogos digitais é um problema para o tradutor. Ter conhecimento interdisciplinar é imprescindível nesse aspecto; saber sobre armas, instrumentos de voo, músicas e, principalmente, conhecer a cultura fonte, são questões que determinarão o sucesso da localização em si. Para a autora, saber a função da tradução também direciona a coerência do trabalho a ser realizado. Pernas cita como exemplo os textos para o *menu* do *game*, que geralmente apresentam limite de caracteres e devem ser mais objetivos e concisos; ou textos para legenda e textos para dublagem que devem ser adequados à oralidade para que não soe pouco natural ou fora de contexto.

Méndez González (2014) reforça a ideia de que o processo de localização vai além de se trabalhar exclusivamente com o texto. Afirma que no mundo que envolve o *game*, tanto os textos quanto os paratextos, inclusive o trabalho de marketing e campanhas publicitárias, devem passar pelo processo de localização.

No Brasil, a localização vem ganhando importância, já que a indústria do entretenimento eletrônico vem crescendo de forma constante entre 9% e

⁸“Jogabilidade é a virtude que um jogo possui para ser fácil e intuitivo de se jogar. Quanto mais rápido o jogador se sentir confortável com os comandos do jogo e seu ambiente, mais conceituada é a ‘jogabilidade’”. (VANNUCCHI; PRADO 2009: SEM PAGINAÇÃO).

⁹ São animações utilizadas pelos games para contar a história do jogo ou dar continuidade a uma cena geralmente não jogável.

15% ao ano¹⁰. Portanto, segundo Coletti e Mota (2013), a localização de *games* é uma necessidade emergente e tende a crescer, posicionando os tradutores/localizadores como os formadores da nova identidade nacional no quesito de *games*.

No entanto, por tratar-se de um processo complexo, o ofício requer esforço, especialidade, pesquisa e uma equipe multidisciplinar para conseguir dar continuidade ao trabalho, principalmente por existirem atualizações (*updates*) constantes nos jogos. Esse quadro de tradutores/localizadores e demais responsáveis técnicos é importante para a divisão do trabalho e auxílio no processo e na dissolução das barreiras encontradas durante o processo de localização.

Coletti e Lennon (2013) descrevem o processo de localização e suas principais dificuldades em questões terminológicas, no quesito de referências e de direitos autorais, e as dificuldades encontradas referentes à estrutura da programação do jogo. Os autores trazem, ainda, a problemática da tradução de termos que já foram absorvidos pela comunidade *gamer*, mas que, em alguns casos, ainda não foram dicionarizados. Assim, a comunidade mais antiga é mais resistente a mudanças, como por exemplo, usar “atirador de elite” ou “franco atirador” no lugar de *sniper* pode causar estranhamento.

Para Souza (2013), uma das estratégias mais frequentemente utilizada é a da estrangeirização (VENUTI 1995), que mantém o termo na língua fonte para proferir a ideia de internacionalização do jogo; e a da domesticação (VENUTI 1995), que visa amortecer o choque cultural e localizar o jogo como se não tivesse passado pelo processo de tradução. Segundo o autor, a estrangeirização é apresentada como uma “pressão etnodesviante”, com a qual se busca romper com a tradição de “fluência” e “transparência” já consagrada, em todos os campos, expondo de maneira clara a alteridade tanto linguística como cultural. Coloca a domesticação como uma “redução etnocêntrica”, em que a voz do outro é de certa forma “sufocada” dentro da cultura de destino, sendo obrigada a aculturar-se a ela para garantir sua aceitação (VENUTI 1995, APUD SOUZA 2013: 54).

É importante ressaltar que os videogames passaram de “apenas entretenimento eletrônico” para um grande influenciador da cultura pop, com grande importância no cenário econômico mundial (MÉNDEZ GONZÁLEZ 2016: 753). Para o autor, de forma geral, costuma-se abordar três estratégias básicas para englobar o aspecto de possibilidades. Além da domesticação e da estrangeirização, o autor apresenta a estratégia de neutralização, que significa traduzir o termo do texto fonte (TF) sem marcas culturais (MÉNDEZ GONZÁLEZ 2016: 746).

É inegável o crescimento da presença dos *games* no mercado do entretenimento mundial¹¹. Os jogos estão em todos os lugares: consoles de mesa, portáteis, celulares, redes sociais, entre outros. Os jogos são referentes culturais importantes, vide os grandes números de vendas, a presença desses produtos no dia a dia da população e a influência em outros meios, portanto, é campo fértil para a pesquisa em tradução.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/industria-de-jogos-eletronicos-um-setor-em-ascensao-no-brasil/>>. Acesso em: 11 dez. 2018

¹¹ Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2016/04/03/interna_diversao_arte,525323/os-games-invadem-a-industria-do-entretenimento.shtml>. Acesso em: 11 dez. 2018

3. Metodologia

Neste estudo, lança-se mão de instrumentos de coleta baseados na Linguística de Corpus (LC). Segundo Miroir (2016), as ferramentas computacionais da LC são utilizadas, em consonância com os Estudos Descritivos da Tradução para pesquisar o produto, ou seja, as traduções em si. Portanto, neste estudo a LC tem papel preponderante, já que possibilita a extração e o manejo de dados quantitativos, gerando valores que, por sua vez, dão subsídio para uma análise qualitativa do objeto estudado.

Para o estudo, compilou-se um *corpus* paralelo, customizado e unidirecional de falas de personagens (legendas e dublagens) do jogo *Overwatch*, contendo o TF em inglês, e suas respectivas traduções, uma para o espanhol latino¹² e outra para o português do Brasil.

O *corpus* paralelo é a combinação de, no mínimo, dois *subcorpora* alinhados entre si, sendo, *grosso modo*, um *subcorpus* de textos originais na língua 1 (L1) e outro *subcorpus* com os textos da L1 traduzidos para uma língua 2 (L2) (FRANKENVERG-GARCÍA 2008: 118). Os *corpora* paralelos se subdividem em: unidirecional, bidirecional ou misto. Na primeira configuração, a unidirecional, se permite analisar textos em uma única direção, ou seja, da L1 para a L2. Segundo Perrotti-Garcia, (2005, APUD MIROIR 2016: SEM PAGINAÇÃO), o *corpus* customizado é aquele que será explorado diretamente pelo tradutor (pesquisador), seja para a tradução em si, seja para pesquisa. Nesse sentido, o *corpus* de falas do *game Overwatch*, compilado com vistas a uma análise tradutológica, se encaixa nas categorias de corpus citadas anteriormente.

3.1. O jogo (*game*)

O jogo *Overwatch* foi concebido pela empresa Blizzard e lançado no ano de 2016. O Jogo é multiplataforma, sendo possível ser jogado em um computador que possua os requisitos mínimos de sistema, ou nos consoles de jogos Playstation 4 e Xbox One. Trata-se de um *game* casual, que tem como suas principais características a acessibilidade e o entretenimento, (BRANDÃO ET AL 2014: 108); além de competitivo, no modo de jogo *online*. O jogo, no momento em que foi realizada a coleta de dados, possuía 23 heróis – personagens selecionáveis com habilidades distintas – e 12 mapas.

