



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM

SAMIRA SPOLIDORIO

COMUNIDADES *ONLINE* E LEGENDAS DE FÃS: NOVAS FORMAS
DE PRODUZIR E CONSUMIR LEGENDAS

CAMPINAS
2017

SAMIRA SPOLIDORIO

COMUNIDADES *ONLINE* E LEGENDAS DE FÃS: NOVAS FORMAS
DE PRODUZIR E CONSUMIR LEGENDAS

Dissertação apresentada ao Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas como parte dos requisitos exigidos para obtenção do título de Mestra em Linguística Aplicada, na área de Linguagem e Sociedade.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Viviane do Amaral Veras

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELA ALUNA SAMIRA SPOLIDORIO, E ORIENTADA PELA PROFA. DRA. MARIA VIVIANE DO AMARAL VERAS.

CAMPINAS
2017

Agência(s) de fomento e nº(s) de processo(s): CAPES

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2640-2337>

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Estudos da Linguagem
Crisllene Queiroz Custódio - CRB 8/8624

Sp65c Spolidorio, Samira, 1986-
Comunidades *online* e legendas de fãs : novas formas de produzir e consumir legendas / Samira Spolidorio. – Campinas, SP : [s.n.], 2017.

Orientador: Maria Viviane do Amaral Veras.
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.

1. Cinema - Legendas. 2. Televisão - Seriados - Legendas. 3. Tradução e interpretação. 4. Fansubbing. 5. Fãs (Pessoas) - Linguagem. 6. Comunidades virtuais. 7. Estudo comparado. I. Veras, Viviane, 1950-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

Título em outro idioma: Fandom and fansubbing : new ways to create and consume subtitles

Palavras-chave em inglês:

Motion pictures - Sub-title

Television serials - Sub-title

Translating and interpreting

Fansubbing

Fans (Persons) - Language

Virtual communities

Comparative study

Área de concentração: Linguagem e Sociedade

Titulação: Mestra em Linguística Aplicada

Banca examinadora:

Maria Viviane do Amaral Veras [Orientador]

Érica Luciene Alves de Lima

Maria Victória Guinle Vivacqua

Data de defesa: 13-03-2017

Programa de Pós-Graduação: Linguística Aplicada

BANCA EXAMINADORA:

Maria Viviane do Amaral Veras

Érica Luciene Alves de Lima

Maria Victória Guinle Vivacqua

Cynthia Agra de Brito Neves

Alessandra Sartori Nogueira

IEL/UNICAMP

2017

Ata da defesa com as respectivas assinaturas dos membros encontra-se no processo de vida acadêmica do aluno.

*Being a nerd is not about **what** you love, it's about **the way** that you love it. (...) A 'geek' or 'nerd' is a person who loves something to its greatest extent, and then looks for other people who love it the same way, so they can celebrate loving it together.*
(Will Weathon, 2014, grifos nossos)¹

¹ “Ser nerd não tem nada a ver com **o que** você ama, tem a ver com **como** você ama alguma coisa. (...) Um ‘geek’ ou um ‘nerd’ é uma pessoa que ama algo da forma mais profunda possível e que procura outras pessoas que amam a mesma coisa na mesma intensidade para que possam celebrar esse amor juntos”.

Dedicatória:

Àquel@s que diariamente bradam #ForaTemer.

To my BFINA, who has been my biggest fan for the last 8 years.

Aos meus alunos que consideram especialmente inspirador o fato de eu ter “convencido a Unicamp e a CAPES a me deixar assistir a seriados por dois anos”.

Ao fandom de Harry Potter, pelos milhares de horas compartilhadas nos sites *Aliança 3 Vassouras, Floreios e Borrões e Potterish*; pelas *fanfics* lidas e escritas; pelas *fanarts* admiradas; pelas teorias malucas e pelas conversas/discussões acaloradas. Especialmente à Just e à Giuli que, por tanto tempo, foram o núcleo da minha vida social *online* e que só depois eu tive o grande prazer de conhecer pessoalmente.

Agradecimentos:

À Profa Viviane, que me acolheu ainda como aluna especial, que me encorajou a participar do processo seletivo de 2014 quando eu pensava ainda não estar pronta, que aceitou meu projeto ainda tão incipiente e acompanhou cada etapa dessa pesquisa com interesse e zelo. Obrigada não só pela orientação, mas também pelas conversas e vitaminas, pelos conselhos e e-mails às 2am, pela companhia em eventos e o apoio incondicional, e pelas tantas correções (de resumos, de slides, de planos de ensino, de redações... Ufa!).

À Profa Érica e ao Prof Denilson, que não só me apresentaram as possibilidades da tradução como área de estudo, mas também me incentivaram a procurar a Unicamp para continuar meus estudos. Obrigada pelas dicas, recomendações e sugestões.

Às Profas Sônia, Josiane, Beth e Ana Cristina, que incutiram em mim, ainda na graduação, não só o amor pela língua e pelos estudos da linguagem, mas também a certeza de que com o aporte teórico adequado, mesmo os objetos de estudo menos prováveis poderiam ser dignos da pesquisa acadêmica.

Às Profas Maria Victória e Érica pelas correções e sugestões durante a qualificação desta dissertação.

A todas amigas da disciplina E.C. da Zueira, por um primeiro semestre acolhedor e divertido; às queridas Juliana e Ana e aos queridos Adriano e Luís pela divertida, produtiva e encorajadora companhia nesta caminhada; e aos colegas do SETA, pelo constante aprendizado.

Às amigas e companheiras de trabalho na UNIMEP, Adriana, Cynthia, Alessandra, Samira e Renata não só pelo apoio e encorajamento, mas também pelos materiais compartilhados, pelas dores e alegrias divididas, pelas conversas e contínuo aprendizado na agri-doce tarefa de ensinar.

À minha amada família (meus pais Sérgio e Valéria, minhas irmãs Jéssica e Júlia e a minha tia Sandra) e meus amigos (Conrado e Felipe) que sempre me acompanharam e apoiaram, agradeço pela paciência e compreensão com as ausências em finais de semestre e época de eventos.

À CAPES, pelo apoio financeiro.

RESUMO:

Apesar de a tradução audiovisual (GAMBIER, 2001; ROMERO-FRESCO, 2013) ter surgido junto com o cinema e pré-datar televisão, apenas recentemente as pesquisas a seu respeito e de suas modalidades vêm aparecendo com mais frequência como objeto de interesse no meio acadêmico. Este trabalho visa contribuir para essa crescente discussão ao abordar algumas concepções de tradução que podem ser relacionadas à área de tradução audiovisual e, em especial, à modalidade de legendagem (DIAZ-CINTAS & REMAEL-ROUTLEDGE, 2007). Apresentamos também a categoria específica de legendagem que será o objeto de estudo desta pesquisa, o *fansubbing* (DIAZ-CINTAS & SANCHEZ, 2006), como são conhecidas as legendas produzidas de forma amadora por comunidades de fãs e distribuídas gratuitamente na Internet. Para entender melhor essa relação entre fãs que produzem as legendas e fãs que as consomem, buscamos entender a definição de fã (GROSSBERG, 1992; JENKINS, 1992) e também das comunidades de fãs, os chamados de *fandoms* (DUFFETT, 2013). Abordamos a produção colaborativa das legendas de fãs e a visibilidade de quem traduz (VENUTI, 1995), tratando também dos aspectos relacionados à (i)legalidade da prática no que concerne à violação dos direitos autorais (MENDONÇA, 2012). A comparação da legendagem profissional com a legenda de fãs tornou claro que essas duas modalidades tratavam, na verdade, de demandas de tradução diferentes, com processos tradutórios diferentes e que, portanto, geravam produtos finais diferentes. Essa constatação possibilitou uma investigação mais aprofundada do processo colaborativo de produção dessas legendas, levando em consideração a comunidade de fãs que as produz e consome como um fator importante nas escolhas realizadas para a tradução. Os resultados obtidos possibilitam compreender a prática do *fansubbing* de maneira bastante diferenciada em relação à maioria dos estudos atuais a respeito do assunto, pois, mais do que apenas apontar se os parâmetros técnicos da legendagem e as regras da gramática e da ortografia foram seguidos, foi possível investigar o próprio processo tradutório e entender as escolhas tradutórias realizadas para cada uma das legendas.

PALAVRAS-CHAVE: Tradução. Tradução Audiovisual. Legendagem. Legenda de fãs. Comunidade de fãs.

ABSTRACT:

Audiovisual translation (GAMBIER, 2001; ROMERO-FRESCO, 2013) is as old as cinema and older than television. However, only more recently, academic researchers have been focusing on it and its many categories. This study aims to contribute to this emergent discussion by addressing concepts of translation related to the area of audiovisual translation and, in particular, the category of subtitling (DIAZ-CINTAS & REMAEL-ROUTLEDGE, 2007). We will also focus on a specific category of subtitling as the object of study for this research known as *fansubbing* (DIAZ-CINTAS & SANCHEZ, 2006). Fansubbing refers to the type of subtitles produced in a non-professional manner by communities of fans, and distributed free of charge on the Internet. To better understand this relationship between fans that produce these subtitles and fans that consume them, we will investigate the definition of “fan” (GROSSBERG, 1992; JENKINS, 1992), and also the communities of fans, namely the *fandoms* (DUFFETT, 2013). We will discuss the process of collaborative production of fan-made subtitles and the translator’s visibility (VENUTI, 1995) by examining the aspects related to the (il)legality of fansubbing in relation to copyright infringement (MENDONÇA, 2012). Through the comparison of professional and fan-made subtitles, we discovered that these two categories were, in fact, addressing different translation needs through different translation processes and, therefore, generating different final products. These findings allowed further investigation of the collaborative process of how those subtitles were produced, taking into consideration the fan communities that produce and consume these subtitles as an important factor regarding the translation choices made by translators. These results enabled us to understand the practice of *fansubbing* in a different way when compared to most current studies about the subject. More than just verifying whether technical parameters and rules of grammar and spelling were followed, it was possible to explore the translation process and understand the translation choices made for each of the subtitles.

Keywords: Translation. Audiovisual Translation. Subtitling. Fansubbing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Quadro da Teoria Funcionalista de Nord (2006).....	22
Figura 2 – Inserção do polissistema audiovisual na representação gráfica da Teoria dos Polissistemas.....	26
Figura 3 – Recorte detalhado do polissistema audiovisual brasileiro.....	27
Figura 4 – Explicação de como se forma o padrão <i>moiré</i>	32
Figura 5 – Captura de tela da versão digital do Manual de Legendagem e Estilo da empresa Drei Marc.....	44
Figura 6 – Diversos produtos lançados relacionados com a série: à esquerda, jogos de tabuleiro e de cartas e, à direita, livros oficiais e guias não-oficiais feitos por fãs.....	80
Figura 7 – Convenções de fãs exclusivas da série <i>Lost</i> : à esquerda, a “1ª Convenção Oficial de Fãs de <i>Lost</i> ” e, à direita, fotos da “Reunião de 10º Aniversário da Estreia de <i>Lost</i> ”.....	80
Figura 8 – Captura de tela reportagem do jornal Gazeta do Povo.....	81
Figura 9 – Captura de tela do site de reclamações <i>Reclame Aqui</i>	83
Figura 10 – Captura de tela da reportagem “Legendários” sobre grupos de <i>fansubbers</i> na revista Superinteressante de maio de 2011.....	83
Figura 11 – Captura de tela da reportagem “Legendários” sobre grupos de <i>fansubbers</i> na revista Superinteressante de maio de 2011.....	85
Figura 12 – Captura de tela do blog do grupo InSubs.....	86
Figura 13 – Polissistema Audiovisual dentro do Polissistema Cultural Brasileiro conforme proposto por Carvalho (2005).....	88
Figura 14 – Detalhe expandido da representação do polissistema da tradução audiovisual dentro do polissistema audiovisual.....	89
Figura 15 – Detalhe expandido da representação do polissistema do <i>fansubbinig</i> dentro do polissistema da legendagem.....	93
Figura 16 – Captura de tela da versão digital do Manual de Legendagem do grupo de <i>legenders United</i>	91
Figura 17 – Captura de tela: padrões exigidos pelo site Legendas.tv.....	94
Figura 18 – Sugestão de correção da legenda.....	95
Figura 19 – Captura de tela de dois comentários deixados por fãs na entrevista de Tata do grupo Psicopatas ao portal G1.....	95
Figura 20 – Captura de tela de dois comentários deixados por fãs na publicação do link da legenda na página do Facebook da série Vikings.....	97
Figura 21 – Três exemplos de memes com “meldels”.....	108
Figura 22 – Captura de tela do site Legendas.tv.....	110
Figura 23 – Captura de telas do início da série <i>Falling Skies</i> . (MENDONÇA, 2012 p. 4).....	112
Figura 24 – Captura de tela de três trechos da série <i>The Flash</i> com comentários nos créditos.....	

Figura 25 – Capturas de tela das séries <i>Vikings</i> e <i>Once Upon A Time</i> com legendas feitas pelo grupo InSanos	114
Figura 26 – Captura de tela banner de pirataria Legendas.tv (MENDONÇA, 2012 p. 12)....	115
Figura 27 – Reportagem que apresenta o episódio em que foram usadas as legendas do grupo de <i>fansubbing</i> no canal de televisão por assinatura	116
Figura 28 – Captura de tela do Aviso Legal do site Legendas.tv	117
Figura 29 – Captura de tela da reportagem da Veja.com	119
Figura 30 – Captura de tela de matéria veiculada no jornal Folha de S. Paulo sobre o processo tradutório da série <i>RuPaul's Drag Race</i> no Brasil.	121
Figura 31 – Captura de tela da publicação sobre <i>fansubbing</i> e legendagem profissional .	122
Figura 32 – Captura de tela da publicação no Blog CanalTech sobre <i>fansubbing</i>	122

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Exemplo analisado.....	99
Tabela 2 – Exemplo analisado.....	100
Tabela 3 – Exemplo analisado.....	102
Tabela 4 – Exemplo analisado.....	102
Tabela 5 – Exemplo analisado.....	106
Tabela 6 – Exemplo analisado.....	106
Tabela 7 – Exemplo analisado.....	107
Tabela 8 – Exemplo analisado.....	108
Tabela 9 – Exemplo analisado.....	113

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO –.....	12
- Tema, Problema, Objetivos e Justificativa da Pesquisa.....	12
- A Organização da Dissertação.....	15
CAPÍTULO 1 –.....	18
- Tradução.....	18
- Tradução Audiovisual e suas modalidades.....	34
- Legendagem e <i>Fansubbing</i>	39
CAPÍTULO 2 –.....	51
- Fãs, <i>fandoms</i> e comunidades <i>online</i>	51
- Cultura Participativa, Cultura da Convergência e Comunidade Interpretativa.....	57
- Código de Ética, Inteligência Coletiva e Produção Colaborativa.....	65
- Autoria, Coautoria e Direitos Autorais na Produção Colaborativa de <i>Fansubs</i>	75
CAPÍTULO 3 –.....	79
- Surgimento dos grupos de <i>fansubbing</i> no Brasil: demanda(s) e solução(ões).....	79
- O processo tradutório colaborativo e interativo das legendas e a reação dos fãs.....	90
- Análise das traduções de <i>fansubs</i> de <i>The Big Bang Theory</i> e <i>RuPaul's Drag Race</i> .97	
- <i>The Big Bang Theory</i>	98
- <i>RuPaul's Drag Race</i>	103
- Assinatura dos grupos de <i>legenders</i> e a questão da (in)visibilidade.....	109
- Mas é ou não pirataria?.....	114
CONSIDERAÇÕES FINAIS –.....	118
- Consequências do <i>fansubbing</i> no mercado da legendagem profissional.....	118
- Os estudos acadêmicos sobre <i>fansubbing</i> no Brasil.....	123
- Futuros encaminhamentos da pesquisa.....	126
REFERÊNCIAS.....	127

INTRODUÇÃO –

**Toc, toc, toc* Penny.*

**Toc, toc, toc* Penny.*

**Toc, toc, toc* Penny.*

(Dr. Sheldon Cooper)

Sem sombra de dúvida, a personagem mais amada do seriado *The Big Bang Theory* (lançada no Brasil com o título, “*Big Bang: a teoria*”) é o estranho cientista Dr. Sheldon Lee Cooper. Com suas mil manias e peculiaridades, o físico teórico cativou tanto os críticos quanto a audiência nos 10 anos do programa (2007-2017), fazendo dele a série mais assistida da televisão americana, com uma média de 20 milhões de telespectadores, e também uma das mais caras, custando em média, cada episódio, 10 milhões de dólares.

Esse valor é considerado ainda mais caro se levarmos em conta que cada episódio tem apenas 20 minutos e não são usadas locações externas nem efeitos especiais de computação. A título de comparação, a série *Game of Thrones*, outra série considerada um sucesso mundial também com cerca de 10 milhões de dólares por episódio – com duração de 55-65 minutos –, conta ainda com gravações em vários locais do mundo e alto uso de efeitos especiais. Em *The Big Bang Theory* (TBBT), o maior gasto é com os salários dos 5 protagonistas que, segundo a mídia especializada (ANDREEVA,2017), está em 1 milhão por episódio para cada um desde a 8ª temporada.

E é com uma das mais famosas piadas recorrentes da série que abrimos esta Introdução, pois, assim como Sheldon sempre bate na porta e chama 3 vezes para não pegar ninguém desprevenido², é importante começarmos *prevenindo* quanto aos elementos principais dessa pesquisa.

- Tema, Problema, Objetivos e Justificativa da Pesquisa

A prática da tradução é uma das mais antigas e populares práticas linguísticas e compreende também vários aspectos multidisciplinares, contudo, os estudos teóricos a

² No episódio 3 da 10ª temporada (exibido em 16 de outubro de 2016), Sheldon explica que começou a bater na porta três vezes quando tinha 13 anos, depois de ter entrado no quarto dos pais sem bater e ter flagrado seu pai na cama com a amante enquanto sua mãe estava na igreja. Ele ficou tão traumatizado com o ocorrido que, desde então, sempre bate na porta três vezes para evitar surpresas desagradáveis. Essa “mania” evoluiu e se tornou um forte traço do Transtorno Obsessivo Compulsivo (TOC) que a personagem apresenta desde os primeiros episódios da série. Em suas próprias palavras, “a primeira batida é de praxe, mas as outras duas são para dar tempo de as pessoas colocarem roupa”.

respeito da tradução são extremamente recentes quando comparados à sua prática. É inegável que o volume de produção teórica sobre tradução das últimas décadas gerou um arcabouço teórico bastante amplo e aprofundado, porém, não se pode ainda dizer o mesmo quando se trata de questões mais específicas a respeito, por exemplo, da tradução audiovisual, ainda são pouco exploradas em relação a outras formas de tradução.

Considerando que para sua divulgação e distribuição no mercado mundial programas de TV e filmes no cinema dependem tão intrinsecamente dos processos de tradução, principalmente da legendagem e da dublagem, chega a ser curioso o enfoque da academia nessas formas de tradução durante os anos de consolidação dos estudos a respeito de tradução. Esse cenário parece estar mudando rapidamente com a consolidação da tradução audiovisual (TAV) como subárea da tradução e o surgimento de vários estudos principalmente a partir do início do século XXI, quando o desenvolvimento da tecnologia permitiu a criação de mais possibilidades para a produção e consumo de produtos audiovisuais.

Embora esta pesquisa aborde conceitos gerais de tradução e também de TAV (e suas modalidades), o tema é uma modalidade bastante específica: a legendagem amadora feita por fãs de comunidades *online*. Dentro desse tema, o problema central abordado será o processo de produção dessas legendas e sua importância para a interação dos membros das comunidades de fãs.

Assim, num primeiro momento, faz-se necessário descrever, analisar e entender como a legendagem amadora, ou *fansubbing*³, se diferencia da legendagem oficial (entendida aqui como a legenda produzida por profissionais para canais de TV, DVDs, plataformas de *streaming*, etc.) e como ambas essas modalidades se relacionam dentro da TAV.

O percurso acadêmico dos estudos que geraram esta dissertação permitiu perceber que, contrariamente ao que supúnhamos no projeto inicial, o *fansubbing* e a legendagem não são modalidades ‘rivais’ nem podem ser comparadas e avaliadas segundo os mesmos critérios e pressupostos. Cada modalidade tem suas especificidades e particularidades e merecem igual atenção.

Diante dessa constatação, foi preciso deslocar o foco do estudo: da comparação entre dois produtos finais (para obter um juízo de valor: melhor ou pior) para o estudo de ambos os processos tradutórios por meio da análise dos produtos finais. A partir

³ Termo já bastante utilizado nas pesquisas na área também em língua portuguesa, portanto, usaremos a expressão *fansubbing* para designar o tipo de legendagem amadora feita e distribuída por fãs.

dessa outra perspectiva, são objetivos gerais da pesquisa: o estudo das questões relacionadas a tradução, TAV, legendagem e *fansubbing* por meio de um levantamento teórico da bibliografia que embasa teoricamente as análises; a discussão dos conceitos mencionados e dos elementos relativos à cibercultura e à cultura de fãs, a fim de afinar a reflexão sobre as especificidades do *fansubbing* em relação à legendagem tradicional.

Como objetivos específicos deste trabalho, comparamos e analisamos as diferentes traduções propostas por profissionais da legendagem e por fãs, com o intuito de entender não só as escolhas tradutórias – buscando nelas as possíveis estratégias de tradução e o projeto tradutório de quem as produziu –, mas também discutir a questão da visibilidade em ambos os casos e, em especial, a relação dos grupos de *fansubbing* com o público-alvo consumidor das legendas amadoras.

Assim como o tema e o problema, a justificativa da pesquisa também passou por mudanças em relação à proposta no projeto. O que aparecia, anteriormente, ser uma lacuna nos estudos sobre TAV, revela-se hoje como uma linha de pesquisa em pleno desenvolvimento proporcionado justamente pelo crescente interesse pela TAV nos últimos anos.

O que se observa agora como lacuna é que a maioria dos estudos é de cunho descritivo e com maior foco nos problemas e limitações da TAV do que em sua capacidade criativa. É a essa lacuna específica nos estudos de TAV que este estudo pretende se dedicar, salientando, em nosso mundo cada vez mais globalizado e tecnológico, o papel de destaque ocupado pela TAV para a divulgação, aceitação e popularização de produtos audiovisuais ao redor do globo.

O mesmo acontece com a escolha do *fansubbing* como objeto específico de estudo, que, ao contrário do suposto no início da pesquisa, mostrou-se um objeto de pesquisa que cada vez mais chama a atenção de estudantes de graduação e pós-graduação, tanto em âmbito nacional quanto internacional. A forma como o *fansubbing* tem sido tratado, em geral, por comparação com a legendagem profissional baseada nos parâmetros técnicos, não nos parece satisfatória, uma vez que exclui a reflexão acerca do processo tradutório e mantém o foco quase exclusivamente no produto final: as legendas. A maioria dessas pesquisas concentra-se nas técnicas e deixa de analisar a importância das traduções de fã como veículos de mediação cultural e interação em ambientes *online*.

- A Organização da Dissertação

Para apresentar o percurso teórico desta pesquisa e a análise desenvolvida, esta dissertação contará com a seguinte divisão de capítulos:

- No Capítulo 1, o foco é a tradução e suas teorias, agrupadas por aproximação de alinhamento teórico ou subárea. A primeira subdivisão trata de um recorte bastante específico das teorias mais ligadas à disciplina Estudos da Tradução, em especial os teóricos das Teorias Funcionalistas (REISS, 2000; VERMEER, 2000; NORD, 2005 e 2006), dos Estudos Descritivos da Tradução (EVEN-ZOHAR; 1990; LEFEVERE, 1992), da Virada Cultural (LEFEVERE & BASSNETT, 1990; BASSNETT, 2011) e da Invisibilidade do Tradutor (VENUTI, 2008). Já a segunda subdivisão apresenta um apanhado de teorias que não necessariamente concordam com a visão de tradução propagada pelos textos mais canônicos dos Estudos da Tradução, em especial, os estudos de Nouss (2012, 2014) e Yuste-Frías (2014) trazidos para compor esta pesquisa por contribuírem para o propósito de responder a algumas questões não abordadas pelas teorias anteriores. Por fim, apresentamos um campo de tradução que não é exatamente tratada nos Estudos da Tradução, mas tem rumado nos últimos anos para constituir uma área de pesquisa autônoma: a Tradução Audiovisual (TAV) e suas diferentes modalidades, em especial a legendagem e o *fansubbing*. Para isso, são essenciais os estudos de teóricos como Gambier (2001, 2004), Diaz-Cintas & Remael-Routledge (2007), Franco & Araújo (2011) e Diaz-Cintas & Sanchez (2006).

- No Capítulo 2, acrescentamos outras abordagens que não estão ligadas diretamente ao objeto de estudo em questão (no nosso caso, a tradução), mas que, estando ligadas a questões culturais e fenômenos de língua/gem, são de grande ajuda para tratar de nosso objeto. Assim, para discutirmos as particularidades do *fansubbing* como processo tradutório, faz-se importante entender também o que são e como se constituem as comunidades de fãs (*fandoms*) que produzem e consomem essas legendas, quais as implicações da cibercultura como local onde os membros dessas comunidades congregam e interagem. Para discutir um pouco dessas questões, os estudos sobre fãs, *fandoms* e as comunidades *online* de Grossberg (1992), Jenkins (1992) e Duffett (2013) são de grande valia. Outros nomes importantes para o aporte teórico desta pesquisa que têm se mostrado de grande ajuda para pensar a interação entre as comunidades de fãs

nas redes sociais e o papel da tecnologia e das várias mídias no processo de *fansubbing* são a Cultura de Convergência de Henry Jenkins (2006) e a Cultura Participativa de Jenkins (1992) e posteriormente melhor elaborada por Delwiche & Henderson (2013), ambas da área de Comunicação, mas que trazem significativas contribuições para a análise das legendas de fãs. Neste capítulo também são discutidas questões de autoria e a licença *Creative Commons* dentro da produção colaborativa (FOUCAULT, [1969]2001; LIMA & SANTINI), a polêmica sobre (i)legalidade do processo de produção e distribuição das legendas amadoras pelos sites e comunidades da internet, além de outros pontos relevantes à questão da classificação dessa atividade como crime de pirataria (MENDONÇA, 2012).

- O Capítulo 3 traz uma proposta de integração/diálogo entre as teorias (já apresentadas) e análises de exemplos selecionados. Começamos apresentando o surgimento dos primeiros grupos de *fansubbing* para seriados de televisão e detalhamos melhor o processo tradutório colaborativo e interativo desses grupos. No processo de produção colaborativa e interativa, discutimos a importância de fãs que participam traduzindo e criando as legendas, mas também a valiosa participação de fãs que usam essas legendas. Tentamos mostrar como o intuito primeiro da produção de legendas por fãs é ‘alimentar’ as comunidades e possibilitar o acesso de fãs que não têm fluência na língua estrangeira a esses conteúdos, para que possam participar dos fóruns, chats, páginas e demais plataformas das mídias sociais onde interagem. Para quem consome as legendas, o bônus é claro: o acesso a um conteúdo negado pela barreira linguística ou pelo longo tempo de espera até que esse conteúdo esteja disponível pelos meios regulares como a televisão ou DVDs. O que costuma despertar a curiosidade (e, muitas vezes, o ceticismo) de quem ouve falar pela primeira vez sobre *fansubbing* é “o que ganham as pessoas que fazem e distribuem essas legendas de forma gratuita?” Por mais estranho que possa parecer a princípio, a forma de ‘pagamento’ que os grupos de *fansubbing* recebem é o reconhecimento e a gratidão⁴ de quem usa as legendas. Por isso, a ‘visibilidade’ dessas traduções é proposital e bastante acentuada, além de revelar desdobramentos interessantes quanto à polêmica da (i)legalidade da atividade (entraremos nesse particular em seu devido tempo).