A mecânica do jogo é diferente da maioria dos *games*. Nele não existe um desafio linear e muito menos um grande desafio final que acarrete no seu “zeramento”. O objetivo central não é definido e cada jogador pode escolher seu estilo pessoal de jogo. Cada partida se torna única, pois ela é jogada contra outras pessoas que também estão, em tempo real, conectadas à internet, o que foge do padrão de luta contra Inteligência Artificial proposta

¹² Espanhol latino é o termo utilizado pelo sistema do jogo. Embora seja um tema passível de problematização, esta não faz parte do escopo deste estudo, podendo ser abordado em outros trabalhos relacionados ao tema da tradução de *games*.

nos jogos multiplataforma mais tradicionais. Esse propósito torna o jogo mais dinâmico e as estratégias de localização auxiliam na imersão.

3.2. A coleta, extração e análise dos dados

Para fins de coleta e extração dos dados, foram necessários: um televisor, um console de videogame da marca Sony modelo PlayStation 4 *slim*, uma mídia do jogo *Overwatch* (compatível com essa versão de console) e acesso à internet. Para a seleção dos idiomas, o jogo disponibiliza a opção de escolha da língua. Primeiro, selecionou-se o idioma original (inglês dos Estados Unidos), depois as versões em português do Brasil e Espanhol latino.

Uma vez selecionados os idiomas, as falas foram organizadas em quadros divididos por personagem. Os quadros contemplam, além do TF, a legenda e a fala transcrita do personagem nos idiomas português do Brasil (PTbr) e espanhol latino. Primeiramente foi alterado o idioma para inglês e a região para Estados Unidos da América para ter acesso ao conteúdo original do *game*, em seguida para o Espanhol latino e, por último, para o português brasileiro.

Depois desse processo, já no *game*, ingressou-se na área “galeria de heróis”, onde ficam armazenados todos os itens selecionáveis do jogo, como roupas, poses de vitória, *emotes* e as falas que cada personagem utiliza durante a partida. As orações são divididas por heróis, organizados em ordem alfabética. A coleta de dados contemplou cada personagem, exceto o denominado como “Bastion”, pois é uma representação de um robô que não apresenta falas em nenhum idioma conhecido.

As falas e as legendas foram organizadas em quadros nos idiomas inglês, espanhol latino e português brasileiro, na mesma ordem proposta no jogo. Nos quadros foram apresentadas as informações de “legenda” para o texto que representa a fala reproduzida oralmente, e a “fala” no local destinado à transcrição¹³ do áudio dublado no jogo nos três idiomas supracitados. Esses diálogos foram abertos, um a um, reproduzidos e transcritos. Cada personagem apresenta aproximadamente 14 falas, que são apresentadas ao jogador em uma tabela, onde se pode reproduzi-las. Dessa forma, os quadros foram construídos para discriminar a personagem, a fala escrita, a dublagem, e o idioma em que foi reproduzida a fala.

Devido às diferentes nacionalidades dos personagens, frequentemente não foi possível coletar o áudio e sua transcrição, já que alguns deles utilizam a fala em seu idioma original, como russo, japonês e egípcio. Nesse caso, as falas foram catalogadas nos quadros como “ininteligível”. Com isso, foram gerados 66 quadros no total, formando o *corpus* multilíngue de falas e legendas do jogo.

O *corpus*, por sua vez, foi subdividido em *subcorpora* por idioma e por personagem sendo: *subcorpus* de falas (transcrições) e *subcorpus* de legendas nos três idiomas. Essa subdivisão se dá devido à necessidade de comparação

¹³Por não fazer parte do escopo deste trabalho, não foi realizada uma transcrição ortográfica conforme modelos de transcrição já estabelecidos. Para mais informação sobre transcrição ortográfica, sugere-se: RAMILO E FREITAS: 2001.

inter e *intracorpora*. O Quadro 1, a seguir, representa a organização do *corpus* e seus *subcorpora*.

Quadro 1- Leiaute dos quadros com as falas (legenda e transcrição) dos personagens nos três idiomas

Personagem					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Transcrição	Legenda	Transcrição	Legenda	Transcrição

Fonte: elaboração própria

Uma vez extraídas as falas, os textos foram convertidos para a extensão *txt*. Depois de convertidos, foi utilizado o programa AntConc¹⁴, versão 3.4.4w para a extração de dados como: 1. Número de formas (*types*); 2. Número de itens (*tokens*) e 3. Razão *types/tokens*, que, segundo Berber Sardinha, na prática “indica a riqueza lexical do texto. Quanto maior seu valor, mais palavras diferentes o texto conterá”. (BERBER SARDINHA 2004: 94).

Foram geradas, ainda, listas de palavras (*Word list*), com as quais é possível averiguar quais são os itens mais frequentes no *corpus* e em cada *subcorpus*. Este recurso foi utilizado concomitante a aplicação de uma *stop list*, cuja função principal é a retirada de itens da lista de palavras. No caso deste estudo, foram retirados todos os itens sem carga semântica. Esse procedimento é necessário para que itens gramaticais não interfiram no cálculo da razão que indica a riqueza lexical de cada *subcorpus*.

3.2.1. Das análises quantitativa e qualitativa

A análise quantitativa dos dados visou à comparação entre os *subcorpora* bem como sua descrição. Nessa análise, os números totais e relativos representam a estrutura dos *corpora* no que tange à quantidade de palavras (itens), sua riqueza lexical (razão *types/tokens*), palavras mais frequentes e mais repetidas no *corpus*. Esses dados funcionam como descritores do *corpus*.

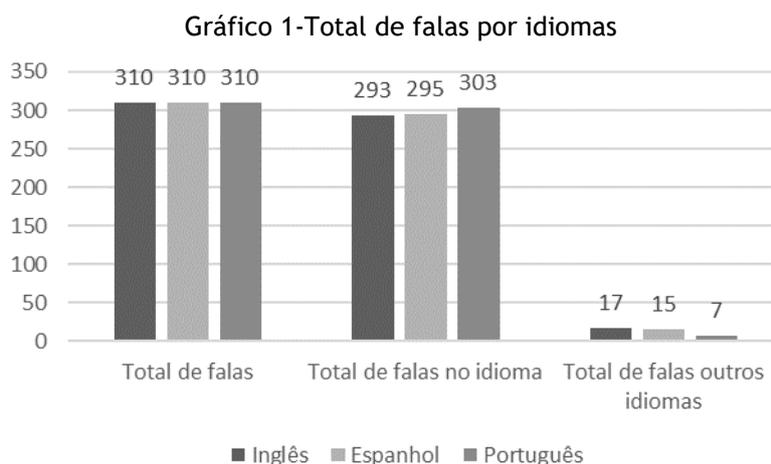
A análise qualitativa visou ao cotejo dos dados coletados desde a perspectiva dos Estudos da Tradução, ou seja, identificando traços de localização no material linguístico que compõe o *corpus*. A análise possui natureza comparativa, posto que o *corpus* é formado por, minimamente, três *subcorpora*, analisados de forma individual (*intercorpus*) e de forma conjunta (*intracorpora*). O *corpus* customizado de falas e legendas do jogo é composto por 6 *subcorpora*: *Corpus* de legendas e de dublagens em Inglês (COLING e CODING respectivamente); *corpus* de legendas e de dublagens em espanhol (COLESP e CODESP respectivamente); *corpus* de legendas e dublagens em português (COLPOR e CODPOR respectivamente).

4. Apresentação e discussão dos dados

¹⁴ Disponível em: <<http://www.laurenceanthony.net/software/antconc/>>. Acesso em: 12 dez. 2018.

4.1. Dados quantitativos (descrição)

As falas somam um total de 310 sentenças selecionáveis e utilizáveis pelo jogador no decorrer do jogo, e, no total, 1860 falas, entre transcrição de áudio e legenda. O Gráfico 1 representa o corpus com o número total de falas e número de falas localizadas e não localizadas nos três idiomas.



Fonte: elaboração própria

No texto em inglês, nota-se que 17 falas foram mantidas no idioma original de personagens que não têm origem anglo-saxônica. No caso do espanhol, todas as falas mantidas inicialmente na versão do jogo em inglês também foram mantidas na versão em espanhol, à exceção de 2 falas para o texto original da personagem Sombra, que, por ter origem mexicana, já apresenta algumas falas em espanhol.

Em português, nota-se que o *game* sofreu mais localização que a versão em espanhol. Apenas 7 falas, das 310 sentenças a serem traduzidas, foram mantidas em outra língua, obedecendo, assim, o “padrão” do texto original. Nesse sentido, a versão brasileira localiza mais que a versão em espanhol.

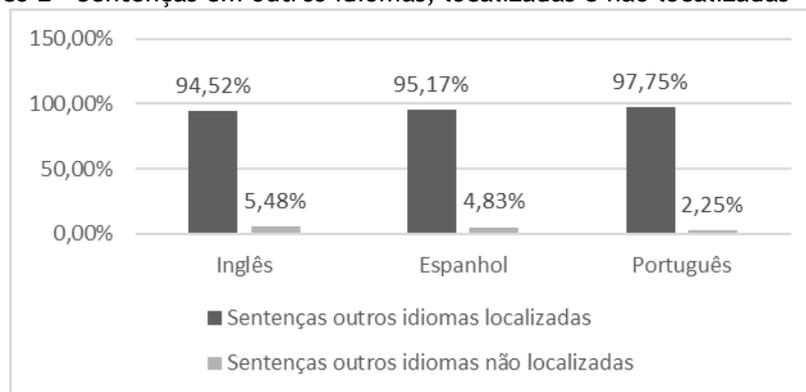
A opção da equipe brasileira pela localização do jogo, adaptando o texto original para conferir a ideia de origem nacional ao *game*, pode ser notada pelos termos mais localizados e utilização de gírias¹⁵ e *memes*¹⁶. A tradução do *game* para o idioma espanhol, por sua vez, tenta ser mais “fiel”¹⁷ ao TF, utilizando-se de ferramentas localizadoras apenas em situações extremas. O Gráfico 2 traz esses dados:

¹⁵ Neste trabalho, usamos a seguinte definição de gíria: “A Linguagem, em geral efêmera, marcada por vocabulário novo, ou já existente, porém com outra significação, e construções metafóricas, muitas vezes cômicas. A gíria se popularizou e é usada hoje por diferentes grupos sociais” (Fonte: Dicionário Michaelis).

¹⁶ Trata-se de uma imagem, vídeo ou frase bem-humorada que se espalha na internet como um vírus. (SOUSA; GOBBI 2014: 129-145).

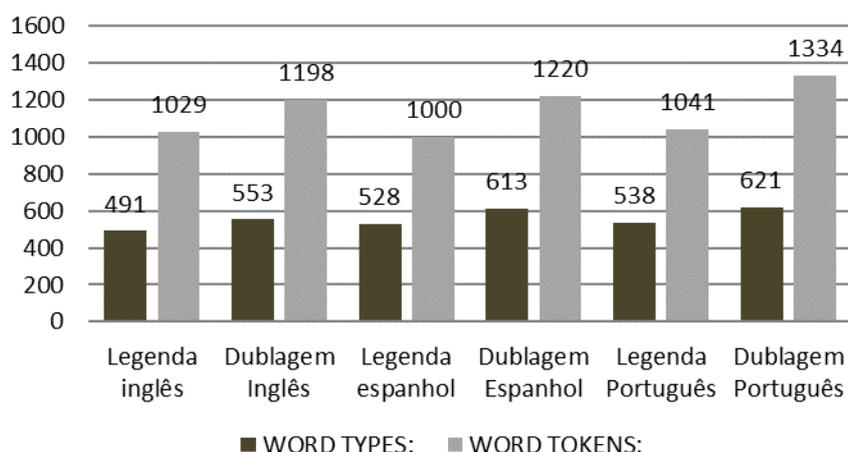
¹⁷ “Pensar a tradução como fidelidade é pensar em equivalência entre as línguas de partida e de chegada, onde haveria sempre uma unidade equivalente na língua de chegada para a escolhida na língua de partida” (PENA 2009: 1)

Gráfico 2 - Sentenças em outros idiomas, localizadas e não localizadas



Fonte: elaboração própria

Conforme citado na Metodologia, alguns personagens mantêm seus idiomas de origem (japonês, mandarim etc.), e alguns deles não são traduzidos em nenhuma das versões, nem no jogo original em inglês. Ao comparar os dados (Gráfico 2), observa-se que a versão brasileira é a que mais localizou essas sentenças, ou seja, 97,75% delas foram localizadas, enquanto em espanhol e inglês o número cai (94,52% no inglês e 95,17% no espanhol). O Gráfico 3 a seguir representa a estrutura do *corpus*.