⁴ E, claro, seria ingenuidade não levar em conta o certo grau de status e prestígio que essa posição dá aos membros dos grupos de *fansubbing* dentro das comunidades de fãs.

- Nas Considerações Finais, reservamos espaço para uma reflexão sobre o percurso da pesquisa e apresentação das repercussões do *fansubbing* no mercado profissional da legendagem, bem como uma apresentação dos principais estudos acadêmicos sobre *fansubbing*, destacando as novas possibilidades de estudos futuros na área.

CAPÍTULO 1 –

*A imprecisão é a verdade da tradução*⁵.

(Nouss, 2014)

- Tradução

Livros como *The Translation Studies Reader* (VENUTI, 2000), *Introducing Translation Studies* (MUNDAY 2001) e *The Oxford Handbook of Translation Studies* (MALMKJÆR & WINDLE, 2011) apresentam os Estudos da Tradução como uma área de estudos multifacetada e em constante evolução, tendo como maior preocupação definir o que é tradução, descrever e sistematizar os processos de produção de traduções e analisar os produtos finais desses processos.

Em geral, esses livros começam prestando os devidos créditos àqueles que, no decorrer da história, dedicaram-se a falar e escrever sobre tradução, ainda que a maioria desses nomes não seja classificada como teóricos da tradução ‘propriamente ditos’. Por exemplo, os nomes mais populares e que sempre aparecem nessas revisões históricas são os de Cícero, Horácio e São Jerônimo, apontando que desde a Antiguidade e durante a Idade Média o entrave “palavra-por-palavra” versus “sentido-por-sentido” foi a questão central de debate a respeito da tradução.

Em suas primeiras páginas ou capítulos, é comum que sejam apresentados os momentos em que a tradução teve importância decisiva na história mundial. São exemplos sempre citados as inúmeras polêmicas envolvendo a tradução da Bíblia e as consequências dessas traduções: a tradução da Bíblia por Martinho Lutero é apontada como um dos fatores que influenciaram a Reforma Protestante e, por consequência, a Contrarreforma.

As teorias de tradução consideradas canônicas⁶ (que costumam ser apresentadas respeitando uma divisão cronológica) têm como divisor de águas os estudos de Saussure (1916), que apresentam a base para as teorias que se desenvolveriam a partir do ponto de vista linguístico. É com base nesse novo paradigma – chamado depois de estruturalista –, que concebe língua como sistema/código que temos os primeiros estudos reconhecidos como teorias de tradução propriamente ditas, com destaque para

⁵ The inaccuracy is the truth of translation.

⁶ Embora cada um desses livros apresente certa variação em relação aos textos selecionados, sendo os critérios para tal seleção sempre explicitamente dados em sua Introdução/Prefácio, com uma rápida comparação entre os sumários dessas obras, são facilmente perceptíveis quais autores são unanimidade e aparecem em destaque.

nomes como Roman Jakobson, Eugene Nida, Peter Newmark, Werner Koller, John Catford e Jean-Paul Vinay e Jean Darbelnet.

Dentre esses autores, destacamos o texto principal de Vinay e Darbelnet, *Stylistique comparée du français et de l'anglais: méthode de traduction* (1977), que teve grande repercussão no Brasil sendo ‘adaptado’ por dois dos nomes nacionais mais reconhecidos: Heloísa Barbosa, em seu livro *Procedimentos Técnicos de Tradução* (1990) e Francis Henrik Aubert, com o artigo publicado na revista *TradTerm Modalidades de tradução: teoria e resultados* (1998).

Contudo, embora todos esses autores tenham de fato contribuído muito para os avanços dos estudos de tradução, a maneira como neles a questão da equivalência aparece numa posição central e representa a preocupação predominante faz com que seja pouco produtivo para o estudo proposto aqui discutir em extensão tais teorias.

Assim, levando em consideração o objeto de estudo delimitado, são teorias mais interessantes as de cunho funcionalista apresentadas nos estudos de Hans Vermeer, Katharina Reiss e Christiane Nord a partir da década de 1970, que trazem uma mudança de perspectiva das teorias linguísticas para questões socioculturais e pragmáticas da tradução. Nessas novas propostas, a linguagem é pensada a partir dos usos que se pretendiam fazer dela para a comunicação. Com essa mudança na concepção de língua/gem, a proposta é também pensar a tradução a partir do uso que seria feito dela.

Em *Type, kind and individuality of text: decision making in translation* (2000)⁷, Reiss discorre sobre a importância de compreender cada texto em sua particularidade, bem como os fatores intra, inter e extratextuais que afetam as decisões de quem traduz. Para a autora (2000), se a comunicação é uma ação intencional de uso da linguagem, o mesmo acontece com a tradução, que passa a ser entendida como *ação*.

Em meados da década de 1980, dando seguimento aos estudos iniciados por Reiss, Vermeer avança com as definições da teoria funcionalista e a nomeia *Skopos*, Teoria do Escopo como ficou conhecida no Brasil, com o lançamento do livro *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained* (2013)⁸, e escrito em parceria com Reiss.

⁷ Texto originalmente publicado em 1981, no periódico *Poetics today*, Vol. 2, No. 4, *Translation Theory and Intercultural Relations* (edição Verão-Outono), pp. 121-131.

⁸ Texto original publicado em alemão com o título “*Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*” pela St Jerome em 1984 e traduzido para o inglês por Christiane Nord, com revisão de Marina Dudenhöfer, em 2013 para a *Routledge*.

A primeira parte do livro foi escrita por Vermeer e traz conceitos teóricos e os princípios básicos para definir a teoria do escopo como uma teoria geral de tradução e interpretação (que ele chama de “ação translatória”). Nela, o autor discute sua concepção de língua e algumas distinções terminológicas necessárias como, por exemplo, a distinção entre tradução e interpretação. Na segunda parte, Reiss aprofunda a abordagem baseada na tipologia textual iniciada na década de 70 na tentativa de integrá-la à visão de teoria geral de tradução defendida por Vermeer.

Assim, na Teoria do Escopo,

a tradução é vista como uma variedade específica de ação tradutória baseada no texto-fonte (cf. Holz-Mänttari 1984, especialmente P: 42f; e Nord 1988: 31). Outras variedades envolveriam, por exemplo, as informações de um consultor sobre a situação econômica ou política de uma região, etc. Qualquer forma de ação tradutória, incluindo, portanto, a própria tradução, pode ser considerada ação, como o nome mesmo indica. Toda ação tem um objetivo, um propósito⁹ (VERMEER, 2000¹⁰ p. 227).

Segundo Vermeer (2000), o escopo de uma tradução é esse objetivo/propósito que rege as escolhas tradutórias de quem traduz¹¹, levando em conta não só o texto-fonte e o autor, como as teorias anteriores costumavam fazer, mas incluindo também uma série de fatores externos que pesam tanto quanto (ou até mais que) fatores internos ao texto.

Dentre esses fatores, em especial, a importância do cliente que inicia o processo tradutório e apresenta um *briefing* (entendido como um conjunto de instruções para a tradutora sobre o texto-fonte e sobre a tradução). A ‘aura sacra’ do original e a força/status desse texto em relação à tradução, como aparecia em outras teorias, é diluída consideravelmente.

Partindo dessas contribuições de Reiss e Vermeer, Nord levou a Teoria Funcionalista ainda mais longe. Ao iniciar seu artigo *Translating as a purposeful*

⁹ Translation is seen as the particular variety of translational action which is based on a source text (cf. Holz-Mänttari 1984, especially P: 42f; and Nord 1988: 31). Other varieties would involve e.g. a consultant's information on a regional economic or political situation, etc. Any form of translational action, including therefore translation itself, may be conceived as an action, as the name implies. Any action has an aim, a purpose.

¹⁰ Texto publicado no livro *Readings in translation theory*, organizado por Andrew Chesterman em 1989, (pp.173-187). O texto em alemão foi traduzido para o inglês por Chesterman, para compor o livro.

¹¹ Embora a palavra *Übersetzer* em alemão seja um substantivo masculino (presente nos textos de Schleiermacher, Reiss, Vermeer e Nord), a palavra *translator* em inglês (presente na maioria dos outros textos que compõem a fundamentação teórica dessa pesquisa) não tem gênero definido. Assim, sempre que possível, expressões mais neutras serão utilizadas e, a menos que explicitamente indicado que a pessoa que traduz é, de fato, do sexo masculino, será usada a palavra ‘tradutora’ como forma mais geral da palavra.

activity: a prospective approach (2005), Nord apresenta o interessante exemplo de um suposto aviso encontrado em um albergue sueco:

Alemanha: Por favor, não se levantem antes das 6am!
 Estados Unidos: Por favor, não voltem depois das 2am!
 Itália: Por favor, não cantem depois da 10pm!
 Suécia: Por favor, não levem pessoas para seus quartos!¹²

A autora comenta que, obviamente, o intuito da gerência do albergue era preservar o silêncio e a tranquilidade entre 10pm e 6am. Contudo, ela argumenta, seria pouco produtivo dizer a alguém que facilmente dorme até depois das 10am – possivelmente por ter ficado fora ou cantando até tarde da madrugada – que não se deve acordar antes das 6am. Ou ainda dizer que é proibido cantar depois das 10pm para nacionalidades mais avessas a demonstrações públicas de alegria. Dessa forma, a melhor maneira de garantir o silêncio e a tranquilidade durante as horas necessárias seria instruir cada nacionalidade¹³ a abster-se dos hábitos que, em geral, mais incomodam hóspedes de outras nacionalidades.

A preocupação com o público-alvo é algo que ressoa fortemente nos textos de Nord, em especial quando ela contrapõe sua proposta a outras teorias de tradução de autores como Schleiermacher, Nida e Venuti, calcadas em fortes dicotomias que tais autores consideram maneiras ‘certas’ ou ‘erradas’ de traduzir. Para Nord (2005),

ao contrário dos autores mencionados acima, não propomos que, de forma geral, uma maneira é ‘melhor ou ‘mais apropriada’ que a outra. Tudo depende do *briefing* da tradução ou, mais exatamente, das conclusões tiradas a partir do encargo ou das informações recebidas do cliente sobre para que tipo de público-alvo o texto será traduzido e qual o propósito ou quais os propósitos o texto deve atender¹⁴. (NORD, 2005 p. 27)

¹² Germans: Please, don't get up before 6 a.m.!
 Americans: Please, don't come home after 2 a.m.!
 Italians: Please, don't sing after 10 p.m.!
 Swedes: Please, don't take girls up to the rooms!

¹³ Num ato falho que parece reforçar ainda mais a ideia que toda comunicação é regida e determinada por um propósito, a autenticidade/veracidade do aviso dado como exemplo não é discutida nem questionada pela autora, tampouco é problematizada a visão estereotipada das diferentes nacionalidades.

¹⁴ Unlike the other authors mentioned above, I do not propose that one of the two types is generally ‘better’ or ‘more appropriate’ than the other. It all depends on the translation brief or, to be more exact, on the conclusions the translator draws from the brief or the information they receive from the client about what kind of audience the translated text is addressed to and which purpose or purposes it is supposed to fulfil.

Em seu texto *Loyalty and fidelity in specialized translation* (2006), além de apresentar a noção de ‘lealdade’ como uma interessante opção para a já exaurida concepção de ‘fidelidade’, Nord também apresenta esquema gráfico bastante didático para explicar a multiplicidade de fatores que devem ser levados em conta no momento da tradução. Para a autora, como pode ser visto Figura 1, vários elementos permeiam a construção do sentido no texto-fonte e, para que a barreira entre as línguas seja transposta, é necessário que a tradutora mobilize uma série de elementos distintos da língua e cultura-alvo.

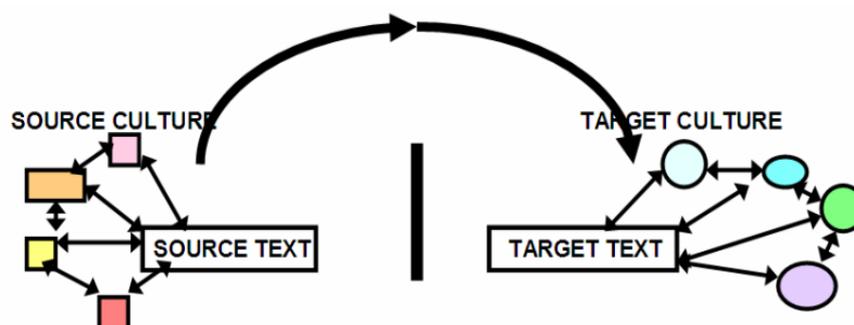


Figura 1 – Quadro da Teoria Funcionalista de Nord (2006)

Para a autora, todas as mudanças, alterações e/ou manutenções feitas no texto-alvo pela tradutora devem obedecer ao conceito-chave que rege a ação tradutória de acordo com a teoria funcionalista: o uso efetivo. Assim, quem traduz deve pensar não só em qual foi o uso pretendido para o texto-fonte, mas, acima de tudo, qual será o uso do texto-alvo, para só então empregar as estratégias e procedimentos de tradução que melhor se adequem ao “efeito” pretendido.

É importante ressaltar, contudo, que a ideia de “efeito” que norteia as teorias funcionalistas é bastante diferente do efeito que norteia o conceito de “equivalência dinâmica” de Nida (1964). No último, parte-se da ilusão de que é possível depreender do texto-fonte o “efeito que o autor pretendeu criar no seu leitor” e que é dever do tradutor buscar uma tradução que traga esse mesmo “efeito” no leitor do texto-alvo. Para Nord (2006), a busca desse “efeito” na tradução está subordinada não ao que o “autor do texto original quis dizer”, mas sim a uma série de outros elementos que fazem daquele texto-alvo um texto de uso efetivo na cultura-alvo.

E é justamente por levar em conta essa ampla gama de fatores, em especial o propósito da tradução e as necessidades de um público-alvo específico, que se justifica a importância da teoria funcionalista para esta pesquisa. Ainda que, como colocado por

Jabir em seu artigo *Skopos Theory: Basic Principles and Deficiencies* (2006) as teorias funcionalistas tenham recebido muitas críticas, em especial de teóricos como Newmark (2000 *apud* JABIR, 2006) e Koller (1995 *apud* JABIR, 2006) e House (2001 *apud* JABIR, 2006), que apontam problemas com a perspectiva extremista de que “os fins justificam os meios”, afirmando que nem todos os textos/ações têm “propósitos” e que a *skopostheorie* diminui a importância do original ao limitá-lo a uma mera “fonte de informação”.

É importante lembrar, contudo, que esses autores ainda tratam do texto-fonte como sendo apenas os textos literários ou religiosos¹⁵, enquanto a teoria funcionalista já pensa a tradução a partir de textos do cotidiano, e, por isso, o visível desequilíbrio na balança de status/poder na dicotomia original-tradução, que não admite a tradução como sendo de igual ou maior valor que o original.

Assim, sendo as legendas amadoras uma forma de tradução bastante peculiar, cujas especificidades serão tratadas em maiores detalhes nos próximos capítulos, é essencial que a teoria de tradução usada como subsídio teórico tenha a abertura necessária para analisar esses aspectos.

Saindo da subdivisão da Teoria Funcionalista e entrando na subárea dos Estudos Descritivos de Tradução (DTS, sigla de *Descriptive Translation Studies*), outra teoria dos Estudos da Tradução que contribui para esta pesquisa é a Teoria dos Polissistemas, introduzida pelo teórico de tradução israelense Itamar Even-Zohar em trabalhos publicados nos anos de 1969 e 1970.

Na coletânea de trabalhos revistos e ampliados publicados na revista *Poetics Today* intitulada *Polysystem Studies* (1990), o autor não só introduz o conceito de polissistema, apresentando seus principais aspectos e inter-relações, mas também discute a importância de textos traduzidos para o polissistema de uma determinada cultura.

Para entender o conceito de polissistema, é importante destacar primeiro o que Even-Zohar (2013) considera sistema e como os diversos sistemas se relacionam dentro do polissistema. Para o autor, os “fenômenos semióticos, ou seja, os modelos de comunicação humana regidos por signos” como a cultura, a linguagem, a literatura e até mesmo a sociedade devem ser entendidos e estudados como sistemas dinâmicos e

¹⁵ Também a visão de língua/linguagem desses críticos é problemática, uma vez que ainda é pautada pelo estruturalismo linguístico e revolve em torno da questão (ilusória) da equivalência.

heterogêneos e não apenas como um “conglomerado de elementos díspares” dentro de um sistema estático.

A maneira como esses diversos sistemas interagem entre si, se inter-relacionam e evoluem em diferentes níveis e esferas é a definição do polissistema, o que realça a “multiplicidade de interseções e, a partir disso, a maior complexidade na estruturação que isso implica, salientando ainda que, para que um sistema funcione, não é necessário postular sua uniformidade” (EVEN-ZOHAR, 2013 p. 3).

Da mesma forma, todas as características que definem um sistema, visto como “tanto a ideia de um conjunto-de-relações fechado, no qual os membros recebem seu valor de suas respectivas oposições, como a ideia de uma estrutura aberta que consiste em várias redes-de-relações desse tipo que concorrem”, podem também ser direcionadas para a definição do polissistema e suas relações.

A vantagem dessa abordagem plural é ter a possibilidade de, dentro dos estudos do polissistema, tratar tanto de objetos bem definidos e já estabelecidos, como também daqueles que fogem de certa forma a uma definição mais formal, objetos com contornos mais fluidos e, em geral, menos investigados devido à sua complexidade.

Embora também tenha focado seus estudos principalmente na tradução de textos literários, diferentemente de outros autores que só consideravam textos canônicos, Even-Zohar afirma que

a hipótese do polissistema implica uma rejeição dos juízos de valor como critérios para uma seleção *a priori* dos objetos de estudo. Isso deve ser enfatizado particularmente no caso dos estudos literários, nos quais ainda existe confusão entre pesquisa e crítica. Aceitando a hipótese do polissistema, é necessário aceitar também que o estudo histórico de polissistemas históricos não pode circunscrever-se às chamadas “obras-primas”, apesar de alguns as considerarem a única maneira de se iniciar os estudos literários. Este tipo de elitismo não é compatível com uma historiografia literária, do mesmo modo que a história geral não pode mais apenas ser a narração das vidas de reis e generais. (EVEN-ZOHAR, 2013 p. 5)

Dessa forma, o autor passa a considerar a importância de outros sistemas periféricos, como a literatura marginal e literatura de massa, por exemplo, e as relações desses sistemas com o sistema mais central e canônico da literatura considerada “alta literatura” ou mesmo “literatura propriamente dita”, geralmente apresentada em oposição a textos de “ficção”.

Assim, dentro do polissistema da literatura de um país, há então o sistema da literatura traduzida, e é sobre as características e particularidades desse sistema que o

autor se debruça com mais atenção, sendo o critério de seleção da literatura traduzida um dos mais significativos.

Em *The Position of Translated Literature within the Literary Polysystem* (1990), o autor afirma que uma série de fatores pode incitar a escolha do que será ou não traduzido em determinada sociedade e qual o status que esse texto traduzido terá. Even-Zohar (1990, p. 46) argumenta que,

textos traduzidos correlacionam-se em, pelo menos, duas maneiras: (a) no modo como os textos-fonte são selecionados pela literatura-alvo, os princípios de seleção não estando nunca desconectados dos cossistemas da literatura-alvo (para falar com mais cautela); e (b) no modo como são adotadas normas, comportamentos e políticas específicas – em resumo, fazendo uso do repertório literário – que resultam de suas relações com os outros cossistemas locais.¹⁶

É relevante destacar que, embora discuta de forma mais aprofundada apenas a questão do polissistema em relação a textos literários, o autor deixa bem claro que a teoria do polissistema pode ser usada para descrever outros “fenômenos semióticos”, desde aqueles mais amplos e abrangentes como linguagem e cultura, até sistemas que representem recortes mais específicos como a produção audiovisual, por exemplo.

Da mesma forma que alguns tipos de literatura gozam do status de cânone e recebem maior atenção e validação enquanto outros tipos são rotulados de literatura marginal, assim também alguns produtos culturais ocupam uma posição central enquanto outros ficam restritos a uma posição periférica.

Assim, ao pensarmos na representação do polissistema de produção audiovisual, situações paralelas podem ser estabelecidas com sistemas representando o cinema, a televisão e outras mídias. Da mesma forma que no polissistema literário há o sistema da produção nacional e o sistema da literatura traduzida, também no polissistema audiovisual temos a produção audiovisual nacional e a produção audiovisual traduzida.

Na tentativa de entender melhor o polissistema audiovisual brasileiro, Carolina Alfaro Carvalho dedicou os estudos de sua dissertação de mestrado intitulada *A tradução para legendas: dos polissistemas à singularidade do tradutor* (PUC-Rio, 2005) chamando a atenção para os possíveis paralelos entre o polissistema literário e o polissistema audiovisual brasileiro.

¹⁶ My argument is that translated works do correlate in at least two ways: (a) in the way their source texts are selected by the target literature, the principles of selection never being uncorrelatable with the home cosystems of the target literature (to put it in the most cautious way); and (b) in the way they adopt specific norms, behaviors, and policies--in short, in their use of the literary repertoire--which results from their relations with the other home cosystems.

Como representantes da produção nacional no momento da pesquisa, a autora listou telenovelas, telejornais e demais programas da televisão aberta e dos canais nacionais de televisão por assinatura, enquanto filmes e seriados seriam quase que em sua totalidade estrangeiros, e, portanto, precisariam ser traduzidos para entrar no mercado brasileiro.

A Figura 2 apresenta uma possibilidade de visualização da adaptação do conceito de Polissistemas para a cultura brasileira sugerida por Carvalho (2005):

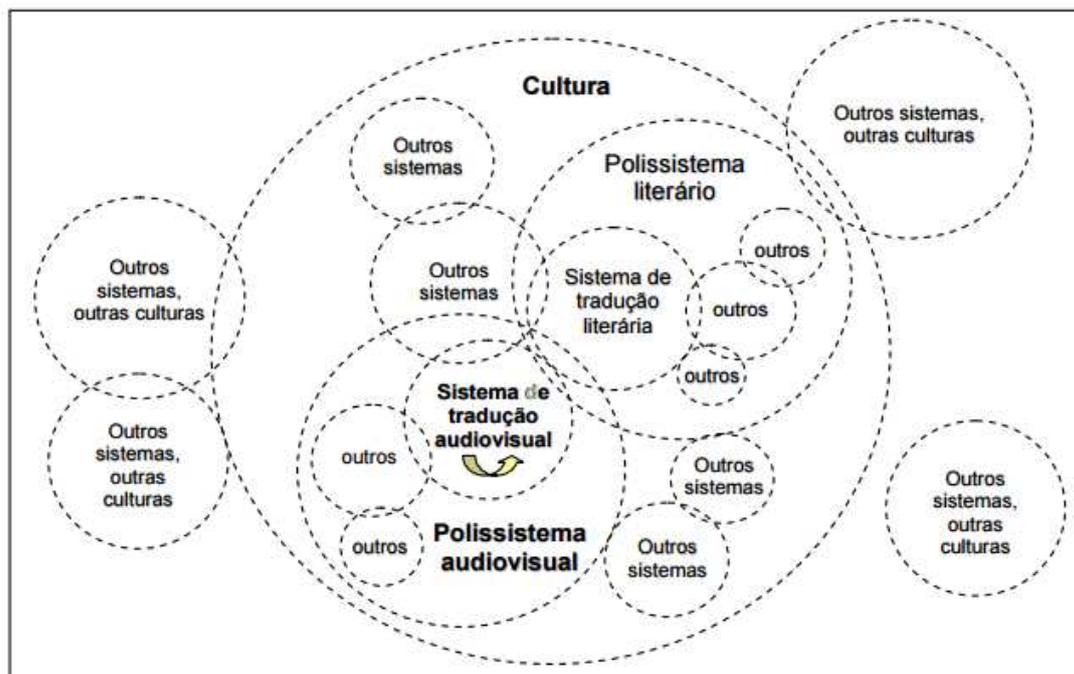


Figura 2 – Inserção do polissistema audiovisual na representação gráfica da Teoria dos Polissistemas

A imagem proposta acima é meramente ilustrativa e, segundo própria autora, não tinha intenção de representar proporcionalmente os polissistemas descritos. Porém, se fôssemos, de fato, considerar essa proporção, pressupõe-se que o sistema da tradução audiovisual seria similar ao da produção nacional dentro do polissistema audiovisual brasileiro.

Contudo, é importante destacar também que a proposta da autora, embora muito válida para apresentar a aplicação da teoria dos polissistemas à área da tradução audiovisual, encontra-se bastante datada, uma vez que muitos avanços tecnológicos surgidos desde 2005 mudaram consideravelmente a produção audiovisual consumida no país, tanto de produção nacional como a produção traduzida.

Com o aumento significativo do acesso à produção audiovisual estrangeira, proporcionado, entre outras coisas, pelos avanços da tecnologia e da globalização, as

forças em jogo no polissistema de tradução audiovisual e as relações estabelecidas entre elas fazem com que o polissistema audiovisual brasileiro e, em especial, o polissistema da tradução audiovisual, estejam em constante mudança.

Entre os fatores que tendem a produzir as maiores mudanças nesses polissistemas, podendo alterar a configuração do polissistema audiovisual brasileiro e, em particular, a proporção entre o sistema de produção audiovisual nacional e o sistema de tradução audiovisual, citamos a crescente facilidade de acesso aos canais da televisão paga pela população brasileira e a criação de plataformas de *streaming* como o Netflix¹⁷, além dos recursos de pirataria *torrent*¹⁸.

Um recorte com uma possível representação das inter-relações de alguns desses sistemas poderia ser visualizado como:

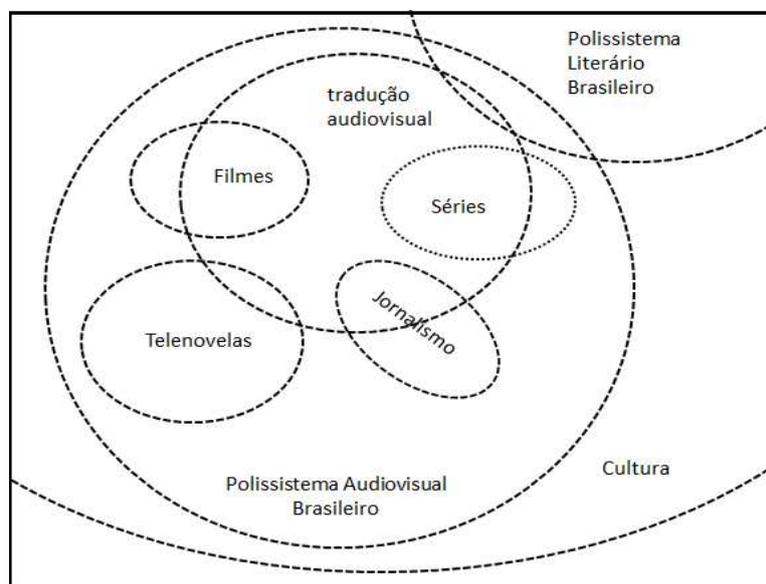


Figura 3 – Recorte detalhado do polissistema audiovisual brasileiro

¹⁷ A Netflix é o principal serviço de TV por Internet do mundo, com mais de 93 milhões de assinantes em mais de 190 países assistindo a mais de 125 milhões de horas de filmes e séries por dia, incluindo séries, documentários e filmes originais. Nele, os assinantes podem acessar todo o conteúdo do site a partir de qualquer aparelho com vídeo e áudio e conexão com a internet, podendo escolher a ordem dos episódios, além de pausar, voltar, avançar, assistir novamente sem intervalos comerciais. O site americano existe desde 1997, mas, no Brasil, a Netflix começou a sua distribuição apenas em 5 de setembro de 2011. (Números e informações disponíveis na descrição do perfil do canal Netflix no site *Youtube*. Disponível em <https://www.youtube.com/user/NetflixBRA/about> acesso em 20/03/2017).