Gráfico 3- Número de *tokens* e *types* de cada *subcorpus* de legenda e dublagem

Fonte: elaboração própria

Conforme Gráfico 3, o *corpus* de legendas e dublagem em inglês (2227 *tokens*) se assemelha muito ao *corpus* em espanhol, com 2220 *tokens*. Se por um lado os dois *corpora*, inglês e espanhol, se assemelham, por outro, o *corpus* do português apresenta um número superior de *tokens*, 2375, ou seja, 148 *tokens* a mais que o *corpus* em inglês e 155 a mais que o *corpus* em espanhol. Essa diferença pode significar maior riqueza léxica no caso do português comparado com os outros dois *corpora*. Vale observar que a maior diferença é observada no CODPOR, cujo número de *tokens* e *types* é maior que nos outros *subcorpora*. Com o fito de se buscar comprovar esse resultado, calculou-se a razão entre *tokens* e *types*. Os resultados estão disponíveis na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1-Número de *tokens*, *types* e razão *tokens/types*

TradTerm, São Paulo, v.32, dezembro/2018, p. 116-137

www.revistas.usp.br/tradterm

	Legenda Inglês	Dublagem Inglês	Legenda Espanhol	Dublagem Espanhol	Legenda Português	Dublagem Português
WORD TYPES	491	553	528	613	538	621
WORD TOKENS	1029	1198	1000	1220	1041	1334
TOKENS/TYPES	2,10	2,17	1,89	1,99	1,93	2,15

Fonte: elaboração própria

Acordes com Berber Sardinha (2004), quanto maior a diferença na razão entre *tokens* e *types*, maior a riqueza lexical do *corpus* em questão. Portanto, se analisados separadamente, o CODING é o *subcorpus* com maior riqueza lexical, com razão de 2,17, seguido do CODPOR, com razão de 2,15 (Tabela 1). Contudo, esses dados levam em consideração todas as formas (*tokens*), ou seja, o total de itens (*types*) ou palavras considerando as repetições, o que significa que palavras sem carga semântica são consideradas. Levando em conta que essas palavras geralmente são as mais frequentes em um *corpus*, o dado aqui apresentado pode estar enviesado.

Para minimizar esse problema, por meio da ferramenta *stop list*, todas as palavras gramaticais foram retiradas da contagem, gerando uma nova *Word list* com novos dados numéricos, conforme mostrado na Tabela 2.

Tabela 2- Número de *tokens*, *types* e razão *tokens/types* aplicando a *stop list*.

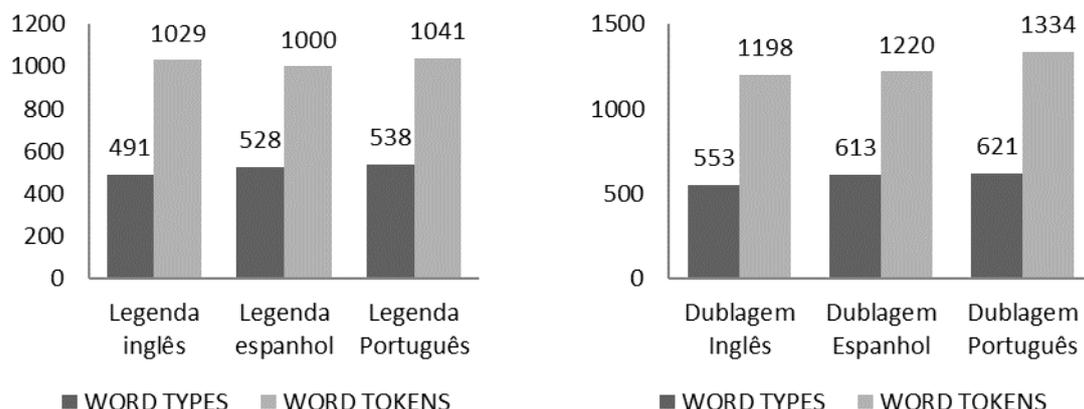
	Legenda inglês	Dublagem Inglês	Legenda espanhol	Dublagem Espanhol	Legenda Português	Dublagem Português
WORD TYPES	553	448	543	451	588	508
WORD TOKENS	1198	1023	544	589	1108	874
TOKENS/TYPES	2,17	2,28	1,00	1,31	1,88	1,72

Fonte: elaboração própria

Aplicada a *stop list*, os resultados confirmam maior riqueza lexical nos dois *subcorpora* do inglês, com razão *tokens/types* de 2,17 e 2,28 no COLING e CODING respectivamente; e 1,88 e 1,72 no COLPOR e no CODPOR, respectivamente. O *corpus* em espanhol é, portanto, o menos rico lexicalmente, com 1,0 e 1,31 no COLESP e CODESP, respectivamente.

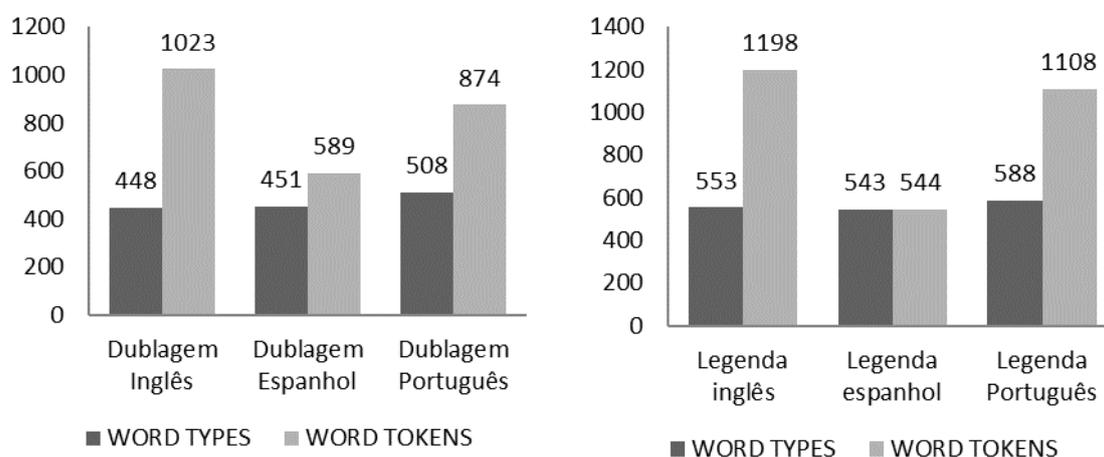
A mesma configuração se repete quando os *corpora* de legenda e dublagem são unificados. O *corpus* em inglês continua sendo o mais rico, com 2221 *tokens*, 1001 *types* e razão de 2,21. O *corpus* em português vem em segundo lugar, com 1982 *tokens*, 1096 *types* e razão de 1,80. Por último, novamente está o *corpus* em espanhol, com 1133 *tokens*, 994 *types* e razão de 1,13.

Por modalidade de tradução, os *corpora* são representados conforme Gráfico 4.

Gráfico 4 - Comparativo *intercorpora* por modalidade de tradução sem *stop list*.

Sem aplicar a *stop list*, observa-se que tanto na legenda quanto na dublagem, o corpus do português é o maior, também considerando *tokens* e *types*. Ao observar os dados da modalidade dublagem, nota-se que o CODESP é maior que o CODING, contrariando os dados anteriores em que o *corpus* em espanhol era sempre menor. Isso pode ser explicado devido à modalidade e à estrutura dos sistemas linguísticos em si. Enquanto o CODING utiliza menos palavras e menos repetições, o CODESP e o CODPOR utilizam mais palavras com mais repetições.