¹⁸ “*Torrent* é a extensão de arquivos utilizados por um protocolo de transferência do tipo P2P (*Peer to Peer* – pessoa para pessoa). Essa transferência acontece da seguinte maneira: os arquivos transferidos são divididos em partes e cada pessoa que tem tal arquivo ajuda a fazer o *upload* a outros usuários. Isso reduz significativamente o consumo de banda do distribuidor original do arquivo, não sendo necessário que o mesmo fique armazenado em um servidor. (...) Muitas pessoas, erroneamente, associam *torrents* à pirataria. *Torrent* nada mais é do que uma forma de compartilhamento de arquivos. O uso que é feito dessa tecnologia é que pode ser legal ou ilegal.” (via TecMundo <<https://www.tecmundo.com.br/torrent/166-o-que-e-torrent-.htm>>, acesso em 02/07/2015)

Como exemplo das amplas possibilidades de estruturação e análise dos polissistemas, cada um desses sistemas existentes na nossa proposta apresentada na Figura 3 poderia ainda ser detalhado conforme uma série de outros aspectos relevantes não só a veiculação desses produtos (cinema, televisão aberta ou por assinatura, DVDs ou Blue-Rays, sites de *streaming*, etc), mas também por gênero (comédia, ação, drama, etc. para os filmes, séries e telenovelas) ou alcance geográfico (regional, estadual, nacional, internacional para o jornalismo, por exemplo).

Na mesma subárea dos Estudos Descritivos da Tradução, temos também os estudos de André Lefevere, que compartilha o mesmo pressuposto da literatura como um polissistema inserido e subordinado a um sistema maior (cultura/sociedade) acrescentando a noção de que, dentro do sistema receptor da literatura traduzida, as traduções sofreriam, invariavelmente, algum grau de manipulação do texto-fonte, partindo de um objetivo.

É importante ressaltar que essas questões histórico-sociais e culturais são relevantes para os estudos de Lefevere (1992), que considera a tradução uma “reescrita de um texto original” na qual se reflete determinada ideologia e até mesmo uma relação de poder de manipulação, uma vez que quem traduz sempre atua sobre o texto traduzido. Essa concepção mostra a tradução como uma atividade “duplamente contextualizada”, pois faz com que o mesmo texto tenha um lugar em duas culturas.

No prefácio de *Translation, rewriting and the manipulation of literary fame* (1992), o autor apresenta o conceito de reescrita como manipulação da seguinte forma:

reescrita é manipulação, feita a serviço do poder, e em seu aspecto positivo pode ajudar no desenvolvimento de uma literatura e de uma sociedade. Reescritas podem introduzir novos conceitos, novos gêneros, novos dispositivos e a história da tradução é também a história da inovação literária, do poder modelador de uma cultura sobre outra. Mas a reescrita também pode reprimir a inovação, distorcer e controlar, e numa época em que a manipulação de todos os tipos cresce continuamente, o estudo dos processos de manipulação da literatura, como os exemplificados pela tradução, pode nos ajudar a alcançar uma consciência maior do mundo em que vivemos¹⁹ (LEFEVERE, 1992, p. vii).

¹⁹ Rewriting is manipulation, undertaken in the service of power, and in its positive aspect can help in the evolution of a literature and a society. Rewritings can introduce new concepts, new genres, new devices and the history of translation is the history also of literary innovation, of shaping power of one culture upon another. But rewriting can also repress innovation, distort and contain, and in an age of ever increasing manipulation of all kinds, the study of manipulation processes in literature as exemplified by translation can help us towards a greater awareness of the world in which in we live.

Além das questões de reescrita e manipulação, outra força que interfere diretamente em um polissistema é o fator definido por Lefevere (1992, p. 16) como patronagem, ou seja, “os poderes (pessoas, instituições) que podem promover ou impedir a leitura, escrita e a reescrita da literatura”²⁰.

Essa estrutura de poder percebida pelo autor consiste em três âmbitos: ideológico (incentivo e encorajamento ou até mesmo censura); econômico (também chamado de ‘mecenato’, remetendo às antigas práticas da Antiguidade, Idade Média e Renascimento – papel desempenhado hoje por agências governamentais e instituições de fomento a pesquisa, por exemplo); e prestígio ou status. E é este último âmbito que nos parece ter maior relevância para a análise desta pesquisa, uma vez que ajuda a explicar a motivação por trás da produção e distribuição gratuita das legendas amadoras na internet.

Assim, como as Teorias Funcionalistas, os Estudos de Descritivos da Tradução também tiveram grande influência dos Estudos Culturais, área de estudo em franca expansão na época. Assim, os aspectos culturais são sempre elementos centrais também das teorias dos Estudos Descritivos, impulsionando os estudos da tradução para o momento definido por Snell-Hornby em seu livro *The Turns of Translation Studies: new paradigms or shifting viewpoints?* (2006) como a ‘Virada Cultural’, inaugurada pela publicação do livro *Translation, History and Culture* (1990) de André Lefevere e Susan Bassnett e definida por Trivedi (2005) como um “ato transformativo”.

Até o seu falecimento no início de 1996, Lefevere continuou trabalhando com os conceitos de reescrita, manipulação e patronagem, dedicando-se especialmente à inter-relação das estruturas de poder e seus agentes dentro da cultura de uma sociedade. Questões de cunho político e ideológico também apareceram fortemente em seus estudos como exemplos das forças agentes que moldam um sistema literário.

A importância da questão cultural para a figura de quem traduz, principalmente para a relevância da “tradutora como mediadora transcultural” (*translator as a cross-cultural mediator*), continuou presente nos estudos de Bassnett, que afirma que “o papel da tradutora não é apenas o de uma intérprete bilíngue, mas também de uma figura cuja função é mediar culturas”²¹ (2011, p. 102).

²⁰ The powers (persons, institutions) that can further or hinder the reading, writing, and rewriting of literature.

²¹ the role of the translator not only as a bilingual interpreter but also as a figure whose role is to mediate between cultures.

Apesar das críticas tecidas a respeito da ideia de ‘mediação’, principalmente no que diz respeito ao valor/status inferiorizado que a tradução e a tradutora teriam se vistas como meras ‘mediadoras de conteúdo’, em especial, a ideia de ‘mediação cultural’, a qual voltaremos mais a frente para discutir a questão da autoria e coautoria, é algo que pode ser facilmente relacionado ao objeto de estudo desta pesquisa.

Principalmente se considerarmos mais pontualmente a popularidade das séries que compõem o *corpus* da análise em terras brasileiras. Tal popularidade obviamente se deve, em grande parte, ao alcance da tradução audiovisual (por meio das legendas e da dublagem) que possibilita que o áudio original seja compreendido e apreciado por pessoas que não são falantes proficientes da língua inglesa.

Outro autor cujos estudos são imprescindíveis para esta pesquisa é Lawrence Venuti (1995), em especial no que diz respeito à ‘invisibilidade do tradutor’²², seu papel e reconhecimento social na área dos Estudos da Tradução. A legendagem é, de longe, a forma mais ‘visível’ de tradução, uma vez que quem assiste aos produtos audiovisuais tem acesso ao áudio em língua estrangeira e precisa do apoio visual das legendas para entender o conteúdo, tornando impossível a ‘ilusão de naturalidade’ tão criticada por Venuti.

Contudo, o acesso ao material original ao mesmo tempo em que se vê a tradução escrita na tela faz da legendagem o alvo mais fácil para as críticas aos ‘erros’ de tradução. Porém, a crítica dirigida às legendas desconhece os parâmetros técnicos e as regras específicas de cada agência/canal/produtora que restringem as possibilidades de tradução. Já no que concerne ao reconhecimento social, as marcas de visibilidade serão de extrema importância para a análise pretendida aqui e serão comentadas em maiores detalhes nos próximos capítulos.

Dentre os estudos de Venuti (2008), não se pode deixar de citar as estratégias nomeadas pelo autor *domesticação* e *estrangeirização*, que traçam paralelos com os métodos de traduzir defendidos por Schleiermacher (1813/2007) quase dois séculos antes. Para Schleiermacher (2007), havia apenas duas opções: levar o autor até o

²² Apenas por ser uma expressão já consagrada na literatura da área, sendo inclusive o título do livro de Venuti (1986), usaremos aqui a tradução de ‘*translator*’ por ‘tradutor’, conforme a tradução proposta por Carolina Alfaro para a revista PaLavra em 1995.

leitor²³, facilitando o texto para não haver qualquer estranhamento durante a leitura; ou levar o leitor até o autor, deixando na tradução marcas características do texto e da cultura em que aquele texto foi produzido.

Conforme apontado por Snell-Hornby (2012), Venuti (1995) lê Schleiermacher (2007) de forma bastante particular, em especial no concerne ao que a autora afirma ser o acréscimo indevido dos aspectos de “redução etnocêntrica” em relação à domesticação, e de “pressão etnodesviante” para a estrangeirização, que não constavam no texto de Schleiermacher. Também é importante salientar que, embora ambos os autores defendam a mesma estratégia de tradução como sendo a melhor opção (a estrangeirização para Venuti; e levar o leitor até o autor, para Schleiermacher), eles o fazem por razões diversas. Enquanto o argumento de Schleiermacher (2007) tinha em vista criar maneiras de enriquecer a experiência do leitor com elementos do texto e da cultura estrangeira, para Venuti (2008), a estrangeirização é, na verdade, uma estratégia política e ativista, que marca a existência e a visibilidade do tradutor.

Embora seja inegável a importância dos autores selecionados tanto para os estudos de tradução como para o desenvolvimento desta pesquisa, concordamos com Nouss (2012) que em seu artigo *A tradução: no limiar* critica o excesso de metáforas simplificadoras usadas por muitos teóricos para explicar a tradução:

a frequência da metáfora da ponte e a insistência sobre a ideia de passagem nas análises que tratam da tradução revelam uma tendência que chamaremos de cinocentrismo, e que, mesmo sendo antiga, pode ser mais bem compreendida na paisagem ideológica das sociedades contemporâneas que privilegiam os princípios de movimento e de circulação para descrever sua natureza e funcionamento, marcadas pelo desenvolvimento exponencial das trocas e dos transportes em escala planetária, pela importância das migrações e pelos avanços tecnológicos da telecomunicação. (NOUSS, 2012 p. 17-18)

O autor critica também a insistência de algumas linhas de estudo atuais em focar seus esforços no aspecto utilitarista da tradução em detrimento de suas capacidades

²³ O texto original do autor é de 1813, realizado em forma de preleção no dia 24 de junho de 1813 na Academia Real das Ciências de Berlim. Por se tratar também de uma tradução já conhecida e cristalizada em língua portuguesa, usaremos aqui a tradução proposta por Celso Braidão (e de todas as outras traduções antes dele) de ‘autor’ para ‘*author*’ e ‘leitor’ para ‘*reader*’, ainda que, novamente, essas palavras em inglês não apresentem gênero definido.

criadoras e nos convida a pensar a tradução por meio da metáfora do ‘limiar’²⁴, não como um espaço apenas de enquadramento ou de passagem linguística e cultural, mas de mobilidade e atravessamento. Essa nova proposição,

apresenta com vantagem a ideia de um espaço limitado capaz de acolher um número ilimitado de trajetórias de subjetivação. (...) Dizer que a tradução está no limiar significa dizer que o traduzir atrai sobre seu gesto toda a ambiguidade da margem, a indecidibilidade que ela introduz entre o fora e o dentro e, aqui, entre o texto original e o texto traduzido. (NOUSS, 2012 p. 19)

No decorrer do artigo, Nouss (2012) apresenta como a posição do limiar se define, contrasta, se completa ou se confronta com vários outros conceitos de tradução, mas é, sem dúvida, na metáfora do tecido *moiré* que temos a explicação mais visual possível,

o *moiré* designa um efeito visual presente num tecido ou na superposição de duas tramas metálicas (...), duas superfícies se encontram e criam uma terceira, assim como a tradutologia adotou a ideia de que duas línguas em presença uma da outra produzem uma terceira, nova a cada tradução, e no limiar da qual existem as duas primeiras (NOUSS, 2012 p. 19).

A título de curiosidade, abaixo, na Figura 4, uma visualização de como a sobreposição de dois tecidos ou padrões cria um terceiro.

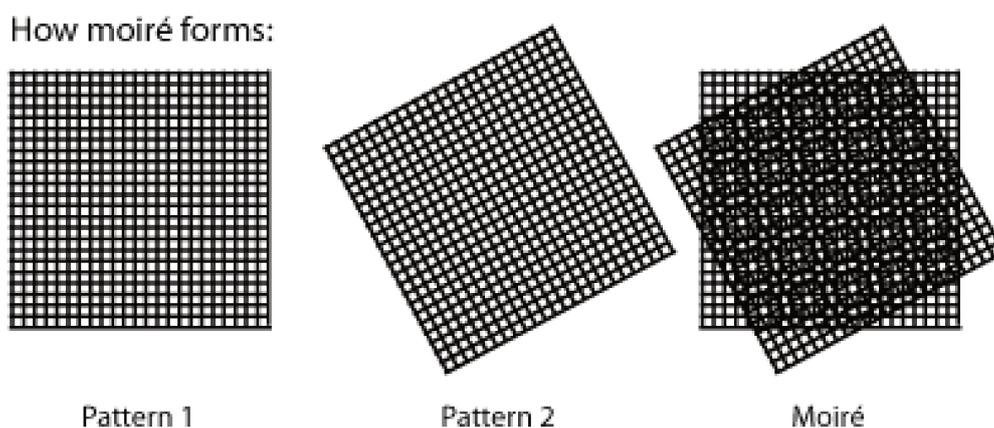


Figura 4 – Explicação de como se forma o padrão *moiré* (disponível em <<http://thebestslrdigitalcamera.podserver.info/what-is-moire-in-digital-photography.html?i=1>>. Acesso em 18/11/2016)

²⁴ ‘Limiar’, no original em inglês ‘*threshold*’, que também pode ser traduzido por soleira. Ao discutir a escolha e a própria tradução da palavra ‘*threshold*’, o autor tece uma série de comparações com palavras em outras línguas, como ‘*seuil*’ em francês; ‘*schwelle*’, em alemão; ‘*umbral*’, em espanhol; e ‘*pragma*’ em grego, discutindo como a variedade de acepções para as diferentes traduções só reforça seu ponto de vista sobre multiplicidade de sentidos possíveis.

Em um artigo de 2014, Nouss compara tradução e ética, mostrando que na tradução trata-se de “juízo, singularidade e pluralismo” (*judgement, singularity, and pluralism* p.23), discutindo a dificuldade de se fazer um juízo ou tomar uma decisão ética quando se sabe que uma ampla gama de opções é possível. Da mesma forma, a interpretação é uma decisão entre muitas possíveis.

Citando Benjamin, Derrida e Dufourmantelle, Nouss (2012) afirma que se a tradução não for passível de várias interpretações, sendo então plural e acolhedora da nova língua e de uma nova cultura, ela será mera "transcodificação". É necessário reconhecer no outro seu interlocutor, e saber que a tradução pode mudar de acordo com o público que a receberá, mas sem ser subordinada a ele, como postulado por outras teorias de tradução.

Para evitar cometer os mesmos problemas que aponta nas teorias de tradução dicotômicas (nas quais o foco está no autor ou no leitor, com problemas em ambos os lados), a corrente hermenêutica traz uma nova possibilidade; a proposta é então montar um triângulo de autor-tradutor-leitor que não é estático, mas flexível, e privilegia a compreensão e a interpretação.

Outra saída possível para as teorias dicotômicas, segundo Nouss (2012), é a postura da ‘paratradutologia’, centrada na ideia de ‘paratradução’ (termo cunhado por Yuste Frías, estudioso e professor da Universidade de Vigo, à qual Nouss é associado), que “convida a considerar aquilo que ultrapassa as duas entidades textuais e a medir suas exigências axiológicas” (p.18).

Em *Paratextualidade e tradução: a paratradução da literatura infantil e juvenil* (2014), Yuste Frías presta os devidos créditos a Gérard Genette (1982), dizendo que a formulação inicial do termo ‘paratexto’ é do autor francês e que o desafio de pensar teorias que incluíssem os paratextos foi proposto por Genette em seu livro *Seuils* (1987 apud YUSTE FRÍAS, 2014) e que o grupo de pesquisa em tradução tomou para si o encargo de pensar a tradução dos paratextos, criando assim, a teoria da paratradução.

Segundo o autor,

nosso objeto de estudo são todas essas produções paratextuais que não são, a princípio, consideradas objeto de estudo da tradução, tendo em vista que não são textos propriamente ditos, mas sim paratextos. Traduzir a partir da paratradução significa dar início, muito seriamente, a argumentações sobre como as novas produções paratextuais presentes nos novos trabalhos de tradução exigem uma nova forma de traduzir: a paratradução. (YUSTE FRÍAS, 2014 p.25)

A importância dos paratextos e, conseqüentemente, da paratradução, está em compreender que um texto não se encerra em si próprio, mas ‘transborda’ suas margens e limites. São partes do paratexto, segundo a definição de Genette (1982 p. 8-16 *apud* YUSTE FRÍAS, 2014), os peritextos e o epitextos que, juntos, compõem o material paratextual.

Segundo a definição do autor, enquanto os peritextos são aqueles que ‘circundam’ a obra em si (capa, contracapa, orelha, prefácios, intertítulos, etc.), os epitextos definem-se por uma distância física maior. Os epitextos são textos sobre a obra que podem aparecer em suportes midiáticos diversos na forma de publicações, debates, entrevistas, análises, etc., que podem vir a completar e ajudar no entendimento da obra.

Nesta pesquisa, a proposição da paratradução de considerar como parte da obra a ser traduzida tudo que a ela se liga, seja fisicamente, seja por afinidade do conteúdo, e que esses peritextos e epitextos são elementos importantes para o processo tradutório, ajuda também a pensar o processo de produção das legendas amadoras, uma vez que podemos considerar que elas se tornam peritextos dos produtos audiovisuais que acompanham e que têm relação com os epitextos compartilhados pelos fãs das comunidades virtuais (como publicações nas páginas e redes sociais, discussões em fóruns e chats, etc.).

Podem também ser considerados epitextos dos produtos audiovisuais analisados e das legendas feitas pelos grupos de *fansubbing* todo o material midiático sobre as séries e sobre os grupos de *fansubbing*, desde os manuais de treinamento para a legendagem, até as entrevistas dadas pelos membros dos grupos e matérias jornalísticas a respeito do assunto. Esse material é de grande importância para analisar as questões relativas à interação e ao aspecto colaborativo da criação das legendas, e será abordado mais detalhadamente nos capítulos seguintes.

- Tradução Audiovisual e suas modalidades

Se, como vimos anteriormente, a prática da tradução é muito antiga, mas a área de estudos de tradução é relativamente nova, o mesmo acontece com a tradução audiovisual. Como bem explica Romero-Fresco (2013, p. 205), “mesmo antes da introdução do som no cinema, filmes mudos precisavam da tradução dos intertítulos usados para expressar os diálogos ou a narração”²⁵. Assim, embora seja possível datar o

²⁵ even before the introduction of sound in cinema, silent films required the translation of the intertitles used by the filmmakers to convey dialogue or narration.

nascimento da tradução audiovisual pelo surgimento do cinema mudo, que antecede em muito o cinema falado e ainda mais a televisão, só depois da virada do milênio é que a tradução audiovisual começou a receber atenção dentro da academia.

É evidente que desde o final do século XIX não só o cinema evoluiu muito como também a TAV evoluiu para acompanhar as demandas criadas pelas novas mídias audiovisuais, como o cinema falado, a televisão, VHS, DVDs e Blue Rays e, atualmente, os vídeos em páginas da internet. Gambier (2001), um dos pioneiros em abordar questões sobre a tradução audiovisual em seus estudos, afirma que a mudança imposta pelo advento de novas tecnologias e essa evolução nas diferentes mídias hoje provocou mudanças também na maneira como pensamos, analisamos e teorizamos esses novos objetos midiáticos, e deve ser levada em consideração ao formularmos nossas reflexões acerca do uso da linguagem nos meios multimidiáticos.

Para o autor, “a mídia nos força a reformular certas questões e a redefinir certos conceitos que por muito tempo foram tidos como certezas absolutas. Por exemplo, os conceitos de ‘texto’ e de ‘sentido’” (GAMBIER, 2001 p. 16). Em consonância com essa necessidade de revisar alguns desses conceitos mais básicos indicada por Gambier, também alguns conceitos nos estudos de tradução precisam ser revisitados antes de poderem ser aplicados aos estudos de TAV.

Como afirma Diaz-Cintas em *In search of a theoretical framework for the study of audiovisual translation* (2004), embora exista certo esforço dos Estudos Descritivos de Tradução e dos Estudos da Tradução em adaptar alguns de seus conceitos para abarcar também a TAV, é imperativo que os estudos sobre TAV se sustentem por si sós e produzam um aporte teórico próprio, justamente por terem um objeto de estudo tão particular. Segundo o autor, para pensar a TAV de uma forma mais específica e não apenas segundo a adaptação de conceitos desenvolvidos para a tradução de textos escritos, a aproximação com outras áreas de estudo como, por exemplo, Estudos de Cinema²⁶ foi de grande ajuda para entender como as obras audiovisuais são produzidas.

Dentre os autores que abordam a questão da TAV a partir de outras perspectivas teóricas, é importante ressaltar os estudos de Pablo Romero-Fresco (2013) em relação à acessibilidade no processo de produção fílmico. Para o autor, a tradução audiovisual

²⁶ Embora também circule a nomenclatura “Estudos Fílmicos”, o termo “Estudos de Cinema” é o nome mais usado em português para a área de *Film Studies*. É válido ressaltar que em muitas universidades do Brasil, a área já se apresenta como “Estudos de Cinema e Audiovisual”, seguindo a delimitação usada pela SOCINE (Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual - <<http://www2.socine.org.br/>>)

deveria ser um aspecto a ser considerado já no estágio de concepção do produto audiovisual, fazendo com que o planejamento das cenas leve em consideração o fato de que essas cenas terão que passar por uma ou mais modalidades de TAV.

Ao revisitar a questão do aporte teórico específico para a TAV iniciada em seu texto de 2004, depois de mais de uma década, Diaz-Cintas afirma que “TAV é vista por muitos estudos com o ramo mais próspero e bem-sucedido”, atribuindo essa notoriedade à intrínseca relação com a tecnologia. Segundo o autor,

é claramente visível que a TAV evoluiu muito desde que começou a ganhar reconhecimento acadêmico em meados da década de 1990. Também é importante reconhecer que essa frutífera área de estudos de tradução tem usado conhecimentos de uma série de outras disciplinas, como, por exemplo, neurociência, engenharia, psicologia, sociologia, entre outras. Com todos esses novos rumos que a TAV tem trilhado, principalmente no que concerne à acessibilidade, mas também graças à rápida evolução envolvendo a tecnologia e as mudanças sociais, parece legítimo questionar se a TAV não teria ultrapassado os limites da Tradução e dos Estudos da Tradução para se tornar uma nova disciplina em si mesma, ou pelo menos, certamente uma interdisciplina²⁷ (DIAS-CINTAS & NEVES, 2015 p. 2).

Como os próprios autores admitem, a audaciosa proposta de ver a TAV como uma área independente de pesquisa ainda está longe de se realizar. Contudo, é impossível negar que cada vez mais estudos têm como foco várias modalidades de TAV, expandindo ainda mais o repertório teórico disponível e fortalecendo esse campo de pesquisa que está longe de se esgotar.

Com essa constante reformulação de conceitos teóricos a partir de questões impostas pelas novas mídias e formas de uso da língua(gem), além da necessidade da tradução para transpassar uma barreira linguística existente, é importante sempre levar em conta o surgimento das diferentes modalidades de TAV que vão além das duas mais conhecidas (legendagem e dublagem).

As modalidades inicialmente citadas por Gambier (2001) são mais numerosas e incluem não só modalidades de *screen translation* (ou seja, TAV relacionada à tela do

²⁷ It is clear that AVT has come a very long way since it started gaining academic acknowledgement in the mid-1990s. It is also known that this thriving domain of translation studies has called for knowledge from a number of disciplines that span from neuroscience to engineering and from psychology to sociology or to aesthetics, to name but a few. With all the new directions that AVT is taking, principally in the name of accessibility but also thanks to the hasty evolution witnessed in technology and the rapidly changing social ecology, it seems legitimate to enquire whether AVT has outgrown the limits of Translation and Translation Studies to become if not a new discipline in itself, most certainly an interdiscipline.

cinema, da televisão e/ou do computador), mas também modalidades presenciais nas quais existam uma combinação de aspectos visuais e sonoros (por isso, justificando a inserção em “audiovisual”).

O autor lista, exatamente nesta ordem, as seguintes modalidades: legendagem interlinguística ou legenda aberta (*interlingual subtitling* ou *open caption*), legendagem bilíngue (*bilingual subtitling*), dublagem (*dubbing*), dublagem intralingual (*intralingual dubbing*), interpretação consecutiva (*consecutive interpreting*), interpretação simultânea (*simultaneous interpreting*), interpretação de sinais (*sign language interpreting*), *voice-over* ou meia-dublagem (*voice over* ou *half dubbing*), comentário livre (*free commentary*), tradução *a prima vista* ou simultânea (*simultaneous or sight translation*), produção multilinguística (*multilingual production*), legendagem intralinguística ou *closed caption* (*intralingual subtitling* ou *closed caption*), tradução de roteiro (*scenario/script translation*), legendagem ao vivo ou em tempo real (*live or real time subtitling*), supra-legendagem ou legendagem eletrônica (*surtitling*) e audiodescrição (*audiodescription*).

Em *Questões terminológico-conceituais no campo da tradução audiovisual (TAV)*, Franco & Araújo (2011) criticam a divisão apresentada acima por Gambier (2001), afirmando que algumas modalidades relacionadas à interpretação presencial como a consecutiva, a simultânea, a *prima-vista* e a de língua de sinais já podem ser classificadas dentro de uma outra área de estudo independente, os Estudos da Interpretação, que, portanto, não competem aos estudos propostos pela TAV.

Assim, para as autoras, a TAV deve limitar-se às modalidades antes definidas por Gambier (2001) como *screen translation*, ou seja, aquelas que fazem uso de uma tela (de cinema, de televisão ou de computador), podendo ser inter ou intralingual e na modalidade oral ou escrita (fazendo uso dos estudos de Diaz-Cintas e Jakobson para justificar essa delimitação). Sendo Eliana Paes Cardoso Franco e Vera Lúcia Santiago Araújo dois dos nomes mais proeminentes nos estudos de TAV no Brasil que têm se dedicado intensamente a divulgação e consolidação da área no país, usaremos nesta pesquisa a divisão e a terminologia sugerida por elas.

Para as autoras, as modalidades de TAV se dividem em escritas e orais. As modalidades escritas incluem legendagem para ouvintes, legendagem para surdos e ensurdecidos e a legendagem eletrônica, enquanto as modalidades orais incluem a dublagem, o *voice-over*, a narração (ou *voice-off*) e a audiodescrição (FRANCO & ARAUJO, 2011).

Embora apenas legendagem para ouvintes (LO) seja interesse desta pesquisa, e, portanto, receberá mais atenção no subitem a seguir, convém definir, ainda que brevemente, as outras modalidades destacadas, a fim de possibilitar a compreensão mais específica de cada uma, visto que a maioria delas possui também subdivisões:

- **Legendagem para Ouvintes (LO)**, mais conhecida apenas como “legendagem”, é o processo de transpor por escrito os diálogos de um vídeo, atentando-se para os parâmetros técnicos de limites de caracteres e de linhas permitidos bem como a velocidade de legenda indicada para o público-alvo. Para isso, é necessário dominar uma série de estratégias de tradução como condensação, segmentação para quebra de linha, redução/adição, etc. Esse tipo de legendagem não só representa o maior nicho do mercado de legendagem no Brasil, mas também determina os parâmetros básicos para os outros tipos de legendagem;

- **Legendagem para Surdos e Ensurdidos (LSE)** preocupa-se em transpor por escrito não só as informações, levando em conta os parâmetros da legendagem para ouvintes, mas incluir também barulhos, ruídos, música da trilha sonora ou de fundo, ou ainda qualquer outra informação sonora relevante para a compreensão da cena. É importante diferenciar a LSE do *closed caption* que é um tipo de legenda fechada (que precisa ser ativada no controle remoto ou no menu do DVD ou plataforma de visualização – em oposição à legenda aberta, que é ‘queimada’ diretamente no vídeo e não pode ser excluída) que usa o modelo americano de teletexto, apresentando a fala integral;

- **Legendagem Eletrônica (*surtitling*)**, usada em teatros para peças e óperas, também é conhecida como ‘supra-legendas’ em referência à posição acima do palco em que aparece. Contudo, as autoras justificam a classificação como ‘legendagem eletrônica’, por ser o termo mais usado nos meios culturais que fazem uso dessa modalidade;

- **Dublagem** é a substituição dos diálogos em áudio de uma língua para outra, eliminando por completo a presença do idioma estrangeiro e respeitando critérios de sincronia labial a fim de criar uma impressão de naturalidade. É a modalidade mais comum no Brasil e tem sua utilização definida pela Lei 4.117/62 (decreto de Jânio Quadros) que determina que todos os produtos audiovisuais veiculados na televisão aberta devem ser dublados;

- **Voice-over**, assim como a dublagem, é uma tradução audiovisual interlingual, mas não há a completa substituição do áudio original, apenas uma sobreposição do áudio traduzido sobre o áudio original que ainda pode ser ouvido ‘ao fundo’. Uma vez que não há a intenção de manter a ilusão de naturalidade, pois é possível ouvir o áudio original ao fundo, a preocupação com a sincronia labial é bem menor. Essa modalidade é, em geral, usada para produtos audiovisuais de não-ficção da televisão por assinatura;
- **Narração** acontece quando se tem ‘um falante invisível’, portanto, sem qualquer tentativa de sincronia labial. Pode ser usada em conjunto com a dublagem ou com o *voice-over*, tanto em produtos de ficção quanto em não-ficção;
- **Audiodescrição** é a tradução oral (podendo ser inter ou intralingual) de estímulos visuais. Pode ser de produtos audiovisuais da televisão e cinema, mas também de peça de teatro, espetáculo de dança, exposições artísticas, etc. É destinada à acessibilidade de pessoas com deficiência visual.

- Legendagem e *Fansubbing*

Por ser a modalidade de TAV presente no objeto de estudo desta pesquisa, a legendagem para ouvintes, tal como definida por Franco & Araújo (2011), receberá uma apresentação mais detalhada. Para isso, tomamos como definição inicial a proposta de Diaz-Cintas e Remael-Routledge (2007),

legendagem pode ser definida como a prática de tradução que consiste na apresentação de um texto escrito, geralmente na parte inferior da tela, que busca recontar o diálogo original dos falantes, bem como outros elementos discursivos que aparecem na imagem (letras, inserções, graffiti, inscrições, cartazes, etc) e as informações presentes na trilha sonora (músicas e narrações)²⁸ (p. 8).

Como os próprios autores afirmam, a relação intrínseca do processo de legendagem com os avanços tecnológicos é, ao mesmo tempo, o maior trunfo e uma das maiores complicações para os estudos acadêmicos sobre o assunto. Embora a tecnologia permita que cada vez mais tipos de legendagem apareçam e estejam disponíveis, tentar fixar a classificação desses tipos e modalidades, sempre em constante mudança, não é

²⁸ Subtitling may be defined as a translation practice that consists of presenting a written text, generally on the lower part of the screen, that endeavours to recount the original dialogue of the speakers, as well as the discursive elements that appear in the image (letters, inserts, graffiti, inscriptions, placards, and the like), and the information that is contained on the soundtrack (songs, voices off).

tarefa fácil. Contudo, Diaz-Cintas e Remael-Routledge (2007) agrupam os tipos de legendagem segundo quatro critérios diferentes: aspectos linguísticos; aspectos de tempo de preparação; aspectos técnicos; e aspectos de formato de distribuição.

No que se refere aos critérios linguísticos, podemos dividir as legendas em intralingual e interlingual. As legendas intralinguais são aquelas em que o áudio e as legendas se apresentam na mesma língua e são usadas para Legendagem para Surdos e Ensurdecidos (LSE), para aprendizado de língua estrangeira, para karaokê, ou ainda para expressar dialetos de uma “mesma” língua e para notícias e anúncios.

As legendas intralinguais são aquelas em que o áudio e as legendas se apresentam em línguas diferentes e são usadas tanto por ouvintes quanto por surdos e ensurdecidos (em situações em que a LSE não está disponível), buscando eliminar a barreira linguística nos produtos audiovisuais e possibilitar que pessoas não proficientes na língua do áudio original possam entender o conteúdo (DIAZ-CINTAS & REMAEL-ROUTLEDGE, 2007 p. 14). Para os critérios relevantes ao tempo de preparo, os subtipos são as legendas preparadas previamente (*off-line*) ao momento de exibição ou as legendas preparadas ao vivo / em tempo real (*online*), apresentadas simultaneamente ao momento de exibição. As previamente preparadas podem aparecer tanto em sentenças completas como reduzidas e condensadas. As legendas em tempo real podem ser feitas por uma pessoa ou por uma máquina (p. 19), por meio da digitação estenotipada ou da revocalização, respectivamente.

Em relação aos parâmetros técnicos, as legendas podem ser abertas ou fechadas. São consideradas legendas abertas aquelas que já vêm embutidas no vídeo e não podem ser incluídas ou excluídas de acordo com a vontade de quem está assistindo: em cinemas, antigas fitas VHS, alguns canais de televisão por assinatura, vídeos na internet, etc. Por muito tempo, as legendas abertas foram a forma mais comum de legendagem, porém, com o surgimento do DVD e com a tecnologia que permite trocar o áudio e incluir ou excluir legendas também nos canais de televisão e plataformas de *streaming*, a opção pela legenda fechada (que por muito tempo se restringiu ao *closed caption*) acabou se popularizando e é hoje a forma mais comum (DIAZ-CINTAS & REMAEL-ROUTLEDGE, 2007 p. 22-23).

Quanto aos formatos de distribuição, os meios mais comuns são o cinema, a televisão, vídeos em geral como CD-Roms, DVDs e Blue Rays e, mais recentemente, a internet. Em particular, as legendas distribuídas pela internet na modalidade de *fansubbing* serão exploradas em mais detalhes a seguir.

Já no que concerne ao processo de produção de legendas, como bem anteciparam os autores no momento da publicação em 2007, é algo em constante mudança, o que dificulta sua classificação e descrição. É o caso dos processos apresentados por Araújo (2006) e Diaz-Cintas e Remael-Routledge (2007), por exemplo, que não consideram o uso dos *softwares* livres mais utilizados no mercado atualmente como o *Subtitle Workshop* e o *Subtitle Edit*. Porém, uma vez que não é interesse desta pesquisa analisar o processo técnico de produção das legendas (uso dos *softwares* e inserção das legendas nos vídeos), mas sim refletir sobre o processo de produção coletiva e colaborativa dos grupos de *fansubbing*, não entraremos aqui em detalhes descritivos do uso dos *softwares*.

O aprendizado para desses outros *softwares* de legendagem é relativamente simples e rápido, existindo no mercado uma dezena de cursos livres, oficinas, tutoriais, etc. Esse fato pode ser considerado positivo por disseminar e popularizar a prática da legendagem; porém, essa facilidade pode comprometer a necessidade de a tradução para legendas ser feita por alguém com formação e experiência em tradução.

Para criar legendas de qualidade, é necessário que a pessoa responsável saiba fazer não só as marcações de tempo e inserção das legendas por meio do *software*, mas também usar de forma satisfatória as estratégias de tradução necessárias para a legendagem, refletindo criticamente sobre suas escolhas e as repercussões dessas e também sobre o papel social de quem traduz.

Embora os aspectos técnicos da criação de legendas tenham evoluído muito com os avanços tecnológicos, os parâmetros usados têm se mantido relativamente padronizados nas últimas décadas. A sistematização mais aceita e utilizada desses parâmetros é a de Mary Carroll e Jan Ivarsson, apresentada em *Code of Good Subtling Practice* (1996), baseada na combinação de estudos anteriores dos dois autores e apresentada e reconhecida oficialmente em uma conferência da Associação Europeia de Estudos de Tradução Audiovisual em 17 de outubro de 1998, em Berlim, na Alemanha.

Várias das indicações dos autores são ainda hoje consideradas utópicas como, por exemplo: “*sempre* trabalhar com cópia do produto e, se possível, a lista de diálogos e um glossário de palavras atípicas e referências especiais” (grifo nosso) e “créditos de quem fez as legendas devem aparecer no final do filme/produto”, ou demasiadamente

óbvias como “é dever de quem traduz segmentar a produção, traduzir e escrever as legendas na língua (estrangeira) necessária” ou “cada produção deve ser revisada”²⁹.

Outras indicações se cristalizaram na produção de legendas e representam conceitos usados ainda atualmente. Os pontos apresentados a seguir apareceram primeiro no texto de Carroll e Ivarsson (1996), são retomados por estudiosos nacionais e internacionais (KARAMITROGLOU, 1998; NUNES, 2012) e constam também no material mais atual a que tivemos acesso, o *Guia para produções audiovisuais acessíveis* (NAVES *et al.*, 2016 p.42):

- uso de unidades sintáticas simples e livre de repetições (texto condensado, reduzido e simplificado) e em norma culta, sem erros gramaticais, uma vez que “as legendas servem de modelo para o letramento”;
- segmentação e distribuição linear e em blocos com base em unidades gramaticais e de sentido;
- informações relevantes escritas em imagens devem ser traduzidas em caixa alta, e músicas, quando de conteúdo semanticamente relevante, devem ser traduzidas em itálico;
- tempo de exibição das legendas na tela: deve obedecer à velocidade média de leitura, com duração mínima de 1 segundo e máxima de 7 segundos;
- número máximo de linhas: deve ser limitado a duas e, preferencialmente, a linha de cima deve ser mais curta que a linha de baixo, para facilitar a visualização da imagem e reduzir o movimento dos olhos.

É importante ressaltar que, embora tenha atingido o status de texto fundador dentro dos estudos sobre legendagem, o *Code of Good Subtitling Practice* é um texto de cunho estritamente técnico, dando pouca ou nenhuma importância aos aspectos da tradução em si. Da mesma forma, outros textos importantes da área também focalizaram excessivamente o desenvolvimento desses aspectos, como é o caso de Karamitroglou (1998), Nunes (2012) e até mesmo do *Guia para produções audiovisuais acessíveis* (2016), que é a primeira publicação oficial com esforço padronizador lançado no país e foi encomendada pelo Ministério da Cultura em parceria com a Secretaria Audiovisual.

²⁹ Subtitlers must always work with a copy of the production and, if possible, a dialogue list and glossary of atypical words and special references / The (main) subtitler should be acknowledged at the end of the film / It is the subtitler's job to spot the production and translate and write the subtitles in the (foreign) language required / Each production should be edited by a reviser/editor.

No artigo *A proposed set of subtitling standards in Europe* (1998), Fotios Karamitroglou apresenta com maior aprofundamento muitos dos pontos levantados por Carroll e Ivarsson (1996), e acrescenta importantes aspectos como número de caracteres por linha (entre 35 e 40), fonte (helvética ou arial) e cor (branca e fundo cinza), além de orientações para segmentação, omissão, alteração da estrutura sintática, exclusão de palavras de baixo calão. A única referência ao processo de tradução propriamente dito é uma proposta de cinco estratégias para lidar com a aparição de referências culturais nos produtos audiovisuais: transferência, transposição, transposição com explicação, neutralização (explicação simplificada) e omissão. Porém, em nenhum momento do texto, essas estratégias são exploradas levando em consideração a complexidade do processo tradutório, ignorando por completo pontos cruciais para o estudo de tradução como aqueles apresentados na primeira parte deste capítulo.

A mesma abordagem tecnicista aparece também na dissertação de mestrado de Elaine Alves Trindade Nunes (2012), *A legendagem da televisão por assinatura do Brasil*, na qual apresenta uma comparação entre padrões internacionais (baseados em Carroll e Ivarsson, 1996 e em Karamitroglou, 1998) e padrões seguidos pelos canais de televisão paga brasileiros. Como resultado de sua pesquisa, Nunes (2012 p. 40) afirma que

embora não tenha sido possível localizar estudos no Brasil que vinculassem o padrão da legendagem brasileira atual com o trabalho de Karamitroglou, a minha prática na área leva-me a considerar que muito do que é abordado por esse autor é o seguido no Brasil.

Outra conclusão apresentada pela autora é que a padronização de estilo (como o uso de abreviações, números expressos por extenso ou por algarismos, tradução ou não de clichês e palavras de baixo calão, etc.) é quase sempre definida pelas empresas de legendagem em acordo com os clientes específicos. Essa padronização é disponibilizada pela empresa para profissionais *freelancers* por meio de Manuais de Estilo. Abaixo, a primeira página do Índice da empresa de legendagem Drei Marc³⁰:

³⁰ Uma das maiores empresas de legendagem no país, com clientes como Tv Globo, Rede Telecine, Sony, Fox, HBO, Sky, Multishow, etc: <<http://www.dreimarc.com.br/sobre/>>. O manual é enviado por e-mail juntamente com o vídeo e outras instruções para profissionais *freelancers* que se candidatam ao teste de legendagem proposto pela empresa.



INTRODUÇÃO	Pág.5
INSTRUÇÕES PARA LEGENDAGEM	Pág. 10
ESTILO	Pág. 12
NOSSAS OPÇÕES	Pág. 12
USO DE MAIÚSCULAS OU NÃO EM ALGUMAS GRAFIAS	Pág. 17
ITÁLICO (USO OU NÃO)	Pág. 19
OBSERVAÇÕES SOBRE FORMA (COLOQUIALISMO E OUTRAS)	Pág. 21
DICAS DE PORTUGUÊS	Pág. 21
CRASE	Pág. 21
VÍRGULA	Pág. 22
PRONOMES	Pág. 23
PALAVRAS QUE PODEM GERAR DÚVIDAS	Pág. 23
PRONOMES DE TRATAMENTO	Pág. 24
IDADES, PLACAS, CÓDIGOS, ESQUADRÕES E AFINS	Pág. 25
SALAS, QUARTOS	Pág. 25
NÚMEROS, ORDINAIS, PERCENTUAIS, CONTAGEM	Pág. 26
PLACAR	Pág. 26
COORDENADAS	Pág. 27
DURAÇÃO DE TEMPO	Pág. 27
MOEDA	Pág. 27
OUTRAS INFORMAÇÕES	Pág. 27
USO DE BASTANTE	Pág. 27
MASCULINO E FEMININO	Pág. 28
FONTES DE PESQUISA	Pág. 28
TÍTULO DO PRODUTO	Pág. 29

Figura 5 – Sumário do Manual de Legendagem e Estilo da empresa Drei Marc

Embora traga consideráveis avanços em relação aos textos anteriores, principalmente no que concerne ao uso de *softwares* livres de legendagem, o *Guia Para Produções Audiovisuais Acessíveis*, organizado por Sylvia Bahiense Naves, Carla Mauch, Soraya Ferreira Alves e Vera Lúcia Santiago Araújo (2016), também sofre do mesmo problema no que se refere ao tratamento dado a tradução.

O foco principal do *Guia* é trazer orientações sobre a audiodescrição, a janela do intérprete de Libras e a Legendagem para Surdos e Ensurdidos. Contudo, antes de entrar nas especificidades da LSE propriamente dita, as autoras apresentam os aspectos em comum da legendagem e da LSE e classificam os parâmetros em técnicos, linguísticos e tradutórios.

No que se refere aos padrões técnicos, um dos principais avanços em relação os textos de Carroll e Ivarsson (1996) e de Karamitroglou (1998) é a preocupação não só com o parâmetro fixo de número de caracteres por linha e de linhas por legenda, mas com a velocidade de leitura expressa em palavras por minuto (ppm):

Para uma boa recepção, é preciso que a velocidade de leitura de uma legenda seja compatível com a velocidade da fala que ela traduz. De acordo com a regra dos seis segundos europeia e com os estudos de D'Ydewalle et al. (1987), existem três velocidades as quais um espectador pode assistir confortavelmente a uma produção audiovisual: 145, 160 ou 180 palavras por minuto (ppm). Todas as vezes em que a velocidade da fala for maior do que 180 ppm, essa precisará ser editada para que o espectador possa mover os olhos da legenda para a imagem para poder acompanhar confortavelmente a produção audiovisual. (NAVES *et al.*, 2016 p. 43)

Essa velocidade vai depender não só do tipo de produto audiovisual, mas também do público-alvo e do veículo de exibição. Para facilitar o uso dos *softwares* de legendagem, as autoras sugerem a conversão de “palavras por minuto” por “caracteres por segundo” (com base em Diaz-Cintas e Remael-Routledge, 2007) em que são usados os parâmetros de 25, 28 ou 30 caracteres por segundo em relação a 145, 160 e 180 palavras por minuto.

Outro ponto técnico aprofundado pelas autoras é a distribuição das palavras na legenda, que pode aparecer em três formatos: “retangular”, com as duas linhas com o mesmo número de caracteres; pirâmide, com a linha de baixo maior que a linha de cima; ou pirâmide invertida, com a linha de cima maior que a linha de baixo. Para facilitar a leitura e fazer com que a legenda cubra o mínimo possível a imagem sendo apresentada, a melhor opção é o formato pirâmide. Porém, outros critérios linguísticos como a segmentação podem exigir que os formatos retangular ou pirâmide invertida sejam usados.

O último tópico dos aspectos técnicos tratado pelas autoras é o uso de pontuação e outros sinais tipográficos. Os sinais de pontuação, em sua maioria, seguem os mesmos usos da gramática normativa, enquanto as letras maiúsculas são usadas para indicar informações escritas que não fazem parte do diálogo – placas e letreiros ou legendas do filme indicando local e data, por exemplo – e o itálico para destacar vozes “filtradas” (como da televisão, do telefone ou alto-falante) ou vozes “em *off*” (quando o falante não está em cena), e reproduzir letras de canções.

No que se refere aos parâmetros linguísticos, as autoras afirmam que a segmentação é um dos critérios mais importantes da legendagem para garantir a

otimização da leitura. Tomando por base o conceito de divisão semântica apresentado por Diaz-Cintas e Remael-Routledge (2007) cada bloco de legenda deve apresentar uma “carga semântica completa”, ou seja, ter um sentido por si só, e a recomendação de Karamitroglou (1998) de que a segmentação deve obedecer à divisão sintática das frases, evitando separar sintagmas em linhas diferentes.

Seguindo essas recomendações, as autoras apresentam vários exemplos da aplicação dessas duas regras à sintaxe da língua portuguesa, explicando como sintagmas nominais, adverbiais, adjetivais, preposicionais, etc. devem ser segmentados nas legendas. Também trazem exemplos de orações coordenadas e subordinadas e como elas devem ser segmentadas e divididas não só nas linhas de uma mesma legenda, mas também entre diferentes legendas (sempre evitando, por exemplo, a separação entre sujeito e predicado e priorizando a voz ativa).

Se nos parâmetros técnicos e linguísticos a proposta do *Guia* apresenta uma clara evolução em relação aos textos anteriores que toma por base, o mesmo não se pode dizer dos aspectos tradutórios. A proposta de tradução apresentada no trecho designado à LSE trata apenas de tradução intralingual e, portanto, não se preocupa com questões de tradução que levam em conta diferenças linguísticas e culturais. Isso se dá, acreditamos, pelo fato de se tratar de um documento majoritariamente voltado para a questão da acessibilidade. A única menção a teorias de tradução acontece na apresentação dos parâmetros para a Janela de Libras que recomenda a adoção dos procedimentos técnicos de tradução propostos por Heloísa Barbosa (1990) para a tradução entre a língua portuguesa e a Libras.

Uma vez apresentadas as especificidades da legendagem, é importante diferenciar ainda a prática da legendagem profissional da prática de legendagem amadora. Chamamos aqui de “legendagem profissional” aquela cuja produção foi formalmente encomendada diretamente por cliente ou por empresa de legendagem, havendo a compensação financeira pelos serviços prestados. Chamamos de “legendagem amadora” todas as outras formas de legendagem em que não há a ordem de serviço por parte de clientes ou empresas e nem compensação financeira pela legenda produzida.

Dentro da legendagem amadora, há ainda diversas possibilidades além do *fansubbing* como, por exemplo, a legendagem amadora para fins educacionais, em que

estudantes de idiomas se propõem a legendar produtos audiovisuais para sites de vídeos como o *YouTube* simplesmente para praticar o idioma estudado, ou ainda a legendagem amadora de caráter voluntário na qual usuários legendam os vídeos gratuitamente para sites como *Ted Talk* e *Coursera*³¹.

Apesar de compartilharem muitos aspectos, a legendagem amadora voluntária desses sites e a prática do *fansubbing* têm uma diferença crucial que, a nosso ver, destaca o *fansubbing* das outras modalidades: a interação entre quem produz e quem consome as legendas dentro das comunidades virtuais. Assim, embora tenham seu valor reconhecido, essas outras modalidades de legendagem amadora não serão abordadas de forma mais aprofundada nesta pesquisa.

A prática de legendagem amadora feita dentro das comunidades de fãs, o *fansubbing*, começou com os animes (desenhos animados japoneses) que eram traduzidos pelos poucos fãs que dominavam a língua japonesa ou então que conseguiam uma cópia de versões já traduzidas para o inglês, repassando o material pela internet a fim de que outros fãs pudessem ter acesso aos episódios. Desde o princípio, o produto das atividades de *fansubbing* sempre foi marcado pelo ideal “de fãs para fãs”, e, por isso, disponibilizado de forma gratuita e livre pelos próprios autores para a divulgação dos animes/séries/filmes/etc. entre outros fãs.

O artigo *Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment* (2006), de Jorge Diaz-Cintas e Pablo Muñoz Sánchez, é considerado o texto pioneiro na abordagem dessa modalidade de legendagem. Nele, os autores definem a prática como:

a versão de um programa anime japonês produzida, traduzida e legendada por fãs. *Fansubs* é uma tradição que começou com a criação dos primeiros clubes de animes na década de 1980. Essa modalidade entrou em rápida ascensão em meados dos anos 90, devido ao advento dos softwares de computador baratos e a disponibilidade de equipamento grátis para legendar na Internet. Não seria exagero dizer que *fansubs* são, hoje, a manifestação mais importante de tradução feita por fãs, tendo se tornado um fenômeno social em massa na Internet, como comprovam as muitas comunidades virtuais que giram ao redor [da produção e distribuição] das *fansubs*

³¹ O *Ted Talk* é um site que disponibiliza palestras e seminários nos mais diversos assuntos. A transcrição e legendagem dos vídeos é feita de forma voluntária e amadora por usuários do site (cf. <<https://www.ted.com/about/programs-initiatives/ted-translators>>). O *Coursera* é um site de cursos de educação à distância que oferece videoaulas de universidades do mundo todo. Os cursos são, em sua maioria, oferecidos gratuitamente e a tradução do material de apoio e a legendagem das videoaulas é feita por usuários voluntários (cf. <<http://www.coursera.community/#gtc>>).

como sites, salas de bate-papo e fóruns de discussão³² (DIAZ-CINTAS & SANCHEZ, 2006).

Embora tenha começado com os animes, atualmente tal prática não se limita apenas aos episódios de desenhos animados japoneses, mas abrange também vários outros tipos de tradução audiovisual como filmes, documentários e, principalmente, séries de televisão. Devido ao fácil acesso e à crescente popularização de culturas estrangeiras, em especial a esmagadora influência da cultura americana, não é de espantar que em tão pouco tempo tenham surgido grupos especializados de *fansubbing* para as séries de televisão mais populares.

Como bem colocam os autores acima, o *fansubbing*, além de ser uma modalidade específica de legendagem, também é um importante fenômeno social da internet. Esse aspecto do *fansubbing* também é de grande interesse dessa pesquisa, mas analisaremos esse aspecto mais detalhadamente no próximo capítulo. Neste capítulo, interessa-nos a perspectiva do *fansubbing* como um dos subtipos da legendagem produzidos pelos grupos de fãs nas comunidades virtuais.

Por isso, é importante, e especialmente relevante para esta pesquisa, diferenciar também a prática de *fansubbing* feita por indivíduos isolados – que esporádica ou sistematicamente produzem legendas para séries e filmes – dos grupos organizados de *fansubbing* – que detêm o monopólio de determinadas séries dentro de sites especializados na disponibilização de legendas³³.

Embora tanto as legendas de indivíduos quanto as de grupos tenham práticas semelhantes no que se refere à sua produção, é evidente a importância da produção colaborativa das legendas, além do processo de seleção e treinamento que muitos grupos impõem para aceitar novos membros que, depois de aceitos, ainda precisam manter-se em constante aprimoramento a fim de atenderem as exigências de tempo e qualidade estabelecidas pelos líderes dos grupos. Assim, é o foco desta pesquisa refletir

³² a fansub is a fan-produced, translated, subtitled version of a Japanese anime programme. Fansubs are a tradition that began with the creation of the first anime clubs back in the 1980s. With the advent of cheap computer software and the availability on Internet of free subbing equipment, they really took off in the mid 1990s. It would be no exaggeration to state that fansubs are nowadays the most important manifestation of fan translation, having turned into a mass social phenomenon on Internet, as proved by the vast virtual community surrounding them such as websites, chat rooms, and forums.

³³ No Brasil, o site que controla e distribui esse “monopólio” é o Legendas.tv (<<http://www.legendas.tv>>) enquanto o OpenSubtitles.org (<<http://www.opensubtitles.org/pb>>) é o maior site de legendas no âmbito internacional e também disponibiliza legendas em português dos grupos cadastrados e organizados pelo site Legendas.tv.

sobre essa relação mútua da construção do sentido no meio digital e da produção colaborativa das legendas pelos grupos de *fansubbing*.

Da mesma forma que foi necessário estabelecer a terminologia usada nesta pesquisa para alguns termos em relação a legendagem, também a terminologia sobre *fansubbing* é variada e precisa de uma definição mais específica. Entre os termos que aparecem numa variedade de formas está a nomenclatura para quem produz essas legendas amadoras de *fansubbing*. Aqui, usaremos o termo *legender* que é como se autointitulam as pessoas que produzem as *fansubs* no Brasil.