Isso pode ocorrer devido ao fato de tanto o português quanto o espanhol possuírem mais categorias de itens lexicais sem carga semântica que o inglês. Se tomamos, a título de exemplo, o uso de artigo definido, somente nesta classe de palavras se observará uma diferença de 4 vezes, nas duas línguas latinas comparadas à anglo-saxônica. Enquanto o inglês utiliza o artigo *the* tanto para expressar gênero como número, o espanhol e o português utilizam quatro formas distintas, *el, la, los, las* e *o, a, os, as*, respectivamente. Isso por si gera uma diferença no número de *tokens* (total de palavras) e no número de *types* (total de palavras sem repetição). Por isso, a necessidade de retirada deste tipo de palavra do *corpus* para uma análise mais fidedigna dos dados referentes à riqueza lexical. Os dados após a aplicação da *stop list* estão representados no Gráfico 5.

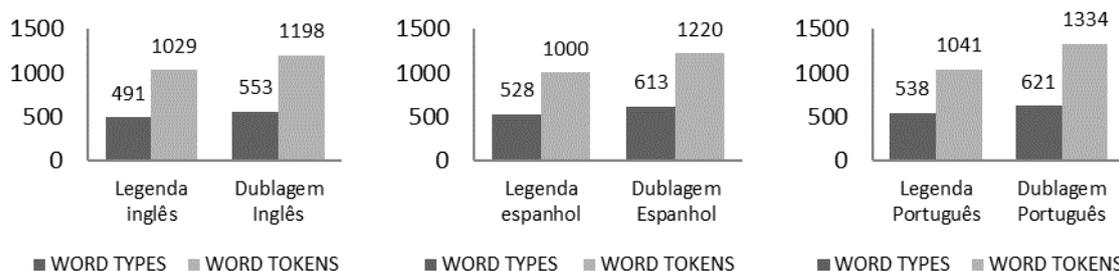
Gráfico 5 - Comparativo *intercorpora* por modalidade de tradução com *stop list*.

Os dados expostos no Gráfico 5 comprovam a hipótese aventada anteriormente, ou seja, que as diferenças dos sistemas linguísticos impactam

os dados. Observe-se que, diferentemente do que ocorreu com os dados antes da aplicação da *stop list*, o *corpus* em português era o maior. Com a aplicação da *stop list*, o *corpus* do inglês passa a ser o maior, tanto na modalidade dublagem como na modalidade legenda. Ao calcular a razão entre *tokens* e *types*, comprova-se a maior riqueza lexical no inglês em todos os *subcorpora* (CODING=2,28; COLING= 2,16; CODPOR= 1,72; COLPOR= 1,88; CODESP= 1,30; COLESP=1,0). Um dado que merece destaque diz respeito à legenda em espanhol, na qual *tokens* e *types* possuem praticamente o mesmo valor, o que denota que as palavras repetidas nesta modalidade são mínimas.

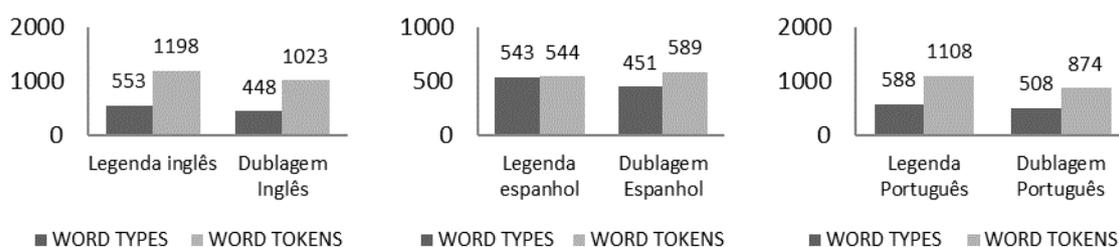
Numa perspectiva intracorpora e desconsiderando a *stop list*, os corpora encontram-se assim representados:

Gráfico 6 - Comparação *intracorpora* entre modalidades de tradução sem *stop list*.



Observa-se no Gráfico 6 que, dentro de mesmo idioma, a dublagem sempre possui maior número de *tokens* e *types*. Isso se dá devido às características de cada modalidade, tendo a dublagem mais liberdade no que se refere à quantidade de palavras utilizadas. Ao aplicar a *stop list*, os dados sofrem alterações significativas, conforme mostra o Gráfico 7.

Gráfico 7 - Comparação *intracorpora* entre modalidades de tradução com *stop list*.



Ao contrário do que ocorreu na análise sem a aplicação da *stop list*, quando os dados revelam que na modalidade dublagem todos os *corpora* eram maiores comparados com a modalidade legenda; ao aplicar a *stop list*, observa-se que em inglês e português a modalidade legenda apresenta maior número de *tokens* e *types* que a modalidade Dublagem. Isso indica que, nesses dois sistemas linguísticos, há um número grande de palavras gramaticais (sem carga semântica) em uso. No caso da língua espanhola, também se registra maior número de *tokens* na dublagem, mas ao contrário do inglês e do português, o número de *types* da dublagem foi inferior ao número de *types* da legenda, o que pode significar que o texto da dublagem em espanhol é mais simples que o da legenda.

4.2. Dados qualitativos

Os dados quantitativos mostraram como as falas estão distribuídas em cada um dos *corpora* nos três idiomas. Nessa análise, viu-se que a versão em português das falas é a que mais apresenta características de localização. A seguir, serão analisados qualitativamente alguns casos emblemáticos.

Outro dado quantitativo importante é o que demonstrou que, em algumas situações, as traduções mantêm estruturas parecidas, tanto na modalidade como no idioma, com o texto original (Quadro 2). Porém, em diversos outros casos, os textos foram alterados completamente, dando outro sentido e passando uma mensagem distinta do TF.

Quadro 2 - Exemplo de fala da personagem D.VA nos três idiomas, localizadas no português

Personagem: D.VA					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>I play to win</i>	<i>Ininteligível (Coreano)</i>	<i>Juego para ganar</i>	<i>Ininteligível (Coreano)</i>	Eu jogo pra ganhar	Eu jogo pra vencer

Conforme o Quadro 2 - Exemplo de fala da personagem D.VA2, nota-se que, no TF em inglês na modalidade dublagem, a personagem utiliza-se de seu idioma materno (coreano), o que é mantido na versão do *game* em espanhol. Porém, quando se analisa o trecho em português do Brasil, o mesmo trecho foi traduzido tanto na legenda quando na dublagem, abrindo mão do estrangeirismo.