O termo é um neologismo formado pela palavra ‘legenda’ com o sufixo ‘er’, que em inglês remete à ideia de “a pessoa que faz determinada ação” (exemplo: *sing*/cantar +er = *singer*/cantor; *play*/jogar +er = *player*/jogador). Conforme explicado por Bernardo (2011), a palavra *legender* configura-se como um neologismo criado pelas comunidades de fãs brasileiras, uma vez que esse termo não existe em língua inglesa, pois a terminologia em língua inglesa para denominar quem faz legendas é ‘*subtitled*’ – a palavra legenda é um falso cognato e, em inglês, é traduzida como ‘*subtitle*’.

É importante distinguir também os *legenders* dos *fansubbers*, uma vez que em outros países em que a produção de *fansubs* ainda é majoritariamente voltada para animes, o termo mais usado pelos grupos é ‘*fansubber*’. Os grupos brasileiros que se dedicam a tradução e legendagem de animes também usam esse termo para se diferenciarem dos grupos de *legenders* que não produzem legendas para animes, mas sim para seriados (em sua maioria, norte-americanos).

Em *The power of fan communities: an overview of fansubbing in Brazil* (2011), Bianca Bold também discute essa pluralidade de terminologia, afirmando que, no Brasil, apesar do crescente interesse da academia no assunto, ainda não se estabeleceu uma nomenclatura padronizada. Vale ressaltar, é claro, que a linguagem nunca é neutra e que cada uma das diferentes denominações traz consigo um olhar e uma interpretação. Assim, termos como legendagem amadora, legendagem de fã para fã, fã-tradução, legendagem pirata, legendagem não-oficial, etc. são já por si sós veículos das opiniões expressas nas pesquisas em que aparecem.

Se em Diaz-Cintas e Sanchez (2006) e Diaz-Cintas e Remael-Routledge (2007) tínhamos a certeza dos autores de que ‘em breve’ a academia tomaria ciência da importância do *fansubbing* como modalidade de tradução, os resultados encontrados por Bold (2011) em seu levantamento sobre estudos realizados na área até o momento da

publicação de seu artigo é a prova de que, entre 2006-2007 e 2011, houve um grande salto não só no número de estudos sobre o tema, mas também na abordagem dessas pesquisas.

Além de levantar numérica e nominalmente os estudos sobre *fansubbing*, a autora foi capaz de distinguir 3 categorias básicas de abordagem: estudos que se dedicam a descrever a atividade de legendagem propriamente dita e o processo de criação dessas legendas dentro dos grupos de *fansubbing*; estudos que buscam analisar o ‘produto final’, ou seja, as legendas produzidas pelos grupos, em geral em comparação com legendas criadas por profissionais para o mesmo produto audiovisual; e estudos sobre o perfil dos grupos de *legenders* em que dados pessoais como idade, gênero, naturalidade, escolaridade, profissão, etc., são coletados.

Voltaremos a essa classificação posteriormente, discutindo melhor cada uma dessas categorias e dando exemplos de estudos feitos depois da publicação de Bold (2011) para analisar como essa classificação se apresenta no cenário atual, acrescentando as contribuições do Capítulo 2 para a proposta de uma nova abordagem aos estudos de *fansubbing*.

CAPÍTULO 2 –

Frequento o fandom há tantos anos e já dediquei tanto tempo e energia a ele que eu realmente não sei o que as pessoas fora do fandom fazem em suas vidas.
(Publicação anônima do site *FanSecrets!*³⁴)

- Fãs, *fandoms* e comunidades *online*

A palavra “fã” em língua portuguesa é um empréstimo do inglês americano “fan” que, segundo dicionários como *Merriam-Webster’s Dictionary & Tressaurus* (2010 p. 292), *Oxford online* e *Longman Dictionary of Contemporary English online*, é uma abreviação da palavra “*fanatic*”. Segundo Elazier Barbosa (2010), em seu livro “*A origem das palavras*”, tanto a palavra inglesa “*fanatic*” quanto seu cognato em português “fanático” têm a raiz na palavra latina “*fanaticus*”, com acepções relacionadas a “pertencente ao templo”, “inspirado ou possuído pelos deuses” e usada para denotar uma pessoa entusiasmada, apaixonada (especialmente de maneira cega e irracional), por uma pessoa, objeto, ideia, religião, etc.

Em seu uso mais contemporâneo, as palavras “fan” e “fã” têm acepções muito parecidas e indicam indivíduos que dedicam uma admiração especial por algo ou alguém, agindo de forma apaixonada e entusiasmada em relação ao objeto de sua adoração, que pode ser desde equipes esportivas e atletas, até a esportes, diferentes formas de artes (cinema, música, literatura, etc.) e artistas que as produzem, ou ainda celebridades (com talentos duvidosos ou não).

Como mostra a própria etimologia da palavra, a noção de “fãs” sempre esteve ligada a um amor incondicional e, muitas vezes irracional. E é discutindo essa concepção de fãs que Lawrence Grossberg, um dos primeiros a estudar o fenômeno em *Is there a fan in the house?: the affective sensibility of fandom* (1992). O autor inicia seu texto com a afirmação “há algo de estranho a respeito de ‘fãs’” (*there is something odd about fans*) p. 581), seguida por uma anedota pessoal em que conta como a comunidade acadêmica da universidade em que trabalhava como professor na época se

³⁴ *I really have no idea of what non-people do with their lives*, artigo de Maria Grazia Sindoni publicado em *Lingue e Linguaggi* v.13 (2015), apareceu quase por acaso nas indicações de leitura do site *Academia.edu* e acabou sendo o primeiro artigo lido para esta dissertação em relação a *fan culture* e *fandoms*, abrindo as portas para o desenvolvimento deste capítulo. O título refere-se, parcialmente, à postagem encontrada no site selecionada como epígrafe: “*I have been in the fandom for so long and poured so much time and energy into it that I really have no idea what non-fandom people do with their lives*”.

mostrou resistente a sua proposta de desenvolver uma disciplina centrada na história do gênero musical rock, uma de suas maiores paixões fora do ambiente acadêmico.

Grossberg (1992) explica que a resistência dos colegas parecia ter como base dois argumentos: 1) que o assunto não tinha valor acadêmico por ser um tópico da cultura popular; e 2) que ele, Grossberg, por ser muito fã do estilo musical, não teria a objetividade e o distanciamento necessários ao estudo acadêmico para ministrar a disciplina – argumentos esses frequentemente usados sempre que uma corrente mais conservadora da academia se depara com objetos de estudo menos convencionais.

Ao propor a refutação desses argumentos, o autor começa questionando os próprios critérios para distinguir a cultura popular de outros tipos de cultura (como a cultura de massa, cultura tradicional ou mesmo a dita ‘alta cultura’), afirmando que tais tipos são incertos e confusos, uma vez que muitos objetos culturais migraram de um status para outro com o passar do tempo ou habitam, simultaneamente, mais de uma categoria. Assim, é possível descartar a visão elitista de que apenas alguns produtos culturais são dignos da academia e outros não.

No que se refere à suposta incapacidade do fã de analisar criticamente o objeto de sua paixão, o autor rebate a acusação oferecendo uma oportunidade de compreender de forma mais aprofundada a relação estabelecida entre os fãs e suas paixões e como essa relação pode vir a guiar questões mais pessoais e psicológicas dos indivíduos.

A relação de fãs como os textos culturais funciona na esfera do afeto ou humor. O afeto é talvez o nível de nossas vidas mais difícil de definir, não apenas porque é mais relacionado ao prazer do que ao sentido, mas também porque é, de alguma forma, o aspecto mais mundano da vida cotidiana. Afeto não é o mesmo que emoções ou desejos. (...) Algumas coisas provocam sentimentos diferentes nas pessoas, alguns se importam mais, ou de formas diferentes, que outros. O mesmo objeto, com o mesmo significado, dando o mesmo prazer, é muito diferente de acordo com as mudanças em nossas relações afetivas. Ou talvez seja mais preciso dizer que relações afetivas diferentes produzem significados e prazeres de formas diferentes. Afeto é o que dá “cor”, “tom” ou “textura” às nossas experiências.³⁵ (GROSSBERG, 1992 p. 585)

³⁵ The fan’s relation to cultural texts operates in the domain of affect or mood. Affect is perhaps the most difficult plane of our lives to define, not merely because it is even less necessarily tied to meaning than to pleasure, but also because it is, in some sense, the most mundane aspect of everyday life. Affect is not the same as either emotions or desires. (...) Some things feels different from others, some matter more, or in different ways, than others. The same experience will change drastically as our mood or feeling changes. The same object, with the same meaning, giving the same pleasure, is very different as our affective relationship to it changes. Or perhaps it is more accurate to say the different affective relations inflect meanings and pleasures in very different ways. Affect is what gives “color”, “tone” or “texture” to our experiences.

Ao relacionar o afeto dos fãs com o que dá “cor” e “textura”, ou seja, dá sentido a suas vidas, Grossberg (1992) aponta não só para a relação de fãs com o objeto de sua paixão, mas também para a interação com outros fãs e com as práticas sociais que os envolvem como, por exemplo, atitudes que vão desde ir a concertos de rock e esperar por longas horas em filas para conseguir os melhores lugares, buscar a oportunidade de conhecer as bandas pessoalmente e até colecionar revistas em quadrinhos, etc.

Assim, para o autor, é impossível pressupor que “fãs” se definem e se comportam da mesma forma em todas as situações históricas ou sociais, pois,

fãs só podem ser entendidos historicamente, localizados dentro de um conjunto de diferentes possibilidades de relações com a cultura. Na verdade, todo mundo é constantemente fã de várias coisas, afinal ninguém pode existir em um mundo onde nada seja importante³⁶ (GROSSBERG, 1992 p. 589).

E é na busca de construir essas relações de afeto e importância – não só em relação com o objeto de adoração, mas também com outros fãs – que temos a criação dos *fandoms*. A palavra de língua inglesa é usada para designar, segundo o *Merriam-Webster Online*, o conjunto de “todos os fãs” e “o estado ou atitude de ser fã”³⁷. A hipótese mais aceita para a formação da palavra é a de que tenha surgido da fusão das palavras “*fan+kingdom*”, resultando na ideia de “reino dos fãs”. Em português, além do uso da palavra inglesa *fandom*, também temos a ocorrência de “comunidade de fãs”. Tanto a noção de “reino” quanto a de “comunidade” trazem interessantes aspectos sobre o comportamento dos membros de um *fandom*. Se no reino temos a monarquia soberana representando a importância e a reverência que o livro, série, filme, personagem, artista, banda, etc. de que gozam os objetos de admiração dos fãs, numa comunidade, a ideia que prevalece é a de conviver e compartilhar.

Para Jenkins (2006), porém, há também uma mistura de outros sentimentos, uma vez que o *fandom* “nasce do equilíbrio entre a fascinação e a frustração: se um conteúdo midiático não nos fascinar, não haverá o desejo de interagir com ele; mas se ele não nos frustrar em algum ponto, não haverá o impulso em reescrever e refazer”³⁸ (2006 p. 247).

³⁶ The fan can only be understood historically, as located in a set of different possible relations to culture. In fact, everyone is constantly a fan of various sorts of things, for one cannot exist in a world where nothing matters.

³⁷ Cf. <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/fandom>>. Acesso em 04/01/2017.

³⁸ Fandom, after all, is born of a balance between fascination and frustration: if media content didn't fascinate us, there would be no desire to engage with it; but if it didn't frustrate us on some level, there would be no drive to rewrite or remake it.

É essa mistura de adoração, admiração, entusiasmo e fascinação pelo produto cultural que faz com que os fãs se reúnam para conversar, discutir e celebrar juntos, mas é a frustração, a insatisfação e o inconformismo em aceitar que o que está disponível é finito e representa o tudo que existe e tudo o que há para se saber sobre tópico em questão que faz com que os fãs interajam ativamente criando novos materiais para divulgar, propagar e perpetuar o conteúdo disponível.

Embora só nas últimas décadas o fenômeno do *fandom* tenha despertado o interesse (e ganhado o respeito) da academia, sua existência é muito anterior. Duffett (2013), na introdução de seu livro *Understanding Fandom: an introduction to the study of media and fan culture*, apresenta uma breve revisão histórica do *fandom*, relatando que autores como Shakespeare, já no século XVI, inspiravam similar devoção dos fãs.

Segundo Duffett (2013), ainda que o dramaturgo tenha atingido enorme fama e reconhecimento em vida, foi após sua morte que se tornou “o centro de um dos fenômenos culturais mais duradouros” (*became the center of one of the most enduring cultural phenomena* p.5). Sua casa em *Stratford-upon-Avon* foi aberta para visita pública em meados do século XVIII e recebe, ainda hoje, mais de 400 mil visitantes por ano.

Porém, mais do que apenas visitar o local, muitos fãs buscavam alguma forma de interação com o autor, sua vida e sua arte, deixando não só pequenos presentes no local, mas também fazendo inscrições com seus nomes ou citações nas janelas e paredes da casa. Casos similares acontecem em *Graceland* com fãs de Elvis Presley e no memorial de *Strawberry Fields*, dedicado ao músico John Lennon.

A história traz ainda muitos outros exemplos de celebridades como atores de Hollywood, músicos e bandas ou escritores que também tiveram grupos de fãs muito engajados, porém, o registro mais antigo da interação de fãs de forma mais direta com o conteúdo e não apenas com o autor da obra é reservado aos fãs das histórias de Sherlock Holmes. Em 1893, quando sir Arthur Conan Doyle escreveu o conto *O problema final*, no qual a personagem principal morre, fãs do famoso detetive fizeram demonstrações públicas de luto e expressaram seus sentimentos enviando cartas e mensagens de pêsames visando consolar Dr. John Watson, o parceiro de aventuras de Sherlock Holmes, e também uma personagem fictícia (SIDONI, 2015).

O *fandom* como conhecemos hoje começou a tomar forma a partir da década de 1960, com as primeiras séries televisivas de ficção científica como *Dr. Who* e *Star Trek*, que ainda hoje representam uma parcela muito ativa e engajada do *fandom*. Na década seguinte, a interação entre fãs de ficção científica só aumentou com o lançamento da

trilogia de filmes *Star Wars* e com o surgimento das primeiras convenções para o encontro dos fãs. Nessas convenções, membros de diversos *fandoms* se reuniam anualmente em San Diego para conversar, discutir, debater os livros, filmes e séries, além de também trocar e compartilhar material e itens de coleção.

Convenções desse tipo se espalharam rapidamente, não se limitando mais apenas a San Diego Comic-Con (ainda que essa continue sendo considerada a maior e mais importante de todas), mas acontecendo em várias outras cidades do mundo³⁹. Esses são os maiores eventos de cultura popular e representam uma indústria que movimenta bilhões de dólares (FERNANDES, 2015).

Avanços tecnológicos como o vídeo cassete (VCR) e, posteriormente, o computador e a internet mudaram significativamente a forma como os membros dos *fandoms* acessam e consomem produtos culturais dos quais são fãs, mas, principalmente, a maneira como os fãs interagem. Segundo Duffett (2013), uma vez que o computador pessoal já era um aparelho comum na maioria das casas no início dos anos 2000 e com a popularização da internet, os fãs passaram não só a jogar videogames interativos *online* e debater sobre o enredo de seus livros, filmes e séries favoritas, mas também a criar blogs, fóruns e páginas inteiras dedicadas a seus ídolos.

Esse aumento no consumo e na interação entre os *fandoms* proporcionado pelas novas tecnologias possibilitou também uma ‘quebra das fronteiras’ e o acesso a produtos culturais de outros países e culturas de forma mais rápida e fácil. Para Chin & Morimoto (2013), “fãs entendem e usam os objetos ou textos de outras culturas pelos meios que tem à sua disposição dentro de seus próprios contextos de cultura popular”⁴⁰ (p. 103).

Esses usos, por sua vez, acabam intensificando padrões de divulgação e compartilhamento desses objetos por meio dos canais mais comuns de comunicação ou por meio de páginas da internet especializadas. De uma forma ou de outra, esses espaços antes tidos como “nativos” em uma cultura tornam-se cada vez mais globalizados e também mais interconectados de forma simultânea e em tempo real.

³⁹ A primeira a ser realizada no Brasil aconteceu em 2014, chamada de *Comic-Com Experience* e, segundo os organizadores, “de 4 a 7 de dezembro, #CCXP2014 ocupou 40.000m² do então Centro de Exposições Imigrantes, o ‘Expo Imigrantes’, e levou 92.000 nerds ao delírio num evento sem precedentes para o mercado de entretenimento nacional” (COMIC-CON EXPERIENCE, 2016).

⁴⁰ fans understand and deploy the objects or texts of another culture through the means they have at their disposal within their own popular cultural contexts.

Para Chin & Morimoto (2013, p. 104),

o tempo menor entre a distribuição no mercado doméstico e no internacional de textos da cultura popular, assim como o acesso relativamente fácil a cultura de fãs de outros países proporcionado pela internet pode ser traduzido em alguns casos como *fandoms* transculturais que podem ser definidos pelo mesmo tipo de afinidades semelhantes que existem entre culturas de fãs dentro de um mesmo contexto nacional/linguístico. Como Paul Booth afirma, “[fãs] usam a tecnologia digital não apenas para criar, mudar, apropriar, apossar ou escrever, mas também para compartilhar [através de fronteiras nacionais], experimentar juntos, tornar-se uma parte viva da comunidade (2010:39).”⁴¹

Como Booth (2010 apud CHIN & MORIMOTO, 2013) destaca no trecho acima, o envolvimento dos fãs com a comunidade na criação, apropriação e reprodução de novos conteúdos relacionados ao *fandom* mantém a comunidade de fãs viva e engajada, além de manter os produtos culturais em um processo constante de modificação, reformulação e atualização.

Essas produções e ressignificações podem aparecer em diversas formas, sendo as mais conhecidas as *fanfics* (histórias de ficção escritas por fãs), as *fanarts* (trabalhos artísticos como desenhos, pinturas, esculturas, artesanato, etc.), os *fanvids* (vídeos criados tanto a partir de montagens feitas com o material original ou mesmo com outros atores e animações), as *fanzines* (revistas editadas por fãs com conteúdo específico de um *fandom* em particular) e as *fansubs* (legendas amadoras feitas por fãs para filmes, desenhos ou séries). As *fansubs*, objeto desta pesquisa, serão discutidas mais à frente.

Antes de a internet, como conhecemos hoje, ser acessível ao público em geral, todos esses produtos culturais produzidos pelos fãs circulavam em versões impressas em forma de panfletos, dentro de revistas, *fanzines* ou mesmo por mala-direta e listas de correspondências, ganhando destaque dentro dos encontros e convenções de fãs e outros eventos do gênero. Com os avanços da tecnologia, outros ambientes virtuais apareceram e, hoje, o *fandom* interage por meio de uma grande gama de opções *online*. Mais do que apenas novos suportes para gêneros já conhecidos, cada uma das plataformas das comunidades *online* tem uma maneira própria de promover a interação entre seus usuários.

⁴¹ shorter lag time between domestic and international distribution of popular cultural texts, as well as relatively easy access to overseas fan culture afforded by the Internet translates in some cases to transcultural fandoms that are predicated on the same kinds of homological affinities that exist between fan cultures within a homologous national/linguistic context. As Paul Booth argues, ‘[fans] use digital technology not only to create, to change, to appropriate, to poach, or to write, but also to share [across national borders], to experience together, to become alive with community’ (2010: 39).

Para Ridings & Gefen (2004), as comunidades virtuais⁴² são grupos de pessoas que se reúnem com determinada frequência para discutir interesses e objetivos comuns, tendo como “forma primária de interação o meio eletrônico de comunicação”⁴³ proporcionada pelas diversas plataformas digitais. Assim, a palavra “comunidade”, por tanto tempo conceitualmente relacionada a aspectos geográficos, agora é entendida também com “um lugar virtual” de agrupamentos sociais cujos tópicos de interesse são discutidos por tanto tempo e com tal engajamento que resultam em envolvimento sentimental por parte dos usuários que formam redes de relacionamentos nesse espaço (RIDINGS & GEFEN, 2004).

Outro aspecto relevante das comunidades *online* é a frequência com que os membros participam delas. Ainda que pesquisas não tenham conseguido definir com precisão a frequência de interação que distingue um visitante de um membro ativo na comunidade, alguns usuários podem se relacionar de forma bastante intensa com outros membros, tornando-se emocionalmente dependentes e podendo, em casos extremos, até mesmo ser classificados como viciados.

Entre as plataformas mais comuns para a interação dessas comunidades *online* estão os fóruns, blogs e páginas específicas para cada *fandom* e também as redes sociais, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Tumblr*, *Pinterest*, etc. Essas diferentes plataformas *online* serão apresentadas e exemplificadas de forma mais aprofundada no Capítulo 3.

- Cultura Participativa, Cultura da Convergência e Comunidade Interpretativa

Dentro dos estudos sobre *fandoms* e produção interativa de fãs, o nome de maior destaque é, sem dúvida, de Henry Jenkins. Em seu livro *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*⁴⁴, Jenkins (1992) se propõe a revisar alguns dos preconceitos em relação às atividades de fãs e à constituição dos *fandoms*. O autor refuta a visão do fã como apenas um fanático consumidor passivo e acrítico, afirmando

⁴² Para os propósitos desta pesquisa, os termos “comunidades *online*” e “comunidades virtuais” serão considerados sinônimos, sem diferenciação.

⁴³ electronic communication is a primary form of interaction

⁴⁴ Esse livro (juntamente com *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, organizado por Lisa Lewis também em 1992) é considerado uma das obras inaugurais da área hoje conhecida como “*Fan Studies*” (Estudos de Fãs), uma subárea dos Estudos Culturais e de Recepção.

que os membros de um *fandom* são, na verdade, produtores ativos de sentidos e divulgadores subversivos do conteúdo produzido.

Como o próprio título do livro indica, o autor vê na atividade dos fãs algo de furtivo e de apropriação indevida, ao fazer uso da palavra *poacher*, que remete à atividade de *poaching*⁴⁵, ou seja, “caça ilegal de animais silvestres” ou “colheita ilegal de espécies de plantas”, que tem como propósito o sustento próprio e não é considerado crime de ‘roubo’. A analogia pretendida pelo autor é clara, embora represente uma atividade de legalidade duvidosa, essas produções são o ‘alimento’ essencial para as comunidades de fãs.

Jenkins (1992) afirma que esse comportamento dos fãs apresenta muitas maneiras diferentes de envolvimento e participação em diversos níveis de engajamento. Em particular, o autor destaca que participar ativamente de um *fandom* indica um certo nível de isolamento da sociedade comum, ao mesmo tempo em que há um direcionamento das produções para um grupo mais receptivo por compartilhar dos mesmos interesses, proporcionando um sentimento acolhedor de pertencimento.

Dentre as formas de participação, ele lista cinco níveis de atividades (p. 284-285):

a) Um **modo específico de recepção** no qual a atenção dispensada no momento de consumir o produto midiático (livro, série, filme, HQs, etc.) é intensa, criando uma situação “em que se misturam a proximidade emocional e um distanciamento crítico” (*with a mixture of emotional proximity and critical distance* p. 284);

b) Um **conjunto específico de práticas interpretativas e críticas** no qual “o criticismo dos fãs tem um caráter lúdico, especulativo e subjetivo” (*fan criticism is playful, speculative, subjective* p. 284), ao mesmo tempo em que criam paralelos entre o produto midiático e suas vidas, valorizando detalhes e preocupando-se com a coerência interna do produto e explorando aspectos não desenvolvidos da obra;

c) Uma **base para o consumo ativista** na qual os fãs procuram as emissoras e produtores para validar seu direito a opinar e criticar seus programas favoritos como forma de resposta à relativa falta de poder de decisão do consumidor. Ainda que a indústria do entretenimento se dedique a fornecer uma série de subprodutos, “executivos e produtores, em geral, são indiferentes, quando não hostis, em relação à opinião de fãs e desconsideram suas sugestões no processo de produção”⁴⁶;

d) **Formas específicas de produção cultural, tradições estéticas e práticas** nas quais as produções de fãs atendem aos desejos e interesses comuns do *fandom* ao se apropriarem do conteúdo midiático e ressignificá-lo de acordo com as expectativas,

⁴⁵ Cf. <<http://www.dictionary.com/browse/poaching>>.

⁴⁶ network executives and producers are often indifferent, if not overtly hostile, to fan opinion and distrustful of their input into the production process.

gostos e preferências dos próprios fãs. “O *fandom* gera seus próprios gêneros e desenvolve instituições alternativas para produção, distribuição, exibição e consumo”⁴⁷, uma vez que o conteúdo se torna acessível ao público por meio da televisão, de livros, cinema ou qualquer outro meio, ele passa a pertencer ao público e não mais aos artistas que o criaram;

e) Uma **comunidade social alternativa** e utópica na qual os membros podem “não escapar da realidade, mas viver uma realidade alternativa na qual os valores podem ser até mais humanos e democráticos que aqueles da sociedade mundana”⁴⁸.

Essa abordagem representa a visão de Jenkins e os estudos sobre *fandom* em 1992. Em trabalhos futuros, o próprio autor vai rever alguns desses aspectos, em especial, a “falta de poder de decisão do consumidor”, quando tratar da Cultura da Convergência e da Convergência Midiática que apresentaremos mais adiante neste capítulo.

É importante ressaltar que, apesar de ser considerado revolucionário para os padrões acadêmicos da época, *Textual Poachers* apenas introduziu a noção de “cultura participativa” visando explicar melhor as formas de interação entre os membros de um *fandom*. Contudo, essas formas ainda eram hierarquicamente determinadas pelo acesso tecnológico dos fãs, ou seja, as *fanfics*, *fanarts*, *fanzines*, etc. tinham circulação e impacto apenas dentro do *fandom* ao qual seus membros pertenciam.

Em anos seguintes, outros autores (incluindo o próprio Jenkins) continuaram a investigar os aspectos da cultura participativa em vários níveis além do cultural, como, por exemplo, o político e o educacional, expandindo para além do *fandom* e analisando também questões relacionadas à inteligência coletiva, novos letramentos, *crowdsourcing* (também chamada de “contribuição colaborativa” ou “colaboração coletiva”, ainda que o termo em língua inglesa seja o mais usado), processos democráticos, jogos, artes digitais, etc.

Em *The Participatory Cultures Handbook* (2013), Delwiche & Henderson apresentam as quatro fases dos estudos da Cultura Participativa, divididas em quatro períodos históricos:

- de 1985 a 1993: em que as primeiras grandes mudanças nos sistemas de comunicação começavam a serem notadas depois da introdução do computador pessoal, das primitivas formas de redes que interligavam os computadores em empresas e

⁴⁷ Fandom generates its own genres and develops alternative institutions of production, distribution, exhibition, and consumption

⁴⁸ not so much as an escape from reality as an alternative reality whose values may be more humane and democratic than those held by mundane society.

universidades e da impressão a laser que possibilitou a criação, produção e distribuição de material com uma rapidez e baixo custo nunca vistos antes. Os livros de Lewis (1992) e Jenkins (1992) são citados como obras seminais dessa fase que antecede a criação da rede mundial de computadores (a *web*);

- de 1994 a 1998: com o advento da *web* e da possibilidade de criação de inúmeras páginas na internet, os meios de comunicação foram mais uma vez modificados com o surgimento do *Yahoo* e do email (1994), de sites de compra e venda de produtos como o *Amazon* (1994), *eBay* (1995) e *Craigslist* (1995), e ferramentas de buscas como o *Google* (1996). Estudos acadêmicos dessa fase não só evidenciaram aspectos de como a globalização e a da participação descentralizada alteraram fundamentalmente a maneira como as pessoas trabalhavam, aprendiam e se divertiam, mas também destacaram como a interação das pessoas nos diversos ambientes virtuais tinha um forte caráter identitário;

- de 1999 a 2004: apesar da relativa simplicidade para se criar páginas na *web*, a necessidade de conhecimentos de programação em HTML manteve muitos usuários afastados nos primeiros anos. Com o surgimento de páginas com modelos prontos como o *Blogger* e *LiveJournal* (1999) e de redes sociais como o *MySpace* (2003) e o *Facebook* (2004), a publicação e o compartilhamento de textos, imagens, vídeos e outras mídias nunca mais foram os mesmos. Estudos acadêmicos se aprofundaram na investigação das comunidades *online* e os estudos do *fandom*, com destaque para o filósofo canadense Pierre Lévy, que “identificou a existência de uma inteligência universalmente distribuída, constantemente melhorada, coordenada em tempo real, e resultante da mobilização efetiva de habilidades” (p. 6), e Howard Rheingold, que “previu que um grande número de pequenos grupos, usando novas mídias para benefício individual, vão criar efeitos emergentes que vão alimentar algumas instituições existentes e dissolver outras”, alertando para o risco da perda de privacidade num mundo tão conectado;

- de 2005 a 2011: com o surgimento da internet banda-larga e conexões de alta velocidade, a criação do *Youtube* (2005) abriu possibilidades para o mundo dos vídeos virais, dos tutoriais, performances artísticas, jornalismo cidadão, entre muitas outras coisas. A invenção dos smartphones (2007) e dos *tablets* (2010) também influenciou imensamente a maneira como as pessoas usavam as novas mídias e a internet. Os estudos acadêmicos voltaram-se para os desafios em lidar com a existência cada vez mais conectada, a problemática da propriedade intelectual e dos direitos autorais no mundo digital, além de alertar para o controle e a censura por parte de instituições e governos que passaram a ter acesso a dados pessoais presentes no ciberespaço.

Depois de quase duas décadas da escrita de *Textual Poachers*, e dentro do último período da divisão proposta acima por Delwiche & Henderson (2013), Jenkins reinterpreta o conceito de “cultura participativa”, agora em seu livro *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century* (2009). Nele, o autor explica que a cultura participativa é definida por

barreiras relativamente baixas para a expressão artística e engajamento civil, forte apoio para a criação e o compartilhamento das produções e algum tipo de orientação informacional em que aquilo que é do

conhecimento do mais experiente é passado para os mais novos. (...) Uma cultura participativa é também aquela em que os membros acreditam que suas contribuições são relevantes e sentem algum grau de conexão uns com os outros (pelo menos, eles se importam com o que as pessoas pensam sobre suas produções).⁴⁹ (JENKINS, 2009 p. ix)

Delwiche & Henderson (2013) consideram a definição acima um ponto de partida não só para entender a cultura participativa, mas também para propor que essa pode ser dividida em categorias: cultura consensual, cultura criativa e cultura de discussão. Ainda que tal categorização não seja exatamente objetiva, possibilita entender melhor as diferentes maneiras possíveis de participação. Da mesma forma que a cultura é moldada por aspectos de local, assunto, participantes e nível de interesse, também a cultura participativa estará subordinada a essas variáveis.

De acordo os autores, a cultura consensual é aquela com base no acordo mútuo e tem um caráter “produtivo”, uma vez que tem um objetivo ou resultado a ser atingido ou um problema a ser resolvido. São exemplos dessa cultura situações em que expertos de uma área se agrupam para compartilhar o conhecimento e equilibrar a inteligência coletiva ou mesmo situações em que cidadãos comuns se juntam para exercer a democracia.

Em contrapartida, a cultura criativa é aquela em que os indivíduos são encorajados a criar, compartilhar e comentar produções dentro de um ambiente convidativo e solidário. Dentro da área de produções de fãs, são os exemplos mais claros as *fanfics*, *fanarts* e *fansites* – ambientes que possibilitam participantes engajados tanto com suas atividades criativas como com os objetos midiáticos que inspiram tais práticas.

E, por último, temos a cultura de discussão, na qual o assunto é o foco central e não necessariamente uma produção sobre ele. São exemplos os *fandoms* de esportes, sites de notícias, blogs de comida, etc., ainda que haja mais discordância e desentendimentos entre os participantes engajados em discussões acaloradas de um tópico de interesse pessoal ou profissional. Em geral, os participantes não são exclusivamente ativos na cultura de discussão, frequentemente participando também dos outros tipos, simultaneamente ou não.

A principal mudança de conceituação entre a cultura participativa primeiramente apresentada por Jenkins em *Textual Poachers* (1992) e sua nova proposta da cultura da

⁴⁹ Relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing one’s creations, and some type of information mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices. (...) A participatory culture is also one in which members believe their contributions matter, and feel some degree of social connections with one another (at least they care what other people think about what they have created).

convergência (2006) é a relação de atividade-passividade entre os consumidores (nesse caso, os fãs) e a indústria. Se anteriormente a atividade de fãs limitava-se à interação com outros fãs e membros do mesmo *fandom*, na cultura da convergência o consumidor se tornou muito mais ativo e decisivo.

Para Jenkins (2006, p. 18-19),

considerava-se que os antigos consumidores eram passivos, mas os novos são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam em seus devidos lugares, os novos são migratórios, mostrando uma lealdade cada vez menor a redes ou à mídia. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia era silencioso e invisível, os novos consumidores agora são barulhentos e públicos⁵⁰.

Nessa nova forma de interação, fãs têm cada vez mais poder de decisão e podem ver seus interesses refletidos no conteúdo apresentado, pois os conteúdos midiáticos são planejados para “maximizar os elementos que atraem fãs” (JEKINS, 2006 p.62) e, uma vez que programas com mais expectadores têm mais chances de serem renovados, um maior número de fãs pode garantir a continuidade do programa.

Ao contrário do que criadores, executivos e produtores pensavam anteriormente ao desconsiderarem a opinião de fãs, Jenkins (2006) afirma que “o poder da participação não vem da destruição da cultura comercial, mas de reescrevê-la, modificá-la, remendá-la, expandi-la para adicionar mais diversidade de perspectivas” (p. 257) que voltam a alimentar a mídia *mainstream*. Dessa forma, a participação torna-se um “poder político” democratizado pela facilidade de acesso proporcionado pelas tecnologias que têm real influência no conteúdo midiático que originou o *fandom*. A principal característica da cultura da convergência é justamente a confluência entre os diferentes tipos de mídias, as novas e as antigas, as comerciais e as amadoras, com novas práticas tecnológicas para antigas práticas culturais. Para Jenkins (2006, p. 18),

a convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo e hierárquico (de cima para baixo), quanto um processo alternativo e controlado pelo consumidor (de baixo para cima). A convergência corporativa coexiste com a convergência alternativa. Enquanto a indústria midiática está aprendendo como acelerar o fluxo de conteúdo midiático através dos meios de comunicação para expandir

⁵⁰ If old consumers were assumed to be passive, the new consumers are active. If old consumers were predictable and stayed where you told them to stay, then new consumers are migratory, showing a declining loyalty to networks or media. If old consumers were isolated individuals, the new consumers are more socially connected. If the work of media consumers was once silent and invisible, the new consumers are now noisy and public.

oportunidades, aumentar o mercado e reforçar o comprometimento dos telespectadores, os consumidores estão aprendendo a usar essas diversas tecnologias midiáticas para controlar ainda mais esse fluxo midiático e interagir com outros consumidores⁵¹.

Para o autor, “convergência” é uma noção antiga, mas que tem ganhado novas interpretações e acepções. É possível perceber a noção de “convergência” ao vermos como, com os avanços tecnológicos, diferentes aparelhos foram centralizados num só. O melhor exemplo é o *smartphone* de hoje – além de fazer ligações e enviar mensagens de texto, também substituiu outros eletrônicos como câmeras fotográficas e de vídeo, tocador de música em formato mp3, agenda telefônica, calendário, calculadora, sistema de navegação por GPS, etc.

Mais do que a convergência física de várias funcionalidades em apenas um objeto, Jenkins (2006) ressalta que a convergência também inclui a noção de que o “*hardware* diverge enquanto o conteúdo converge” (*hardware diverging while the content converges* p.15), uma vez que as necessidades de cada pessoa podem mudar significativamente, dependendo da situação e dos aparelhos tecnológicos que tem à disposição em cada uma delas – por exemplo, as diferentes necessidades que uma pessoa tem em casa, no local de estudo, no trabalho ou em momentos de lazer. Assim, a convergência midiática não é apenas uma questão tecnológica, pois ela não só introduz novas tecnologias, mas também altera a relação que indústrias, mercados, gêneros e públicos tem com essas tecnologias. Por ser um processo e não um resultado, altera toda a lógica que rege a indústria midiática e também o consumo de notícias e entretenimento do público (JENKINS, 2006).

Se antigamente a indústria de Hollywood só se importava em fazer e lançar filmes no cinema, hoje, as grandes empresas do entretenimento produzem filmes, e também programas de televisão, músicas, jogos de computadores, páginas da internet, brinquedos, parques de diversão, livros, revistas, histórias em quadrinhos, roupas, etc., proporcionando uma infinidade de produtos e subprodutos a serem oferecidos para o consumidor.

Em contrapartida, a convergência altera também os hábitos pessoais, uma vez que é possível usar o computador ou o *smartphone* para trabalhar ou estudar e,

⁵¹ Convergence, as we can see, is both a top-down corporate-driven process and a bottom-up consumer-driven process. Corporate convergence coexists with grassroots convergence. Media companies are learning how to accelerate the flow of media content across delivery channels to expand revenue opportunities, broaden markets, and reinforce viewer commitments. Consumers are learning how to use these different media technologies to bring the flow of media more fully under their control and to interact with other consumers.

simultaneamente, ouvir música, comunicar-se com amigos e familiares por meio de janelas ou aplicativos de bate-papo, ler e-mails, responder, e alternar entre várias tarefas usando a mesma tela.

Assim, para Jenkins (2006), é possível afirmar que a convergência está em todo lugar e pode ser vista nos aparelhos, nas empresas, nas franquias, nos hábitos dos consumidores e também nos *fandoms*, envolvendo, ao mesmo tempo, uma mudança na criação de produtos midiáticos e na maneira como esses produtos são consumidos.

No que diz respeito aos *fandoms* mais especificamente, a convergência possibilitou que os fãs saíssem da postura passiva de consumidores dos produtos midiáticos (com produções esporádicas de produtos próprios divulgados para pequenos grupos) e passassem a interagir por meio de um grande número de plataformas diferentes, não só consumindo os produtos midiáticos, mas também discutindo os episódios em tempo real nas redes sociais, criando campanhas para evitar o cancelamento de seus programas ou a participação de atores em eventos e convenções, etc.

A participação ativa e interação entre os membros do *fandom* possibilitam ainda que os fãs participem do que Stanley Fish ([1979]1992) chama de “comunidade interpretativa”, na qual experiências de vida e conhecimentos de mundo prévios e compartilhados possibilitam uma interpretação diferenciada entre os membros da comunidade em relação a pessoas de fora dela. Para o autor,

a comunicação se dá dentro de situações e que estar numa situação é estar já em posse de (ou ser possuído por) uma estrutura de pressuposições, de práticas entendidas como relevantes com relação a objetivos e propósitos que já preexistem; é, justamente, na pressuposição destes objetivos e propósitos que qualquer enunciado é imediatamente entendido (FISH, 1992, p.203).

Dentro do *fandom*, essas práticas relevantes e estruturas de pressuposições se apresentam nas mais variadas formas. Temos, por exemplo, os nomes atribuídos a formações de casais (também conhecidos como *ships*⁵²) como ‘Shamy’ (Sheldon+Amy), em *The Big Bang Theory*; ‘Delena’ (Damon+Elena, em *The Vampire Diaries*), ‘Lemon’ (Harry Potter+Draco Malfoy, na série de livros *Harry Potter*) que

⁵² “Ship” vem da abreviação da palavra inglesa “relationship” (relacionamento) e é usada pelos membros do *fandom* para indicar um par romântico dentro do universo ficcional. Esse par pode ser *canon* (no sentido de “canônico”, ou seja, um casal oficial dentro da série ou dos livros) ou *fanon* (também chamada de *non-canon* e indica um casal que não tem um relacionamento no conteúdo original).

ajudam fãs a identificar *fanfics*, *fanarts* e publicações nas redes sociais por meio das marcações chamadas ‘*hashtags*’ (#) sobre esses casais.

Outro exemplo é o conhecimento prévio do código de conduta de tolerância ou não a *spoilers*⁵³ em relação a conteúdo inédito. Algumas comunidades *online* têm códigos bastante restritos e podem até expulsar membros que revelem fatos importantes antes que outros membros tenham tido acesso a eles. Muitas páginas do Facebook e Fóruns *Online* abrem tópicos exclusivos para comentários com *spoilers* para possibilitar a troca de informação entre quem já assistiu ao episódio/filme ou já leu o livro/quadrinho, sem estragar a surpresa para quem ainda não teve acesso ao conteúdo.

Ainda sobre a comunidade interpretativa, Fish (1992, p. 205) afirma que

essa compreensão compartilhada é a base da confiança com a qual eles falam e argumentam, mas as categorias dessa compreensão são próprias deles somente no sentido de que, como atores dentro de uma instituição, automaticamente tornam-se herdeiros dos sistemas de inteligibilidade dessa instituição, das suas maneiras de significar. Por isso é tão difícil para uma pessoa cujo próprio ser se define por sua posição dentro de uma instituição (e se não for esta, então qualquer outra) explicar a alguém de fora uma prática ou um significado que lhe parece não exigir explicação, porque ela os considera como algo natural.

É exatamente essa confiança na compreensão compartilhada mencionada por Fish (1992) que retomaremos na análise das traduções das legendas, pois fãs se apoiam firmemente nessas ‘maneiras de significar’ e partem do pressuposto de que outros fãs também compartilham desses mesmos conhecimentos prévios.

Será possível ver também como a dificuldade de explicar essas práticas e conhecimentos ‘para alguém de fora’ é uma das razões pelas quais as legendas profissionais tendem a ser mais generalizadoras, pois pressupõem não um público específico e que já domina o assunto, mas um telespectador mediano e que precisa de referências para entender o contexto geral dos episódios.

- Código de Ética, Inteligência Coletiva e Produção Colaborativa

Ao final do Capítulo 1, vimos a definição de *fansubbing* como uma modalidade de legendagem dentro da tradução audiovisual, apresentando os principais parâmetros

⁵³ “*Spoiler* é quando algum site ou alguém revela fatos a respeito do conteúdo de determinado livro, filme, série ou jogo. O termo vem do inglês, mais precisamente está relacionado ao verbo ‘*To Spoil*’, que significa estragar. Numa tradução livre, *spoiler* faz referência ao famoso termo ‘estraga-prazeres’” (JORDÃO, 2009).

técnicos e aspectos tradutórios. Contudo, o *fansubbing* é um fenômeno que se diferencia da legendagem profissional justamente por se configurar como uma das várias práticas do *fandom*, sendo umas das maneiras mais populares de compartilhar conteúdo entre fãs.

Como veremos nos exemplos analisados no Capítulo 3, essa relação com o *fandom* tem grande influência tanto no processo de produção quanto no consumo dessas legendas. Assim, cabe apresentarmos aqui com mais detalhes o *fansubbing* dentro do âmbito das práticas do *fandom* para possibilitar uma análise mais completa e integrada no próximo capítulo.

Assim como várias das outras práticas do *fandom*, o *fansubbing* começou muito antes de o acesso à internet ser popularizado. A maioria dos autores que trabalham o *fansubbing* como modalidade tradutória (SIMÓ, 2005; DIAZ-CINTAS & SANCHEZ, 2006) indica o surgimento das *fansubs* em meados dos anos 1990, pois consideram o formato mais atual de produção e consumo dessas legendas. Contudo, alguns artigos sobre práticas dos *fandom* apontam que um formato mais primitivo da prática já existia anteriormente (HATCHER, 2007), começando na década de 1970, intensificando-se e desenvolvendo-se na década de 1980 e, finalmente, popularizando-se nos anos 1990, com os avanços tecnológicos que possibilitaram novas formas de produção, distribuição e consumo dessas legendas por meio da internet.

Hatcher (2007) explica que, no início dos anos 1970, os fãs encomendavam os animes pelo correio em fitas VHS e *laserdiscs* diretamente do Japão, e pagavam não só pela tradução do japonês para o inglês, mas também para a inserção das legendas, que só poderia ser feita por meio de equipamentos especializados. Dessa forma, é fácil entender por que muitos autores desconsideram esse período quando apresentam a história do *fansubbing*, uma vez que duas das características principais não estão presentes: a tradução realizada pelo próprio fã e a distribuição gratuita.

Entretanto, Hatcher (2007) argumenta que, depois de feita a tradução e a inserção das legendas por profissionais, muitas cópias eram produzidas e distribuídas entre outros fãs e exibidas em encontros, convenções e reuniões de *anime clubs*. Assim, o uso desse produto midiático era inteiramente voltado para alimentar o *fandom* e proporcionar aos fãs o acesso ao conteúdo ao qual eles não teriam em outras circunstâncias.

Devido aos altos custos de importação do material original do Japão, da tradução e inserção das legendas e da produção e distribuição das cópias através do correio, essa prática era pouco comum e bastante limitada. Como esse conteúdo não era facilmente comercializado fora do Japão, não havia qualquer competição entre a produção de

legendas ‘oficiais’ e as legendas ‘de fãs’ até meados da década de 1980, quando distribuidoras perceberam o rico nicho de mercado que os animes representavam.

Quanto mais opções o mercado oferecia, mais os *fandoms* de animes cresciam e se fortaleciam. Com tantas opções ‘oficiais’ disponíveis, a produção de *fansubbing* se concentrava nos animes ainda não disponíveis. Mesmo depois da década de 1990, com a popularização dos computadores, o surgimento da internet, e a drástica mudança no cenário da produção e consumo de *fansubs* a partir dos anos 2000, o respeito pelos direitos autorais sempre foi uma marca da comunidade de fãs de animes.

Essa prática está claramente definida pelo *New Ethical Code for Digital Fansubbing* (2003), uma produção coletiva do fórum *Anime News Network* (considerado a maior e mais completa comunidade *online* de animes do mundo, na qual muitos *fandoms* diferentes interagem) em que 6 regras básicas (com algumas subdivisões mais específicas) foram definidas para regular a produção e distribuição de *fansubbing* na internet. São elas:

- 1) O principal propósito das *fansubs* é permitir que os fãs falantes de língua inglesa tenham acesso a animes desconhecidos aos quais eles nunca teriam acesso de outra forma;
- 2) Um propósito secundário das *fansubs* é dar aos fãs um gosto antecipado de animes que possam um dia vir a ser comercializados;
- 3) O acesso a *fansubs* não deve substituir a compra de uma cópia legal em língua inglesa;
- 4) Os *fansubbers* devem trabalhar de forma a minimizar os impactos no interesse comercial das empresas produtoras de animes, uma vez que é do maior interesse do *fandom* que essas empresas continuem financeiramente estáveis e criem mais animes;
- 5) Nós nos interessamos na maneira em que os fãs se comportam porque isso afeta a reputação de todo o *fandom*;
- 6) Você cria *fansubs* de forma voluntária, em seu tempo livre, porque você é fã. Nunca para lucro ou reconhecimento pessoal. Se em algum momento você achar que deve receber compensação pelo trabalho feito, então você provavelmente está fazendo isso pelas razões erradas⁵⁴ (ANIME NEWS NETWORK, 2003).

Como as regras acima enfatizam, a preocupação maior era sempre com a distribuição de material indisponível e, conseqüentemente, o fortalecimento do *fandom*

⁵⁴ 1) The main purpose of fansubs is to allow English-language fans access to obscure anime they would never see otherwise; 2) A secondary purpose of fansubs is to give fans an advance taste of anime that may someday be licensed; 3) Fansubs are not to be considered a substitute for owning a legal, English-language copy; 4) Fansubbers should operate in a manner which minimizes impact on the commercial interests of anime-producing companies as it is in the best interests of anime fandom that these companies be healthy and create more anime; 5) We have an interest in the way other fans behave because it affects the reputation of all fandom; 6) You make fansubs voluntarily, out of your own free time, because you are a fan. Never for personal profit or recognition. If at any time you feel you should be compensated for the work you've done then you're probably doing this for all the wrong reasons.

como um todo. As regras podem ser consideradas utópicas, visto que a falta de fiscalização tornava impossível verificar sua implementação. Todavia, o fato de vários fãs e *fansubbers* se reunirem na comunidade *online* para discutir os parâmetros a serem adotados⁵⁵ revela os aspectos da Cultura Participativa (JENKINS, 1992; DELWICHE & HENDERSON, 2013) e da Cultura de Convergência (JENKINS, 2006), apresentados anteriormente.

É válido destacar ainda que cada uma das regras se desdobrava em outras como, por exemplo: “interromper imediatamente a produção de *fansubs* uma vez que o anime fosse licenciado no mercado anglófono” e os *fansubbers* “deveriam justificar sua existência produzindo pelo menos uma *fansub* por ano de um anime ainda desconhecido”, para que não houvesse dúvida quanto à conduta ética na produção das *fansubs*.

Muitos sites dedicados à atividade de *fansubbing* dessas comunidades de animes como o *Infusion Fansubbing* e o *Fansubbing Blog*⁵⁶ apresentam a produção de uma *fansub* dividida em 11 etapas. Essa mesma divisão aparece também detalhada nos artigos de Simó (2005) e Diaz-Cintas & Sanchez (2006), e com maior ou menor ênfase em vários outros estudos sobre o tema.

As 11 etapas seguidas eram: aquisição do vídeo (*raw acquisition*), tradução (*translation*), primeira marcação do tempo (*rough timing*), edição do texto traduzido para caber nas legendas (*edit*), revisão da sincronia e da marcação do tempo (*fine timing*), revisão da tradução (*translation check*), formatação do texto para inserção de fonte, tamanho, negrito, itálico, etc (*typsetting*), controle de qualidade (*quality control*), codificador para embutir a legenda no arquivo de vídeo (*encoding*), distribuição (*distribution*) e finalmente o lançamento (*release*). Em alguns casos, é possível ainda adicionar etapas extras como a inserção de legendas para karaokê (usada comumente na abertura de animes para acompanhar a trilha sonora), por exemplo.

Contudo, os *softwares* atuais de legendagem e a maior facilidade na aquisição e distribuição dos episódios pela internet encurtaram significativamente não só o tempo gasto, mas todo o processo de produção de legendas. Atualmente, o processo pode ser

⁵⁵ o tópico em questão ficou ativo entre 28 de maio e 16 de junho de 2003, tendo mais de 120 mensagens de cerca de 50 membros diferentes e pode ser acessado pelo link <<http://www.animenewsnetwork.com/bbs/phpBB2/viewtopic.php?t=2118&postdays=0&postorder=asc&start=0>>. Acesso em 05/01/2017.

⁵⁶ *Infusion Fansubbing Newbie Guide* (2003): <<http://www.muri.se/misc/guide.html>>. *What Goes Into A Fansub (aka. an idiot's guide to fansubbing)* (2007): <http://fansubbing.blogspot.com.br/2007/03/what-goes-into-fansub-aka-idiots-guide_05.html>.

resumido em 5 etapas: aquisição do vídeo, tradução do áudio em inglês para a legenda em português, marcação do tempo e sincronização, revisão e lançamento.

No Capítulo 3, apresentamos com mais detalhes a rotina de tradução dos grupos de *fansubbing* brasileiros que legendam filmes e seriados estrangeiros, pois existem alguns aspectos que os diferem dos grupos de *fansubbing* de animes. Apesar das diferenças, como afirma Bugocki (2009), não só as *fansubs*, mas também outras formas de legendagem amadora têm por base o mesmo princípio:

a razão por trás da decisão de traduzir *fansubs* e da legendagem amadora é basicamente a mesma: fazer uma contribuição em determinada área de interesse para ser popularizada em outros países, tornando o conteúdo acessível a uma gama maior de expectadores/leitores pertencentes a comunidades linguísticas diferentes⁵⁷ (BUGOCKI, 2009, p. 49).

Além da semelhança na motivação, o processo de produção das *fansubs* para animes e para as séries tem outras características em comum. Entre elas, o aspecto crucial da produção colaborativa, que se vale da noção de inteligência coletiva para produzir as legendas enquanto desafia conceitos como o de autoria e legalidade.

O filósofo Pierre Lévy definiu inteligência coletiva como “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências” tendo como princípio básico e objetivo maior “o conhecimento e enriquecimento mútuo” ([1994]2007 p. 28-29).

O autor segue desmembrando cada uma das partes da definição acima, afirmando que essa inteligência coletiva é patrimônio de toda a humanidade não apenas de alguns indivíduos específicos e que, portanto, todos têm algo a contribuir de alguma forma para a construção do conhecimento coletivo. Todo esse conhecimento diversificado é valioso e não deve ser ignorado nem desprezado, mas cultivado e disseminado. Para isso, o ciberespaço torna-se o lugar por excelência de compartilhamento desse conhecimento, pois utiliza as tecnologias para alcançar novos espaços de divulgação e interação em tempo real entre membros de uma mesma comunidade, ainda que não estejam próximos, física ou geograficamente.

⁵⁷ The rationale behind the decision to undertake the translation in the form of fansubs and amateur subtitling is largely the same: to make a contribution in an area of particular interest and to popularise it in other countries, making it accessible to a broader range of viewers/readers, who belong to different linguistic communities.

Quanto à mobilização efetiva das competências, essa exige, primeiramente, que sejam reconhecidas e identificadas. Reconhecer e valorizar os diversos saberes valida a vivência em sociedade e pode trazer grandes frutos.

Pierre Lévy (2007 p. 30-31) também diz o que a inteligência coletiva *não* é:

Não se deve, sobretudo, confundi-la com projetos “totalitários” de subordinação dos indivíduos às comunidades transcendentais e fetichizadas. Em um formigueiro, os indivíduos são “bestas”, não possuem nenhuma visão de conjunto e não sabem como o que elas fazem se compõe com os outros atos dos outros indivíduos. Mas, ainda que as formigas isoladamente sejam “estúpidas”, sua interação produz um comportamento globalmente inteligente. (...) O formigueiro fornece o exemplo do contrário da inteligência coletiva. São consideradas odiosas e bárbaras todas as tentativas de aproximar, em maior ou menor medida, o funcionamento da sociedade ao de um formigueiro.

Assim, a inteligência coletiva não é a subordinação coletiva, mas a soma de todas as potencialidades construída de forma cultural entre os indivíduos. A comunidade deve ter como objetivo a negociação dos vários aspectos sociais como o *status quo* e mesmo a própria linguagem. Não se trata, então, de fundir os conhecimentos existentes num amálgama disforme, mas sim de apoiar um processo de crescimento e diferenciação que compõe a diversidade da sociedade (LÉVY, 2007).

Na produção de legendas por grupos de *fansubbing*, o uso dessa inteligência coletiva é particularmente relevante, uma vez o trabalho é dividido em várias etapas entre vários membros. Dessa forma, as múltiplas habilidades de cada indivíduo podem ser mais bem aproveitadas e até membros com pouca ou nenhuma experiência em legendagem podem ser úteis ao grupo.

Além do uso dessas múltiplas habilidades de cada indivíduo, a produção colaborativa dessas legendas também é um aspecto particular do *fansubbing*. É preciso notar, contudo, que essa noção de produção colaborativa vai além da simples divisão de tarefas ou do trabalho em equipe, conforme conhecemos em outras situações sociais.

A produção colaborativa – assim como a cultura participativa e a convergência midiática – está intrinsecamente ligada ao aparecimento da *web 2.0*, entendida aqui como “segunda geração de serviços e aplicativos da rede e a recursos, tecnologias e conceitos que permitem um maior grau de interatividade e colaboração na utilização da Internet” (BRESSAN, 2008, p. 2).