Em outros momentos essa situação também se repetiu, como no exemplo referente ao personagem Genji. A influência utilizada pela equipe de localização Brasileira pode ser identificada nas seis falas elencadas a seguir:

Quadro 3 - Exemplos de falas do personagem Genji nos três idiomas, localizadas no português

Personagem: Genji					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>Let's Fight!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	<i>¡Luchemos!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	Vamos à luta	Vamos, lutemos com honra
<i>My soul seeks balance</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	<i>Mi alma busca equilibrio</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	Minha alma busca o equilíbrio	Minha alma busca o equilíbrio
<i>Damn!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	<i>Maldición</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	Droga!	Merda!
<i>I am prepared!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	<i>¡Estoy listo!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	Estou preparado!	Estou preparado!
<i>Yeah!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	<i>¡Sí!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	Isso!	Sim!
<i>Not good enough!</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	<i>Pero no es suficiente</i>	<i>Ininteligível (Japonês)</i>	Não é forte o suficiente	Ainda não

Tanto na versão em inglês como na versão em espanhol, o idioma japonês é utilizado na dublagem. Já na versão brasileira, esses trechos são

traduzidos e localizados para o português. No caso da localização para o espanhol, o uso da estrangeirização, e acordes com Souza (2013), é uma ação que passa a ideia de internacionalização do texto, e ainda segue a linha mais literal ao texto original. No caso da versão brasileira, completamente traduzida à língua meta, dá-se ao texto (produto) uma natureza local, ou seja, como se ele fosse um produto nacional para o jogador, cuja probabilidade de se identificar com o personagem talvez seja maior.

Em outras situações, nota-se que a localização do *game* em português do Brasil apresenta uma liberdade de escolha não vista em espanhol. Foram encontrados casos em que as referências culturais são inseridas visando uma identificação com um nicho específico da cultura pop atual, relacionado ao mundo *geek*, *nerd* e da internet¹⁸. Outros elementos intrínsecos a essa comunidade são utilizados com referências diretas para o “alívio cômico”¹⁹ do *game* - que é a inclusão, neste caso, de uma sentença para quebrar o ritmo de seriedade enraizado durante o texto, além de se aproximar mais do público de maneira indireta.

O personagem que mais apresenta essa característica localizadora é Lúcio, um DJ negro, da periferia do Rio de Janeiro. Talvez por ser um personagem que represente a cultura nacional, os localizadores optaram por adotar diversas falas que fossem intrínsecas à cultura brasileira, permitindo, assim, criar novas ideias, propostas e personalidade para o personagem que representa a própria cultura de chegada, conforme ilustrados no Quadro 4.

Quadro 4 - Exemplos de falas do personagem brasileiro Lúcio

Personagem: Lúcio					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>Can't stop, won't stop</i>	<i>Can't stop, won't stop</i>	<i>No puedo parar, ni quiero</i>	<i>No puedo parar, ni quiero</i>	Não para, não para, não para não	Não para, não para, não para não
<i>Why are you so angry?</i>	<i>Why are you so angry?</i>	<i>¿Por qué tan molesto?</i>	<i>¿Ahh, por qué tan molesto?</i>	Pra que tanto ódio no coração, parça?	Pra que tanto ódio no coração, parça?

No Quadro 4, em inglês e espanhol, nota-se que a fala do personagem não remete a nada específico. Contudo, em inglês, a fala mantém uma melodia, como se estivesse cantando um refrão. Em espanhol ele apenas

¹⁸Segundo Galvão, 2009, p. 35-36 (apud MATOS 2011: 3) “Devido a essa nova sociedade que exige, cada vez mais, conhecimento em tecnologias, predisposição a novidades, dedicação aos estudos, curiosidade científica etc.” o *nerd* teria se tornado “aquela pessoa que todos consultam”. E o termo “geek” aparece como um sinônimo de *nerd*, mas sem a conotação pejorativa, e também como uma espécie de subgrupo (MATOS 2011: 4).

¹⁹“*an amusing scene, incident, or speech introduced into serious or tragic elements, as in a play, in order to provide temporary relief from tension, or to intensify the dramatic action. Relief from tension caused by the introduction or occurrence of a comic element, as by an amusing human foible*”

Cf. Dictionary.com. Disponível em: <http://www.dictionary.com/browse/comic-relief>. Acesso em 13 jun. 2017

reproduz a fala, anulando esse traço característico. No caso da tradução e da dublagem brasileiras, o personagem fala, cantarolando, a sentença “Não para, não para, não para não”, que é uma letra popular de um *funk* carioca, inserindo uma propriedade cultural e fazendo uma referência à origem e profissão do personagem de forma direta.

Para Méndez González (2016: 746), a domesticação não tem limites, desde que se tenha bom senso e principalmente se respeite o objetivo do *game* como base para o trabalho, seja retirando as marcas culturais da cultura fonte seja trazendo elementos da cultura alvo para o texto. Esse tipo de localização introduziu um referente cultural marcante o suficiente para ser reconhecido por grande parte do público alvo.

Ainda se tratando do personagem Lúcio (Quadro 4), constata-se que a tradução utilizada não seguiu nenhum padrão específico. Porém, ao inserir uma gíria difundida no âmbito econômico-social das favelas do Rio de Janeiro -*parça*-, a estratégia de domesticação cumpre com sua função não só na identificação do jogador brasileiro com o personagem, como também com sua caracterização.

A gíria em português não existe no texto original, tampouco é possível notar traços de sotaque que o falante brasileiro possui quando fala inglês. Igualmente, a versão espanhola do *game* não foi localizada. A gíria é utilizada, em sua grande maioria, por jovens, salvo em casos de jargões - ou termos - profissionais usados por classes de trabalhadores específicas, ou de nichos sociais característicos.

Nessa situação, a palavra “*parça*” traz uma brasilidade à fala, e, também, dá um sentido mais apaziguador, como se o personagem fosse uma pessoa tranquila, da paz. Esse tipo de entendimento só é possível graças ao acréscimo dessa palavra na versão brasileira, com a qual, em conjunto com o complemento da frase utilizada na fala de Lúcio (Quadro 4) forma-se um *meme*. Essa “fuga” da tradução literal pode ser averiguada nos seguintes exemplos, retirados da mesma personagem.

Quadro 5 - Exemplos de falas localizadas para o personagem brasileiro Lúcio
Personagem: Lúcio

Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>I'm on top of the world</i>	<i>I'm on top of the world</i>	<i>Estoy en la cima del mundo</i>	<i>Estoy en la cima del mundo</i>	Eu sou sinistro	Eu sou sinistro
<i>Killed it!</i>	<i>Killed it!</i>	<i>¡Hasta nunca!</i>	<i>La rompí</i>	Arrebentei.	Arrebentei.
<i>Oh, Yeah!</i>	<i>Oh, Yeah!</i>	<i>¡Oh, sí!</i>	<i>¡Oh, sí!</i>	Ah, Garoto!	Ah, Garoto!

Novamente, no Quadro 5 se observa que, no caso do espanhol, a tradução é bastante “fiel” à estrutura da LF, traduzida palavra por palavra e com o mínimo de variações possíveis. Por sua vez, na tradução à língua portuguesa, os localizadores utilizaram-se de gírias para aproximar o personagem da cultura nacional. Esse tipo de estratégia faz com que o jogador sinta que o *game* foi feito em sua própria terra.