Com o surgimento de novas plataformas, as formas de interagir e produzir conteúdo também evoluíram. Em sua dissertação de mestrado sobre a produção colaborativa na *web*, Braz (2014, p. 39) sumariza essa produção afirmando que ela

nos permite compreender que se trata de um processo recíproco no qual as pessoas intercambiam informação e conhecimento voluntariamente, sem a regência aparente de autoridades, seja física ou jurídica. Na colaboração, o modelo de comunicação que impera é o horizontal, descentralizado, cuja valorização consiste na autonomia do indivíduo, na diversidade de discursos, nos pontos de vista divergentes e na agregação de valor ao todo. No que se refere à descentralização, é pertinente acentuar que, ao possibilitar que qualquer cidadão se torne produtor de conteúdo, principalmente conteúdo digital, a produção colaborativa também pode ser considerada uma das molas propulsoras do fluxo informacional que circula atualmente no ciberespaço porque descentraliza a produção e a disseminação das informações dos grandes conglomerados midiáticos.

Ainda segundo a autora, a relação entre produção colaborativa e reciprocidade (seja ela das relações sociais ou das metas a serem alcançadas) liga-se aos cinco objetivos comuns definidos por Chesterman (2011 *apud* BRAZ, 2014): a finalidade comum, o compromisso, a transparência, a comunicação e a potencialidade. Logo, para que o trabalho realizado tenha realmente o caráter colaborativo, esses cinco elementos são indispensáveis: os membros devem sempre trabalhar em busca de um mesmo objetivo, assumindo a responsabilidade da tarefa de forma clara, direta e do conhecimento de todos os envolvidos. É essencial também que os membros se entendam e possam compartilhar informações, colocando suas melhores habilidades à disposição do grupo.

Os exemplos mais comuns dessa produção colaborativa são os *softwares* livres desenvolvidos, adaptados e distribuídos de forma gratuita na internet; a enciclopédia *online Wikipédia*, que pode ser editada e revisada pelos usuários; e o jornalismo cidadão, para o qual leitores podem contribuir tanto com sugestões de pautas como com fotos, vídeos e relatos de eventos noticiados em outros veículos de comunicação.

Embora os exemplos citados sejam os mais óbvios, as situações de produção colaborativa são muito mais abrangentes. Vários estudos vêm mantendo seu foco nas vantagens da abordagem da produção colaborativa aplicadas ao ensino e nas diversas plataformas de interação entre alunos, tanto de cursos presenciais quanto a distância.

Também na área da tradução, a produção colaborativa tem ganhado cada vez mais notoriedade. Podemos citar os avanços no desenvolvimento de programas de auxílio à tradução, também conhecidos como *CAT Tools* (*Computer Assisted*

Translation Tools) ou ferramentas computadorizadas de auxílio à tradução, que geram enormes memórias de tradução, glossários, bancos de terminologia, etc., ou mesmo com o uso das ferramentas *online* como o Google Tradutor, o Linguee e o *Mymemory*, que usam as traduções feitas e corrigidas pelos usuários para melhorar as opções oferecidas a partir de banco de dados de traduções anteriores.

Em 2007, quando as mudanças provocadas pela *web 2.0* começavam a ser sentidas de forma mais profunda e as implicações dessas novas formas de comunicação ficaram mais nítidas, Désilets (2007, p. 13) previu várias dessas mudanças na área da tradução:

a Colaboração Massiva Online (CMO) está revolucionando o modo como o conteúdo é produzido e consumido no mundo todo, e isso também terá um grande impacto no modo como o conteúdo é traduzido. Por um lado, CMO introduz novos desafios e problemas como, por exemplo, lidar com a tradução de conteúdo criado através de fluxos de trabalho aberto, colaborativos e até um pouco caóticos. Por outro, CMO também pode possibilitar novas e melhores soluções para problemas existentes como, por exemplo, permitir que grandes comunidades de tradutores e terminologistas construam colaborativamente enormes Bancos de Terminologia e Memórias de Tradução. Por último, CMO pode oferecer novas oportunidades como a melhoria da Tradução Automática através do uso de bases mundiais de informações construídos em massa e de forma colaborativa⁵⁸.

Além desses avanços para profissionais da tradução, outra possibilidade que se acentuou e se desenvolveu foi a “tradução gerada pelo usuário” (*user-generated translation*), em especial quando relacionada à localização⁵⁹ de *softwares* livres e jogos de videogame. O’Hagan (2009) explica que o surgimento da localização de *softwares* e, logo em seguida, de videogames, foi um importante fator para o surgimento e estabelecimento da tradução gerada pelo usuário porque exige de quem traduz um conhecimento prévio do *software*/videogame e não só das línguas envolvidas e das estratégias de tradução em si.

⁵⁸ Massive Online Collaboration is revolutionizing the way in which content is produced and consumed worldwide, and this is bound to also have a large impact on the way in which content is translated. On the one hand, MOC introduces new challenges and problems, such as dealing with translation of content created through open, collaborative, and somewhat chaotic workflows. On the other hand, MOC may also enable new and better solutions to existing problems, for example, by allowing massive communities of translators and terminologists to collaboratively build very large Terminology Databases and Translation Memories. Finally, MOC may open up brand new opportunities, such as the possibility of improving Machine Translation through the use of large world knowledge bases built in a massively collaborative fashion.

⁵⁹ Segundo LISA (*Localization Industry Standards Association*), localização “envolve adaptar linguística e culturalmente um produto para o público de um determinado lugar para que possa ser usado e vendido dentro daquele mercado” (cf. www.lisa.org).

Segundo a autora,

devido à natureza específica das atividades envolvidas, é duplamente surpreendente que jogadores encarem o desafio sem nenhum treinamento formal ou suporte técnico. Eles parecem adquirir o conhecimento e as habilidades necessárias por meio da colaboração online com outros jogadores e com bases de informações criadas pela comunidade do jogo, além da própria experiência com os jogos e também muita pesquisa⁶⁰. (O'HAGAN, 2009, p.7)

O'Hagan (2009) dá destaque não apenas à produção colaborativa por meio da interação dos membros de uma comunidade, mas também à motivação por trás dessa atividade, uma vez que a tradução é feita por indivíduos de forma voluntária, “com base no conhecimento de uma dada língua e também de um conteúdo ou gênero midiático em particular, proporcionado pelo grande interesse no assunto”⁶¹ (p. 8).

Citando vários dos autores abordados aqui nesta pesquisa, a autora descreve o *fansubbing* como uma das formas de tradução gerada por usuários, colocando a tradução de fãs lado a lado com a tradução voluntária de textos técnicos, cujo conteúdo é específico demais para alguém de fora da área, e a localização de *softwares* livres e videogames.

Além da forma voluntária e colaborativa de produzir e distribuir as legendas, uma das principais marcas da tradução de fãs é a afinidade com a tecnologia e a maneira como não só o conhecimento, mas também as tarefas são compartilhadas entre os membros da equipe que estão sempre distantes física e geograficamente falando.

A autora comenta ainda que questões relativas à qualidade e à legalidade das traduções produzidas pelos grupos de fãs são sempre tópicos bastante discutidos. Contrariamente a muitos autores que consideram o resultado final de baixa qualidade, a autora dá exemplos de grupos de fãs de animes cujo trabalho era tão respeitado pelo *fandom* que a equipe foi formalmente contratada para fazer traduções quando o desenho foi licenciado nos Estados Unidos, e concorda com Diaz-Cintas & Sanchez (2006) que “a suposta falta de formação em tradução é compensada pelo conhecimento do conteúdo”⁶² (O'HAGAN, 2009 p. 12).

⁶⁰ Given the specialised nature of the tasks involved, it is doubly surprising that some gamers tackle the challenge without formal training or provision of technical support. They seem to acquire the necessary knowledge and skills through online collaboration with like-minded gamers and knowledge-bases created by the game community in addition to their own game playing experience and often extensive research.

⁶¹ on the basis of their knowledge of the given language as well as that of particular media content or genre, spurred by their substantial interest in the topic.

⁶² fans' apparent lack of formal translator training being compensated for by their genre-knowledge.

O'Hagan traça ainda paralelos entre a produção colaborativa de *fansubs* e uma modalidade de tradução que se expandiu muito desde a publicação de seu artigo em 2009, o *crowdsourcing*, atestando como suas reflexões estavam corretas e efetivamente se concretizaram com o passar dos anos. *Crowdsourcing*, segundo o dicionário *Merriam-Webster*, é neologismo de língua inglesa criado em 2006 a partir da junção de “*crowd*” (multidão) com “*outsourcing*” (terceirização), para indicar “a prática de obter serviços necessários por meio de um grande grupo de pessoas, especialmente de forma *online*, através de comunidades *online* em vez de usar empregados ou fornecedores tradicionais”⁶³.

Para a autora, o *crowdsourcing* nada mais é do que a forma legalizada da tradução de fãs, uma vez que é a própria empresa detentora dos direitos autorais de um produto que disponibiliza o conteúdo para ser traduzido de forma colaborativa e *online* em plataformas específicas. São os exemplos mais comuns de produtos traduzidos por *crowdsourcing* no Brasil jogos famosos como *Minecraft* e o aplicativo de mensagens de celular *Whatsapp*⁶⁴.

Uma vez que o *crowdsourcing* não é o foco dessa pesquisa, sua breve apresentação aqui só é relevante por se tratar de uma forma de tradução de fãs que tem muitas relações com o *fansubbing* no que diz respeito ao processo de produção colaborativa. Segundo O'Hagan (2009), são características semelhantes entre os dois tipos de tradução:

(1) a colaboração possibilitada pela tecnologia que permite fãs a formarem grupos centrados em tarefas para realização de um projeto e atingir a produção que pode ser comparada à produção profissional no que concerne a processo, fluxo de trabalho e prazos; (2) apesar do status incerto quanto à legalidade, a maioria dos detentores dos direitos autorais fazem vista grossa em relação à prática, em parte devido ao fato de que as produções dos fãs facilitam a exposição de dado produto a um público linguístico mais amplo, proporcionando assim grande publicidade grátis; (3) fãs que traduzem realizam projetos de tradução de forma voluntária e não-remunerada, o que indica um forte fator motivacional; e, (4) o conhecimento da área que fãs tem pode chegar a compensar a falta de formação em tradução⁶⁵.

⁶³ the practice of obtaining needed services, ideas, or content by soliciting contributions from a large group of people and especially from the online community rather than from traditional employees or suppliers (cf. <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/crowdsourcing>>).

⁶⁴ Cf. *Minecraft* <<https://crowdin.com/project/minecraft>> e *Whatsapp* <<https://translate.whatsapp.com/>>

⁶⁵ (1) collaboration afforded by technology allows fans to form purposeful task groups to undertake a project and achieve a production often in a manner comparable to professional production in terms of the workflow process and the timeframe; (2) despite the dubious legal status copyright holders have largely condoned the practice, partly due to the fact that fan productions can facilitate the exposure of the given product to a wider target language public, thus in effect providing considerable free pre-publicity; (3) fan translators willingly undertake a translation project without remuneration, indicating a strong motivational factor; and (4) domain-knowledge possessed by fans may in some cases compensate for the lack of formal translator training.

Contudo, em relação às *fansubs* produzidas no Brasil pelos grupos de legendas, a questão da legalidade da prática é um pouco mais complicada do que a apresentada no item (2) acima pela autora. Os produtores estrangeiros do conteúdo de fato pouco se importam com a prática, porém, uma vez que o que motiva os grupos de fãs a produzir as legendas no país não é a falta de acesso a esse conteúdo (pois canais da televisão por assinatura geralmente transmitem esses programas legendados), mas sim as empresas brasileiras detentoras dos direitos autorais do conteúdo e, principalmente, as classes de profissionais e estudantes de tradução costumam criticar arduamente a prática.

Essa crítica poderia ser considerada compreensível se olhássemos apenas os argumentos dados pelos canais de televisão por assinatura – quem faz uso do *fansub* consome o conteúdo de forma pirata na internet e não pelo canal pago –, ou ainda pelos profissionais de tradução – essa prática pode prejudicar o mercado de trabalho. Como vamos tentar apresentar no Capítulo 3, a crítica com base nesses argumentos não se sustenta e pode ser facilmente refutada – para isso, precisamos apresentar, ainda que brevemente, alguns pontos sobre a questão da (i)legalidade da prática de *fansub*.

- Autoria, Coautoria e Direitos Autorais na Produção Colaborativa de *Fansubs*

Em sua célebre conferência *O que é um autor?*, Michel Foucault ([1969] 2001) nos conta que o nascimento do conceito de autoria deu-se na Idade Média: mais devido aos esforços da Inquisição Católica para punir escritores hereges – precisava atestar a autoria dos textos que contradiziam os ensinamentos da Igreja – do que pela necessidade de validação de um texto com base na relação autor-obra, amplamente discutida pelo filósofo.

Segundo o autor,

os textos, os livros, os discursos começaram a ter realmente autores (diferentes dos personagens míticos, diferentes das grandes figuras sacralizadas e sacralizantes), na medida em que o autor podia ser punido, ou seja, na medida em que os discursos podiam ser transgressores. O discurso, em nossa cultura (e, sem dúvida, em muitas outras), não era originalmente um produto, uma coisa, um bem; era essencialmente um ato - um ato que estava colocado no campo bipolar do sagrado e do profano, do lícito e do ilícito, do religioso e do blasfemo. Ele foi historicamente um gesto carregado de riscos antes de ser um bem extraído de um circuito de propriedades (FOUCAULT, 2001, p. 14).

Indicar a autoria era, portanto, um *ato*, uma ação política e não um bem de direito a ser resguardado. Ainda segundo Foucault (2001), é apenas no século XIX que a noção de propriedade intelectual a ser preservada por meio dos direitos autorais é instaurada, a fim de transformar também a produção intelectual, artística e/ou científica numa mercadoria sujeita às regras do capitalismo.

A definição do que Foucault (2001) chama de “função-autor” tem quatro características principais:

- 1- “a função-autor está ligada ao sistema jurídico-institucional que contém, determina, articula o universo dos discursos” (p.20), ou seja, os discursos apresentam a função-autor e são objetos de apropriação que o autor define como “regime de propriedade para os textos” (p.14) ao olhar a questão da autoria entre o final do século XVIII e início do XIX;
- 2- a função-autor não é universal e igual em todos os contextos sociais, históricos e políticos. É um acordo em constante mudança que reflete a relação social, política, cultural e econômica entre as partes (autores, editores e leitores);
- 3- “a função-autor não é definida pela atribuição espontânea de um discurso ao seu produtor, mas por uma série de operações complexas e específicas” (p.20), reforçando o aspecto político e social da autoria.
- 4- o autor não é um indivíduo real que pode ser facilmente identificado e apontado. A função-autor pode aparecer em forma de múltiplas relações, podendo “dar lugar simultaneamente a vários egos, a várias posições-sujeito que classes diferentes de indivíduos podem vir a ocupar” (p.20)

É importante falarmos em autoria e entendermos como essas relações de poder se estabeleciam antes da chamada “Era da Informação” que teve seu início nos anos 1970 devido aos grandes avanços tecnológicos advindos da criação dos primeiros computadores e do protótipo da internet, substituindo a Era Industrial. Esses avanços tecnológicos impactaram também a questão da autoria, seja ela no sentido de ato discursivo político ou de propriedade intelectual.

A facilidade de acesso e compartilhamento de informação, além da constante e multidirecional interação de pessoas e conteúdos via convergência midiática e cultura participatória, coloca em xeque essas questões de autoria e, na produção colaborativa, é a coautoria que ganha destaque.

Para Alegria (2008), “a coautoria é um dos aspectos mais importantes na caracterização desse modo de criação de conteúdos e deverá também ser considerada em processos de produção colaborativa de audiovisuais” (p.64). Segundo o autor, essa disposição de produção colaborativa busca “benefícios coletivos desfrutados em comum” (p.64) que culminaram na criação do licenciamento *Creative Commons*.

Para Lima & Santini (2008, p. 1),

O licenciamento *Creative Commons* surge sem a intervenção estatal ou a mudança do arcabouço jurídico-normativo. Trata-se de um uso da própria ideia e conceitos do direito autoral para modificar sua estrutura caso a caso, gerando autorizações caracterizadas pelo termo “copyleft”. A ideia é permitir a criação de coletividades de obras culturais publicamente acessíveis, incrementando o domínio público e materializando as promessas da internet e das tecnologias digitais de maximizarem o potencial criativo humano.

Contudo, se as *fansubs* podem ser encaixadas no *Creative Commons* (e assim o fazem abertamente no site Legendas.tv, como apresentaremos no Capítulo 3), o mesmo não pode ser dito dos produtos audiovisuais que tomam como base, ou seja, os animes, filmes ou episódios de seriados estrangeiros. Esse conteúdo é protegido por leis nacionais e internacionais de proteção aos direitos autorais e investidas antipirataria.

Em seu artigo *Fansubs, grupos de legendas e a questão da legalidade do conteúdo produzido pelo consumidor*, Mendonça (2012) sistematiza algumas das questões legais que confrontam a produção de legendas por fãs e a legalidade da prática.

Segundo o autor, apesar da legislação não se ater especificamente no que diz respeito à produção das legendas em si, a (agora extinta) Associação Anti-Pirataria Cinema e Música (APCM) do Brasil⁶⁶ travou um intenso combate com os sites de disponibilização de legendas, chegando a tirar do ar os servidores de alguns deles com base na lei nacional de Direito Autoral e na Convenção de Berna de 1971 para Proteção de Obras Literárias.

Além do levantamento das questões legais envolvendo a produção e disponibilização das legendas de fãs, Mendonça (2012) também traz depoimentos interessantes de fãs, *legenders* e demais usuários que argumentam que a legenda dos fãs não substitui o consumo do produto original nem impede que os fãs assistam às séries nos canais de televisão, comprem os DVDs, CDs de trilha sonora e outros itens das séries e filmes de que gostam.

Dessa forma, os grupos de *legenders* afirmam (e reiteram repetidas vezes nos mais variados meios – guias de legendagem, sites, páginas em redes sociais, entrevistas

⁶⁶ De acordo com o site da Associação, “por questões operacionais, os associados da APCM decidiram encerrar as atividades da entidade. A APCM está em processo de liquidação, e não operacional a partir de 01 de Junho de 2015. Para assuntos relacionados à APCM, favor entrar em contato com: contato@apcm.org.br. Os assuntos antipirataria relacionados ao setor de cinema e audiovisual devem ser tratados com a MPAA, através de: contato@mpaal.org. Já os temas ligados ao setor antipirataria de conteúdo musical devem ser tratados com a APDIF, através de: contato@apdif.org.br”. Disponível em <<http://www.apcm.org.br/>>. Acesso em: 29/11/2015.

na mídia impressa e *online*, etc.) não terem qualquer lucro com a produção das legendas e que, por isso, as “assinaturas” como forma de identificação são consideradas um elemento tão importante dentro do universo *fansubbing*.

Chamamos aqui de “assinaturas” as palavras que identificam os nomes dos grupos de *legenders*, muitas vezes usando marcas tipográficas específicas, como uso de maiúsculas ou abreviações, para destacar a(s) palavra(s) e sinalizar dentro das legendas e também em outros ambientes virtuais a “autoria” daquele material. Assim, é por essa assinatura que os grupos de *legenders* se reconhecem e se comunicam com os outros fãs usuários das legendas, como apresentaremos no capítulo a seguir.

CAPÍTULO 3 –



(Twitter, 17 de outubro de 2015)

- Surgimento dos grupos de *fansubbing* no Brasil: demanda(s) e solução(ões)

A prática de *fansubbing* surgiu das comunidades de fãs de animes que tornavam disponíveis episódios de seus animes favoritos com as traduções do japonês para o inglês a fim de favorecer o acesso a animes ainda pouco ou nada conhecidos, incentivando a troca e a interação entre os fãs pertencentes àquela comunidade. Motivação semelhante levava pequenos grupos de amantes de filmes raros e de arte a também produzir legendas amadoras e pô-las à disposição dos membros da comunidade.

Esse era o cenário mundial no final da década de 1980 e início dos anos 1990, e se refletia também no Brasil. Contudo, a partir de 2004, o cenário nacional teve uma drástica mudança que destaca a produção *fansubbing* no país do restante do mundo. Há consenso da mídia e nas pesquisas acadêmicas sobre o assunto: o motivo dessa mudança foi o seriado *Lost*, que teve suas 6 temporadas exibidas entre 2004 e 2010. Considerada na época a melhor série de TV em exibição, com prêmios como o *Emmy* e o Globo de Ouro, essa série motivou a criação do primeiro grupo organizado de fãs para legendar séries americanas.

A aposta milionária na realização do episódio-piloto (custo estimado entre 10 e 14 milhões⁶⁷) deu resultado, e quando a segunda temporada estreou em 2005 a série já era considerada um fenômeno cultural mundial. No decorrer de suas temporadas, virou um produto midiático com múltiplas plataformas e ‘materiais de apoio’ e extensões em formato literário e de videogames.

Em poucos anos, a série tornou-se um claro exemplo da Cultura da Convergência (JENKINS, 2006) e da Cultura Participativa (JENKINS, 1992;

⁶⁷ “New series gives Hawaii 3 TV shows in production: ABC approves ‘Lost’, a castaway drama, for 11 episodes” de Tim Ryan <<http://archives.starbulletin.com/2004/05/17/news/story7.html>>.

DELWICHE & HENDERSON, 2013), em que o conteúdo do produto midiático transita por vários gêneros e plataformas, com base na interação não só de fãs entre si, mas também de fãs e com a equipe de criadora.

Quanto mais material era produzido sobre e para a série (como livros com histórias extras ou paralelas, jogos de tabuleiro e de baralho, bonecos e outros itens de coleção), mais fãs o programa ganhava. A série contava com um dos maiores números de páginas da internet (entre blogs, portais e comunidades nas redes sociais) e chegou a ter convenções de fãs dedicadas inteiramente à série, além das grandes convenções de cultura popular como as Comic-Cons.



Figura 6 – Diversos produtos lançados relacionados com a série: à esquerda, jogos de tabuleiro e de cartas e, à direita, livros oficiais e guias não-oficiais feitos por fãs



Figura 7 – Convenções de fãs exclusivas da série *Lost* : à esquerda, a “1ª Convenção Oficial de Fãs de *Lost*” e, à direita, fotos da “Reunião de 10º Aniversário da Estreia de *Lost*”

Principalmente graças a seu enredo cheio de mistérios e narrativa fora do comum, a série conquistou uma sólida base de fãs que aguardavam ansiosamente os próximos episódios e discutia até a exaustão possíveis teorias em torno dos mistérios do programa. E foi justamente essa ansiedade em esperar os próximos episódios, aliada aos

avanços tecnológicos que possibilitavam o acesso à série pela internet⁶⁸, que motivou um grupo de fãs no Brasil a se juntar e criar o primeiro grupo de *fansubbers* para séries de TV no país: os Psicopatas.

Em 2010, ano em que a série *Lost* foi encerrada e, portanto, o grupo Psicopatas desfeito, vários veículos midiáticos trouxeram matérias sobre o assunto. Entre eles, a reportagem “*Em Lost, a maior aventura está na tradução*”⁶⁹ do jornal Gazeta do Povo, de 07 de fevereiro de 2010 dá destaque para o fato de *Lost* ser a primeira série americana a ser exibida no país com “apenas uma semana de diferença em relação à transmissão nos EUA”, pois a prática mais comum na época era que cada episódio fosse exibido com, pelo menos, três semanas de diferença nos canais da televisão por assinatura, podendo chegar até a mais de um ano para passar na televisão aberta.

The image shows a screenshot of a news article from the website 'GAZETA DO POVO | TECNOLOGIA'. The article title is 'Em Lost, a maior aventura está na tradução'. Below the title is a sub-headline: 'Seriado americano, sucesso tanto na tvé quanto nos sites de downloads, mobiliza um time de tradutores a cada exibição'. The main image is a group of people on a beach, likely the cast of the TV series 'Lost'. To the left of the main text are social media sharing icons for Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, and Email. Below these is a 'COMENTE!' section with a comment count of 0. The main text of the article discusses the simultaneous broadcast of the American TV series 'Lost' in Brazil, highlighting the role of fansubbers like 'Psicopatas' and the challenges of translation and timing.

Figura 8 – Captura de tela reportagem do jornal Gazeta do Povo

⁶⁸ O Canal ABC responsável pela exibição da série nos Estados Unidos disponibilizava os episódios também *online*, o que facilitou ainda mais a ‘captura’ do vídeo para a distribuição pela internet. (cf. <<http://www.dailytech.com/ABC+to+Offer+Free+Shows+Online+Via+AOL/article9002c.htm>>)

⁶⁹ Disponível em <<http://www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/em-lost-a-maior-aventura-esta-na-traducao-a3mb5wiqhyhnyro3mtdr2r5n2>>.

A reportagem afirma também que, embora o episódio oficial só fosse ao ar no dia seguinte pelo canal brasileiro com os direitos de exibição (AXN), os fãs mais ávidos do seriado já tinham o episódio com as legendas em português há uma semana, apenas horas depois do lançamento no canal americano, e dedica o restante do texto a apresentar um pouco do processo de produção das legendas de fãs e falar sobre o grupo de *fansubbers* Psicopatas e sua líder, a usuária ‘Tata’, que devido ao caráter incerto da legalidade do *fansubbing*, não se identificou com seu nome real.

Com a proximidade do último episódio da série exibido em 23 de maio de 2010, mais matérias muito parecidas saíram em outros sites como na versão *online* da Revista Superinteressante, em 18 de maio de 2010, e no portal de notícias G1 da Globo⁷⁰, em 21 de maio de 2010. Ambas as matérias trazem trechos de entrevistas feitas com Tata, a líder e porta-voz do grupo, que demonstram o grau de dedicação dos membros do grupo à série e à atividade de legendar para ajudar outros fãs a terem acesso ao conteúdo, e o sentimento de amizade e companheirismo presente nos grupos.

Dentre os trechos, destacamos:

do outro lado da linha, a mulher de voz jovem confessa empolgada: “É como um vício. Quis parar várias vezes, mas não consigo. É uma paixão enorme”. (...) “Meu marido é que não gosta muito”, diz a moça, uma bióloga de 35 anos do Rio de Janeiro, dona de uma voz tranquila e alegre. “Já deixei de viajar por causa de séries e até de comemorar meu aniversário porque caía justamente no dia que *Lost* passava nos EUA!” (SUPERINTERESSANTE, 2010)

o fim do programa também marcará o encerramento de Tata na atividade que considera como *hobby*. “Nem é tanto pelo final. Só fiquei tanto tempo porque conheci muita gente nesses anos, com quem falo todos os dias, e a amizade que tive com elas eu levarei para o resto da vida”, revela. (G1, 2010)

as equipes de legendadores não ganham dinheiro. Às vezes, inclusive, arcam com prejuízos, como os custos de servidor e as horas mal-dormidas. “Em dia de episódio de *Lost* rola uma abnegação. Um sacrifício de virar a noite e encarar o dia seguinte sem dormir. Mesmo acabando a legenda, por exemplo, às 3h30, não dá para dormir porque rola uma certa adrenalina”, diz Tata. “Quem faz legenda madrugada adentro tem um termo para o *day-after*: ‘ressaca de legenda’. E, de fato, não existe termo melhor para definir”. (GAZETA, 2010)

Embora a criação de grupos de *fansubbing* no Brasil para legendar séries tenha começado e ganhado fama com o grupo Psicopatas, eles não são os únicos. O site que

⁷⁰ <<http://super.abril.com.br/historia/a-psicopata-das-legendas/>> Acesso em 12/11/2016 e <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/05/final-de-lost-e-minha-ultima-legenda-revela-lider-dos-psicopatas.html>> Acesso em 12/11/2016

hospeda os diversos grupos brasileiros de *fansubbing* (o www.legendas.tv) conta com mais de 300 *legenders* inscritos (cada grupo/indivíduo é responsável por uma ou até mesmo 20 ou mais séries) e a maioria relata a mesma motivação para participar dos grupos e passar noites a fio trabalhando de graça: além da ansiedade e insatisfação com a demora no lançamento dos episódios legendados na televisão brasileira, também a qualidade das legendas ditas oficiais era considerada um problema.