Outro ponto que parece ter influenciado a localização, principalmente do personagem Lúcio, é o fato de ele fazer parte do contexto da cultura de chegada, ou seja, a equipe de localização do *game*, por também fazer parte dessa mesma cultura, talvez tenha se sentido mais à vontade para “brincar” com esse personagem, devido ao conhecimento mais apurado da cultura de chegada. Aventa-se que, no caso da língua espanhola, essa relação não exista, já que para os jogadores hispanos o personagem é estrangeiro, enquanto para os brasileiros, não.

Referências à cultura pop, atualmente muito difundida entre jovens e em grande parte do público alvo do *game*, é outra característica muito presente. Essas referências foram encontradas no TF e em algumas localizações, principalmente na dublagem do jogo para o português do Brasil. Os seguintes exemplos ilustram a afirmativa.

Quadro 6 - Exemplos de falas do personagem McCree nos três idiomas e localizado no português

Personagem: McCree

Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>Happens to the best of us</i>	<i>Happens to the best of us</i>	<i>Le pasa hasta a los mejores</i>	<i>Le pasa hasta a los mejores</i>	Acontece nas melhores famílias	Acontece nas melhores famílias
<i>I'm your huckleberry</i>	<i>I'm your huckleberry</i>	<i>Soy quien buscas</i>	<i>Soy quien buscas</i>	Eu sou o cara	Eu sou o cara
<i>I'm the quick...</i>	<i>I'm the quick, you're the dead.</i>	<i>Soy rápido...</i>	<i>Soy rápido, y mortal</i>	Eu sou o rápido...	Eu vou te... abati.

No primeiro exemplo do Quadro 6, uma tradução literal, em português, para a sentença “*Happens to the best of us*” seria “Acontece com os melhores de nós”, procedimento que parece ter sido utilizado na tradução para o espanhol. Porém, em português, é utilizada uma expressão cultural marcante: “Acontece nas melhores famílias”. Essa expressão acrescenta signos não encontrados no TF e, tampouco, na tradução ao espanhol. Em português foi utilizada a expressão como forma de domesticação para aproximar e dar o sentido de “nacionalidade” ao *game*.

No segundo exemplo, ainda no Quadro 6, a expressão cultural é apresentada em inglês, *I'm your huckleberry*, gerando um problema para sua localização. Em espanhol a saída utilizada foi transcrever o significado da expressão, utilizando “*Soy quien buscas*”. Em português, a equipe utilizou-se de uma referência a outra expressão comumente utilizada pelos jovens em forma de gíria para domesticá-la: “Eu sou o cara”. O mesmo ocorre com o terceiro exemplo (Quadro 6) cuja sentença em inglês, “*I'm the quick...*”, é traduzida de forma literal em espanhol por: “*Soy rápido...*” e em português é domesticada utilizando a expressão: “Eu vou te... abati”, conferindo idiomatismo ao texto alvo.

Algumas referências da cultura popular são utilizadas para dar ao *game* uma imagem de contemporaneidade e direcioná-lo a um público específico de jovens e admiradores da cultura pop. Isso pode ser observado na fala da personagem Mei, que utiliza uma arma de gelo. A referência direta ao filme *Frozen*, da Disney²⁰ pode ser observada no exemplo demonstrado do Quadro 7.

Quadro 7 - Exemplos de fala da personagem Mei nos três idiomas e localizado no português do Brasil

Personagem: Mei					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>You have to let it go</i>	<i>You have to let snow</i>	<i>Tienes que dejarlo ir</i>	<i>Tienes que dejarte nieve</i>	Livre estou	Livre estou
A-MEI-ZING!	A-MEI-ZING!	<i>¡Mei con M de Maravillosa!</i>	<i>¡Mei con M de Maravillosa!</i>	A-MEI!!!	A-MEI!!!

O filme apresenta uma canção original, tida como a principal e mais marcante, chamada “*Let it go*”, traduzida em espanhol como “*Libre soy*” e em português como “Livre estou”. Na frase utilizada pela personagem no jogo, em inglês existe a referência direta à canção do filme, bem como em português. Porém, em espanhol, optou-se por traduzir a sentença literalmente, anulando a referência ao filme. A tradução em espanhol “*Tienes que dejarlo ir*” foge da proposta inicial de referir-se ao clássico da Disney e, mesmo que semanticamente represente o TF, neutraliza a fala. Segundo González (2016), essa neutralização traz o elemento cultural sem alterá-lo, sem acrescentar marcas culturais da língua alvo ou de cultura amplamente difundida. Com essa mesma personagem, em outra sentença, pode-se observar que as equipes de localização encontraram dificuldade para traduzir um trecho com recurso estilístico que agrega um item lexical ao nome da personagem.

O jogo de palavras com o nome da personagem, Mei, foi aproveitado na versão em língua portuguesa do jogo, onde “A-MEI-ZING” se tornou “A-MEI” em português. Porém, em espanhol, esse jogo de palavras não foi possível devido a imposições do próprio sistema linguístico. Então, optou-se por compensar, em vez de uma única palavra, que tivesse o nome Mei, utilizando a frase *con M de maravillosa*. Outro exemplo de jogo de palavras pode ser visto no Quadro 8.

Quadro 8 - Exemplos de falas da personagem Pharah nos três idiomas e localizado no português

Personagem: Pharah					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem

²⁰ Cf. <https://frozen.disney.com/>. Acesso em: 01 jun. 2018.

<i>Play nice, play Pharah</i>	<i>Play nice, play Pharah</i>	<i>Juega bien, juega con Pharah</i>	<i>Juega bien, juega con Pharah</i>	Faça como a Pharah faria	Faça como a Pharah faria
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

Nessa situação, existe um jogo de palavras que traz uma sonoridade peculiar na oração da personagem em inglês, que é facilmente notada, pois o *game* é todo dublado. Em espanhol a tradução foi literal, seguindo a mesma proposta do texto na língua fonte. Contudo, na versão brasileira do *game*, além do jogo de palavras, a sonoridade da frase apresentada inicialmente, foi mantida. Segundo Scholand (2002), essa é a função da localização, já que o produto localizado visa, dentre outros, transparecer uma roupagem mais nacional.

Outro exemplo rico no uso de localização de falas, e o do personagem Torbjörn, cuja tradução para o português faz alusão ao poema “se urubu cantasse”, de JL Semeador, que diz “Se urubu cantasse viveria preso em gaiola. Foi isso que um amigo me disse com um jeito todo gabola...”²¹. Embora o poema possa não ser tão difundido, a expressão é e cumpre com sua função de localização.

Quadro 9 - Exemplos de falas do personagem Torbjörn nos três idiomas e localizados no português

Personagem Torbjörn					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>A chicken out of a feather</i>	<i>You're making a chicken out of a feather</i>	<i>Una gallina de una pluma</i>	<i>Estás haciendo una gallina de una pluma</i>	Se urubu cantasse	Se urubu cantasse eu tinha dois na gaiola
<i>Let's not buy the pig</i>	<i>Let's not buy the pig while it's still in the bag</i>	<i>No compremos el cerdo</i>	<i>No compremos el cerdo mientras aún está en la bolsa</i>	Não contem com o ovo	Não contem com o ovo que a galinha não pôs.

Conforme Quadro 9, vê-se que a tradução em espanhol seguiu a linha do TF, apresentando um texto traduzido literalmente em sua essência. Na versão nacional, por sua vez, permitiu-se adaptar as expressões por sentenças utilizadas no território brasileiro. O primeiro exemplo do Quadro 9, “*You're making a chicken out of a feather*” é traduzido por “Se urubu cantasse eu tinha dois na gaiola”, e no segundo exemplo do mesmo quadro, “*Let's not buy the pig while it's still in the bag*” foi traduzido por “Não contem com o ovo que a galinha não pôs”.

Em ambos os casos, expressões idiomáticas nas quais há a presença de animais sofrem alterações em prol da fluência do texto e da imagem que as metáforas trazem em cada cultura. Além disso, preocupam-se mais com a

²¹Disponível em: <http://www.recantodasletras.com.br/poesias/3558768>. Acesso em: 13 jun. 2017

mensagem que com a literalidade da expressão. Por isso, em português, galinha virou urubu para adequar-se a um ditado - e poema - nacional, e porco virou galinha com o mesmo propósito.

Em outros casos, o uso de um referente cultural popular nacional confere ao texto a característica nacional almejada pelos tradutores/localizadores, conforme demonstrado no exemplo do Quadro 10.

Quadro 10 - Exemplos de falas da personagem Tracer nos três idiomas e localizado no português

Personagem: Tracer					
Inglês		Espanhol		Português	
Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem	Legenda	Dublagem
<i>She shoots, she scores</i>	<i>She shoots, she scores</i>	<i>Estoy que ardo</i>	<i>Estoy que ardo</i>	Ela chuta e é gol	Ela chuta e é gol haha

A inserção do futebol na fala da personagem é um exemplo de domesticação, cujo apelo popular é bastante característico. Em espanhol se faz uma referência ao *game* em si, que diz respeito a como a personagem fica quando uma grande pontuação é obtida, seja eliminando adversários, transportando a carga ou defendendo um objetivo, ou seja, “em chamás”, que é a descrição do estado de conquista do jogador. Já em português, o estado do personagem é comparado ao estado de um jogador quando faz um gol.

5. Considerações finais

O estudo aqui apresentado se propôs a cotejar dados referentes à localização das falas (legenda e dublagem) do jogo *Overwatch*. Nesse sentido, observaram-se diferenças referentes à localização nas versões em espanhol e em português, tanto quantitativa como qualitativamente, apontando para maior localização da versão brasileira, mais próxima da cultura e do público alvos.

Da mesma forma, também foram encontradas diferenças quantitativas entre as modalidades de tradução (legenda e dublagem) nos diferentes idiomas e entre eles. A legenda e a dublagem, em espanhol, possuem praticamente o mesmo número de formas (*tokens*), sendo que em inglês e em português, a dublagem possui mais formas que a legenda. Esse dado é corroborado quando da análise qualitativa, cujas informações mostram maior uso de expressões idiomáticas e traços característicos da cultura alvo na versão brasileira comparada com a versão em espanhol. Igualmente, pode-se afirmar que a domesticação é um dos procedimentos técnicos de tradução mais utilizados na versão brasileira, e que talvez isso seja um traço idiossincrático da tradução de *games* no Brasil, muito embora isso não possa ser generalizado somente com base neste estudo.

Nesse sentido, é necessário que estudiosos de tradução se debrucem sobre o tema, já que o campo é vasto e fértil para pesquisa, além do apelo mercadológico que ele comporta, tanto para as empresas de entretenimento,

como para a inserção de tradutores nesse mercado. Dessa forma, sugere-se a compilação de um *corpus* maior, com diferentes jogos e diferentes prismas de análise, para então encontrar padrões (ou a ausência deles) na tradução/localização de *games* do Brasil.

Referências bibliográficas

- BAKER, M.; SALDANHA, G. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. New York: Routledge, 2009. p. 661.
- BERBER SARDINHA, T. *Linguística de Corpus*. Barueri-SP: Manole, 2004
- COLETI, B.; MOTTA, L. A Localização de Games no Brasil - Um ponto de vista prático. *In-traduições: Games e Tradução*, v. 0, n. 5, nov. 2013, p.1-12.
- HOLMES, J. The name and nature of translation studies. In: VENUTI, L. (ed.) *The Translation Studies Reader*, 2ª ed., London/New York: Routledge, 2004, p. 180-192.
- MATOS, P. O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. In: *Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, 2011, São Paulo. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-1149-1.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2017.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, R. *Localización y Cultura: Comprender los Videojuegos como Referentes Culturales*. *Entreculturas*, v. 7-8, 2016, p. 741-749.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, R. Localización de Videojuegos: Paratextos Materiales e Icónicos. *Scientia Traductionis*, n. 15, 2014, p. 77-93. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/scientia/article/view/1980-4237.2014n15p77>>. Acesso em: 13 abr. 2017.
- MIROIR, J. C. A “otimização dos mecanismos de busca” (SEO) como ferramenta de coleta automatizada de documentos para elaboração de corpora. In: *Anais do EBRALC 2015 & ELC 2015* [=Blucher Social Science Proceedings, n.3, v.2]. São Paulo: Blucher, 2016, p. 48-78.
- MUNDAY, J. *The Routledge Companion to Translations Studies*. New York: Routledge, 2009.
- PERNAS, M. Paseo por la localización de un videojuego. *Tradumàtica*, n. 5, 2007, p. 1-6, Disponível em: <<http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista>>. Acesso em: 13 abr. 2017.
- ROSCOE-BESSA, C.; AQUINO, J.; BORGES, R. *O Local e o Universal: Cosméticos e Comestíveis*. 1a ed. Brasil: Editora 7 Letras, 2015.
- SCHOLAND, M. Localización de videojuegos. 1. ed. [S.l.]: *La Localització*, 2002. Pp. 1-9. Disponível em:

- <<http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/articles/mscholand/mscholand.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2017.
- SOUZA, R. Venuti e os Videogames: o conceito de domesticação/estrangeirização aplicado à localização de games. In: *Traduções*, v. 8, 2013, p. 51-69. Disponível em: <<http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/intraducoes/article/view/2519/3141>>. Acesso em: 13 abr. 2017.
- SOUSA, J. F.; GOBBI, M. C. Geração Digital: uma reflexão sobre as relações da “juventude digital” e os campos da comunicação e da cultura. *Revista GEMInIS*, [S.l.], v. 5, n. 2, p. 129-145, jul. 2014. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/193>>. Acesso em: 12 dez. 2018.
- WILLIAN, J.; CHESTERMAN, A. *The Map: a begginer’s guide to doing research in translation studies*, Manchester: St. Jerome Publishing, 2007.

Recebido em: 11/06/2018

Aceito em: 11/12/2018

Publicado em dezembro de 2018