Como mostram as capturas de tela abaixo, os fãs se manifestam com frequência sobre o assunto da qualidade das legendas oferecidas pela televisão por assinatura, tanto nos canais de reclamação regulares (como *PROCON* e *Reclame Aqui*) quanto nas matérias e reportagens para mídia:

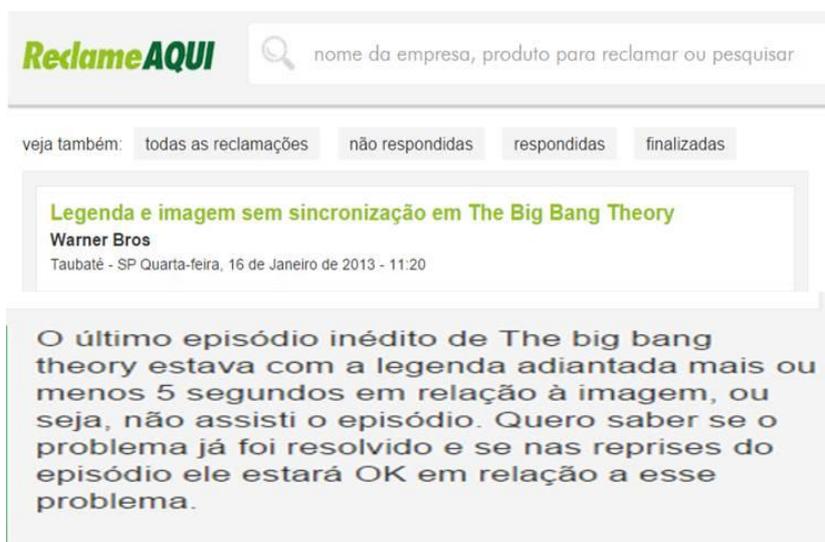


Figura 9 – Captura de tela do site de reclamações *Reclame Aqui*⁷¹



Falta de precisão científica, negligência com trocadilhos e expressões erradas. Incomodada com essas falhas na tradução da série *The Big Bang Theory*, transmitida pelo Warner Channel, Darth Wandy, estudante de física da UFPE, decidiu montar seu próprio coletivo. Com o irmão MasterHit, estudante de física na Universidade Federal de Santa Maria, RS, angariou colaboradores no Orkut e organizou os N.E.R.D.S. - Nerds Eager to Rock Doing Subtitles ("Nerds Loucos para Arrasar Fazendo Legendas"). "Nós sabemos que o correto seria making subtitles, mas usamos doing sob licença poética", diz Wandy.

Figura 10 – Captura de tela da reportagem “Legendários” sobre grupos de *fansubbers* na revista Superinteressante de maio de 2011

⁷¹ A reclamação foi publicada em 16 de janeiro de 2013 e a Captura de tela foi feita em 24 de maio de 2015. Atualmente, a reclamação foi classificada como “atendida” pelo canal *Warner Bros*, que diz ter corrigido o problema e, portanto, a reclamação não se encontra mais disponível para acesso integral no site do Reclame Aqui (<www.reclameaqui.com.br>).

Além das reclamações a respeito de problemas técnicos como a sincronia, cor da legenda e tempo de exibição mencionados acima, muitos fãs criticam também a tradução de alguns elementos específicos como gírias próprias de um grupo ou referências internas e externas que podem passar despercebidos para alguém que não conheça o universo da série tão a fundo.

Algumas séries representam universos muito particulares e têm um público bastante dedicado, então, quando o conteúdo das legendas é simplificado e generalizado ou não apresentam a terminologia e nomenclatura consideradas corretas pelos fãs, as reclamações também aparecem em maior número.

Em geral, essa última é a motivação da maioria dos grupos que cuidam das legendas de séries com conteúdo muito específico como, por exemplo, o grupo N.E.R.D.S. (com a série *The Big Bang Theory* e todo o conteúdo do universo *nerd/geek*⁷²) ou *All RuPaul* (que legenda o *reality show RuPaul's Drag Race* sobre a cultura das *drag queens* nos EUA, repleta de gírias da comunidade LGBT+ americana).

Para dar conta desse conteúdo específico tão caro aos fãs, a composição desses grupos acaba sendo bem diversificada, com alguns membros especialistas no assunto em particular. É comum que grupos que legendam as séries com temática médica (como *Grey's Anatomy*, *House* e *Chicago Med*) tenham entre seus membros principais pessoas que estudam medicina e enfermagem ou trabalham na área, ou séries de temática jurídica (como *The Good Wife* e *Law and Order*), com pessoas estudando ou já formadas em direito.

Da mesma forma, temos os fãs que gostam de séries do universo *nerd/geek* e legendam, ou seja, aqueles que, de acordo com os estereótipos, são ávidos leitores de histórias em quadrinhos, gostam de filmes e séries de super-heróis, gostam de ciências, apresentam um maior conhecimento das referências internas e externas que as séries desse universo podem utilizar em seus diálogos e que podem ser um problema para quem legenda profissionalmente e não tem tanto contato com o assunto.

Especificamente para a série *The Big Bang Theory*, o grupo principal responsável pelas legendas é o N.E.R.D.S.⁷³ que, segundo sua criadora, tem uma formação bastante diversificada.

⁷² Uma vez que não há consenso quanto à diferença entre 'nerd' e 'geek', nesta pesquisa usamos essas palavras como sinônimos intercambiáveis.

⁷³ O grupo N.E.R.D.S. administrado por Darth Wandy e MAsterHit encerrou suas atividades de legendagem em 20 de maio de 2015 (ao final da 8ª temporada), alegando indisponibilidade de tempo e alguns conflitos internos. A série foi então atribuída pelos administradores do site Legendas.tv a um outro grupo de *legenders*, o TecSubs, que formou a parceria com o grupo Equipe Li4rs, muitos dos *legenders* que integravam o N.E.R.D.S. migraram para as duas novas equipes ou permaneceram como colaboradores externos.

"Nós somos nerds com todas as letras maiúsculas", diz ela, orgulhosa de os N.E.R.D.S. terem um colaborador fluente em Klingon (a língua fictícia de Jornada nas Estrelas), um colecionador de histórias em quadrinhos e outras excentricidades geek que ajudam nos diálogos de *The Big Bang Theory*.

Entre seus 40 colaboradores pelo Brasil estão estudantes de física, informática e engenharia - além de estudantes de letras, sempre interessados em traduções. Até estrangeiros entram para ajudar, como um amigo chinês para os momentos de crise em que Howard Wolowitz tenta ensinar mandarim a Sheldon Cooper. "Modéstia à parte, o pessoal é muito bom!", conta Wandy.

Figura 11 – Captura de tela da reportagem “Legendários” sobre grupos de *fansubbers* na revista Superinteressante de maio de 2011

Essa configuração especializada da equipe faz que a escolha da série *The Big Bang Theory* para compor o *corpus* desta pesquisa traga várias possibilidades de análise. Como veremos mais adiante neste capítulo, ao compararmos a legenda de fãs com a legenda criada por profissionais, é possível notar as diferentes estratégias e soluções usadas por *fansubbers* e por profissionais da legendagem.

Outra série que traz um conteúdo bastante específico e que, por isso, foi considerado uma boa escolha para esta pesquisa é o programa de *reality show* *RuPaul's Drag Race*. Contudo, mais de uma equipe de *legenders* oferece legendas para essa série, e os grupos têm configurações bem diferenciadas.

Dentro do site Legendas.tv, o grupo de *fansubbing* responsável pela série é o InSubs, grupo que detém o monopólio do maior número de séries (chegando a mais de 70) e tem o maior número de colaboradores. São 179 membros organizadamente divididos e identificados com “Novo Membro”, “Membro”, “*Uploader*” (responsável por disponibilizar os arquivos na internet), “Revisor” e “Admin” (responsável pela administração do grupo).

Equipe
INSUBS Buscar legendas Entre ou cadastre-se

Conheça a Equipe

N - New Members
M - Membros
U - Uploaders
N - Navigator
A - Admin

A Abreinha **M** Acnel **M** Adamantium **M** AlisonLara **M** Aime **N** almeidatan
M AnaLiana **M** Analu **M** Annalise **N** apgmoura **M** Bessi **N** Beate
A Billy **M** bonnieita **M** brendazima **M** Brufelden **M** BRUNOTSS **M** BrunoBrb
M btsox **M** cefalicia **M** caicalbani **M** CamilaB **M** Camurata **M** Carstonte
A CarolinaMK **M** Carotj **M** Ceasar **M** CHaacode **M** Chip **N** Cilla
N craakcy **M** DeianeB **M** delise **M** DeVil **M** Deyham **N** dremda
M domingosa **M** eduardokrz **M** EricCohen **M** Faferin **M** Flavio **M** Frankie
M Famososa **M** fuzacoewe **M** Galim **M** Grampet **M** hagrok **M** hayluana
M halder985 **M** haymanis **A** Hirschan **M** Hugo **M** Hyagumota **M** IanRoche
M IcaBreaker **M** IqoPH **M** itarabira **M** ItaloRFD **M** Itathati **A** Ivans
M JBerra **M** Biancato **M** JC **M** JediMaster **A** jzcszd **M** jolakrahi
M kahdirama **M** KaiserSoze **M** kardashian **M** Kawasaki **M** kevi **M** Kiko
M KnaveofHearts **M** KvalGm **M** laleite **M** larosaka **M** laylamot **M** LCenari
M LeonardoB **M** LeopKlemas **M** Lettis **M** LikalPost **M** limer **M** Leandro
M loricar **M** luama **M** lucasvr **M** LusGry **M** LukeG **M** lulmajl
M MadGirl **M** Masilane **M** menalgra **M** marizabral **M** MarimY **M** mathwad
M Matvie **M** mayanol **M** McGoose **M** Mfabiano **M** Mikas **M** mosobia
M MissG **M** Mitchally **M** mlopes **M** mmachado7 **M** Mojo **M** MrKamen
M Nano **M** natirina **M** natin **M** Nvi **M** Neelian **M** niata
M Nicolas **M** palomasa **M** Paramhosgomes **A** perlobrita **M** Petyy **M** Faum
M PedroSPj **A** PenelopeC **M** pepe78E **M** PetRob **A** Pichosho **M** prilujan
M PhysoWave **M** purpliness **M** QPotter **M** rafaht **M** Raale **M** redawit
M RedTail **M** rmdiana **M** Robs **M** rushmans **M** Sandrinha **M** Shadows
M silviabold **M** skrypto **M** Snow **M** volliari **M** SongMade **M** SonOfCaul
M Sportano **M** SrLoko **M** suzanababy **M** surykity **M** TatuW **M** tamarcanil
M Temo **M** thiaine **M** theactress **M** thebes **M** TheagoB0 **M** Timefink
M TNNeito **M** talentino **M** TSB00C **M** tuliofilho **M** UlyPatis **M** vv725
M vursi **M** VictorME **M** violetta **M** Vinny **M** Vuno **M** willzn
M WaGoZ **M** Walianabo **M** whanily **M** wildhunter **M** winterfall **M** wkiame
M Yuca **A** Zeca

Total de membros: 179

Buscar no blog

Buscar blog

Blog

Crossovers: recurso útil ou ato de desespero? Traição

Tenho ver 'Heroes Reborn', não está bom, mas não se irrita! Não se irrita!

Hart of Dixie e Salem renovadas Frankie nº 2 - Suits

Figura 12 – Captura de tela do blog do grupo InSubs (<http://insubs.com/equipe>)

Devido ao alto número de séries e de *legenders*, o grupo InSubs é considerado um dos melhores do país pela rapidez e organização. Contudo, num grupo tão grande e diverso, séries com conteúdo mais específico nem sempre recebem a atenção que os fãs mais devotos gostariam, o que deu origem a grupos independentes que oferecem suas legendas em outras plataformas fora do Legendas.tv.

O site, além de hospedar os grupos de *legenders*, organizar os *uploads* e *downloads* das legendas e contar com um fórum de discussão para os membros interagirem sobre as séries e sobre a produção das legendas, também funciona como ‘força reguladora’ entre os grupos de *legenders*, uma vez que a escolha de séries que determinado grupo poderá ou não legendar cabe aos administradores do site, que também monitoram a rapidez, eficiência e qualidade das legendas. Em casos extremos,

a administração do site pode até punir um grupo por não entregar as legendas no tempo certo ou com a qualidade exigida, retirando o direito daquele grupo de legendar determinada(s) série(s).

Desses grupos ‘independentes’ que postam suas legendas fora do site Legendas.tv, a página de Facebook *All RuPaul* é a maior página do *reality show* no país com mais de 120 mil seguidores⁷⁴. Em 2014, os membros da página decidiram começar a produzir suas próprias legendas por acharem que as legendas disponibilizadas pelo grupo InSubs eram muito simplificadas e ‘perdiam’ a maioria das referências à cultura pop e *drag queen* que são parte importante do apelo do programa.

Em 2015, com a sétima temporada do programa, o projeto de tradução empregado pela página foi ainda mais audacioso e tentou adaptar a maioria das referências, traduzindo não só as gírias características da comunidade LGBTQ+, mas também as referências culturais apresentadas. As legendas desse grupo independente de *fansubbing* conta com apenas 3 tradutores que são também responsáveis pelo conteúdo da página como um todo: *All RuPaul* Adm, Brita e Carol⁷⁵.

O sucesso e aceitação das legendas com uma tradução mais domesticada (VENUTI, 1995), ou seja, mais adaptada para se aproximar da cultura LGBTQ+ brasileira, produzidas pela página *All RuPaul* foi bastante grande, suscitando muitos comentários positivos dos fãs da série e da página também em outros veículos midiáticos como outras páginas do Facebook e blogs de conteúdo LGBTQ+.

Embora não tenha sido possível encontrar dados que comprovem efetivamente nossa hipótese, acreditamos fortemente que esse sucesso e aceitação tiveram um visível impacto nas legendas produzidas pelo grupo InSubs, que, a partir de 2016, para a oitava temporada da série, firmou uma parceria com a página de Facebook *Fuzzco News* para colaboração em relação a linguagem específica da comunidade LGBTQ+.

Assim, é possível perceber essas relações e interrelações entre fãs e grupos claramente como polissistemas (EVEN-ZOHAR, 1990) da tradução audiovisual (CARVALHO, 2005). O sistema de organização dos grupos de *legenders* pode ser

⁷⁴ All RuPaul: <www.facebook.com/pg/AllRuPaul/about/> Acesso em 15/06/2015. As maiores páginas seguintes, *RuPaul Drag Race* Brasil (<www.facebook.com/pg/rupaulsdragracebr/about/>) e *Fuzzco News* (<www.facebook.com/pg/FuzzcoNews/about/>) contam todas com menos de 20 mil (Dados de 2015).

⁷⁵ Informação disponibilizada no perfil da página sobre os tradutores (coletada em julho/2015): *All RuPaul* Adm - Homem, gay, 19 anos, estudante universitário, fã de *Rupaul* desde janeiro de 2011; sobre Brita - Homem, gay, 17 anos, estudante do ensino médio, fã de *Rupaul* desde janeiro de 2012; sobre Carol: Mulher, heterossexual, 20 anos, estudante universitária, fã de *RuPaul* desde 2014.

considerado periférico em relação à produção audiovisual dita oficial – dos canais de televisão – e conteúdos de DVD e cinema que representam o sistema mais central. Da mesma forma, a produção das *fansubbing* pelos grupos independentes também pode ser considerada periférica em relação às legendas do grupo InSubs, que detém os direitos de distribuição pelo site Legendas.tv.

De acordo com a Teoria dos Polissistemas (EVEN-ZOHAR,1990), todas as características que definem um polissistema podem também estar presentes em outros sistemas e nas relações entre eles estabelecidas. Por isso, é interessante analisar então de que forma ‘forças organizadoras’ (aqui entendidas como o mercado da legendagem, no caso das legendas profissionais, e o site Legendas.tv no caso dos grupos de *fansubbing*) operam tanto dentro do sistema de tradução audiovisual quanto nos sistemas de legendagem e de *fansubbing*.

Tais forças organizadoras regulam as relações e interações dentro do polissistema audiovisual brasileiro, fazendo que os mesmos sistemas possam ser considerados centrais ou periféricos dependendo da comparação. Para entender melhor essa noção, propomos uma expansão e atualização da representação do polissistema da tradução audiovisual proposta por Carvalho (2005).

Nas duas imagens abaixo, temos a representação da posição do polissistema da Tradução Audiovisual em relação à Produção Audiovisual Nacional na figura abaixo:

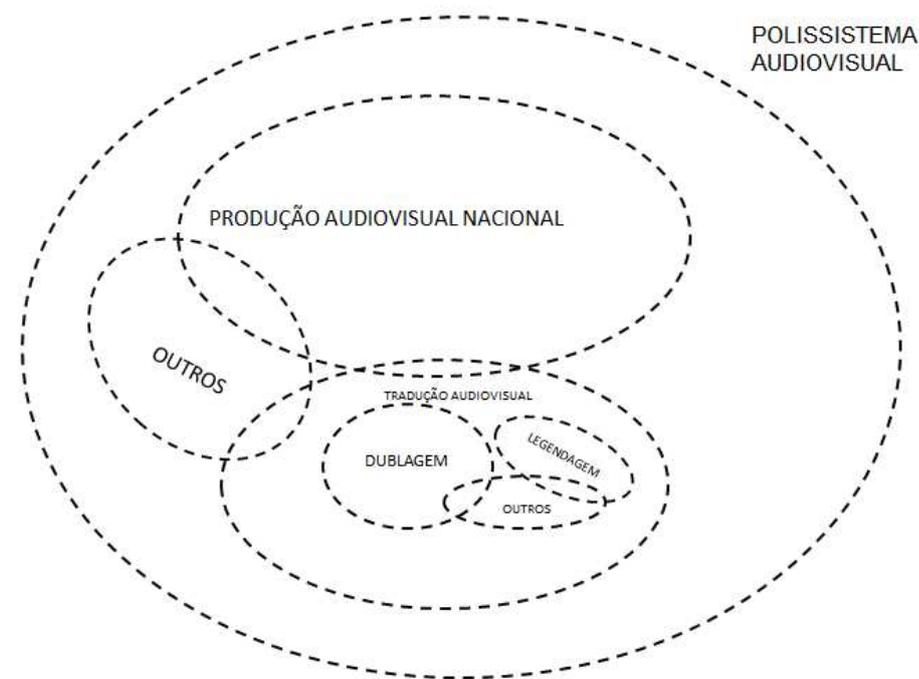


Figura 13 – Polissistema Audiovisual dentro do Polissistema Cultural Brasileiro conforme proposto por Carvalho (2005)

E a posição das diferentes modalidades de tradução audiovisual dentro do polissistema da tradução audiovisual:

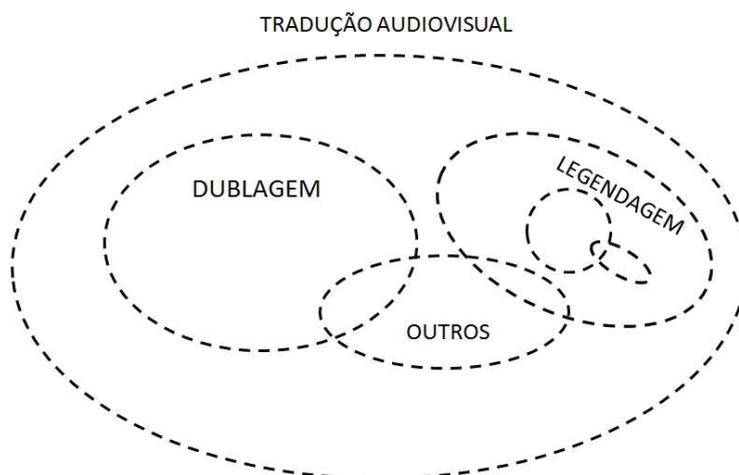


Figura 14 – Detalhe expandido da representação do polissistema da tradução audiovisual dentro do polissistema audiovisual

Conseqüentemente, se continuarmos analisando as interações e interrelações dos polissistemas, teremos a posição periférica do *fansubbing* em relação à legendagem profissional realizada para os canais de televisão, DVDs e cinema, mas também a posição central e dominante das *fansubs* produzidas e distribuídas pelo site Legendas.tv em relação às *fansubs* dos grupos independentes:

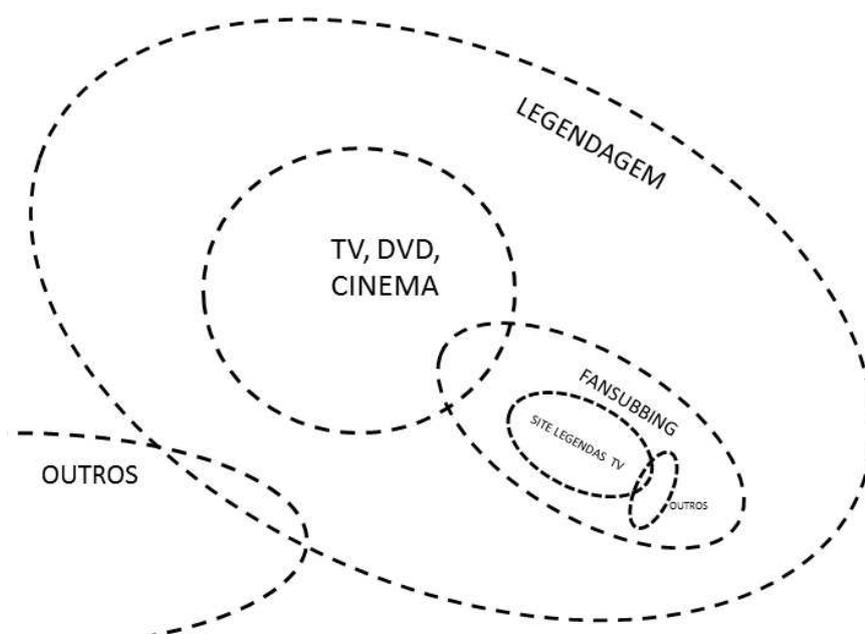


Figura 15 – Detalhe expandido da representação do polissistema do *fansubbing* dentro do polissistema da legendagem.

Assim, a Teoria dos Polissistemas aplicada à tradução audiovisual e suas diversas modalidades nos ajuda a compreender e explicar o complexo e delicado ‘ecossistema’ de poderes em jogo na produção de *fansubbing*, sinalizando como o surgimento de demandas específicas (seja por rapidez, seja por qualidade ou afinidade com o público-alvo) rege o aparecimento de novas modalidades de tradução e de interação entre produtores e consumidores dessas legendas.

- O processo tradutório colaborativo e interativo das legendas e a reação dos fãs

Embora cada grupo de *fansubbing* tenha suas próprias regras e sistema de coordenação do processo de tradução, em sua maioria, a organização passa pelas etapas apresentadas brevemente no Capítulo 2: aquisição do vídeo, tradução, sincronia, revisão e lançamento (DIAZ-CINTAS & SANCHEZ, 2006; BUGOCKI, 2009).

A diferença dá-se na composição dos grupos, pois alguns dos mais populares têm até ‘processo seletivo’ e ‘período probatório’ para novos membros, além de treinamento e controle de qualidade constante:

Nossas legendas são feitas por várias pessoas. Todas entram como *rookies* [iniciante] e são **treinadas** até se tornarem bons *legenders*, pré-revisores e revisores. Esse **treinamento** é um trabalho desconhecido por muitas pessoas. Por isso, vou falar um pouco sobre ele.

Onde começa o **treinamento** de um *legender*? Ele começa logo que uma pessoa é escolhida para fazer parte da equipe, porque é nesse momento que somos apresentados aos processos e padrões que garantem que a legenda da sua série tenha uma boa qualidade. A partir disso, começamos a engatinhar no mundo das legendas.

O próximo passo do **treinamento** é a revisão de cada episódio postado. Ela é a base para que os revisores avaliem o progresso de cada um e para determinar quem permanece ou não na equipe. É também a partir da revisão que somos informados sobre nossas deficiências (sic). (LUKEG, 2016, grifos nossos)

O testemunho acima vai de encontro a várias concepções equivocadas de estudos anteriores que tratam a tradução de *fansubs* com descaso e desmerecimento, apoiados principalmente no caráter amador da confecção dessas legendas. A maioria desses estudos centra-se apenas na questão da adequação ou não dos parâmetros técnicos da legendagem conforme (CAROL & IVARSSON, 1996; KARAMITROGLOU, 1997; NUNES, 2012; NAVES *et al.*, 2016), apresentados no Capítulo 2, com critérios de avaliação baseados na ortografia e na observação das regras da gramática normativa,

desconsiderando todos os fatores que fazem da produção de *fansubs* uma modalidade específica e bastante particular de tradução.

Nossos grifos destacam a ênfase que o *legender* em questão deu a seu texto, deixando claro que há uma grande dedicação não só na produção das legendas, mas também em se capacitar para estar apto a produzi-las. Mais do que simplesmente ‘fãs que decidiram traduzir’, *legenders* são uma categoria emocionalmente investida na tarefa de compartilhar o conteúdo midiático do qual são fãs com o resto da comunidade e do *fandom*, destacando as principais características da Cultura da Convergência e da Cultura Participativa (JENKINS, 2006; DELWICHE & HENDERSON, 2013).

Muito desse treinamento e compartilhamento acontece por meio dos manuais de legendagem compilados pelos grupos de *legenders*. Neles, são apresentados tanto os parâmetros técnicos mais gerais da legendagem (CAROL & IVARSSON, 1996; KARAMITROGLOU, 1997; NUNES, 2012; NAVES *et al.*, 2016) e o passo-a-passo para o uso do software de legendagem, quanto também “dicas de escrita em português”, além das regras particulares de tradução de cada grupo e do site Legendas.tv em específico.



Guia United – united4ever.tv

INTRODUÇÃO	3
SÍNTESE	3
OMISSÕES	3
EVITAR REPETIÇÕES	5
SPOTTING	5
SUBTITLE WORKSHOP	7
Padrões da equipe	7
Configurações.....	7
Windows 7	7
Caractères por segundo.....	8
ShowCPS	9
Sincronia.....	9
Intervalos de Tempos	10
SCRIPT PROIBIDO	10
Salvando.....	10
Verificando erros	10
Verificando a ortografia e a gramática	11
DICAS	11
Dicionários.....	11
Outros tutoriais	11

Figura 16: Captura de tela da versão digital do Manual de Legendagem do grupo de *legenders* United⁷⁶

⁷⁶ Disponibilizado por meio da página do grupo (<http://www.united4ever.tv/uploads/2/4/0/4/2404999/guia_united_de_legenda.pdf>) Acesso em 20/02/2017.

Alguns desses manuais trazem, inclusive, suas próprias “definições” de tradução, como é o caso do Guia de Legendagem do grupo NERDS:

Traduzir é teletransportar um texto: desconstruí-lo e reconstruir numa outra língua e cultura, o que pode ser feito de múltiplas formas, optar por uma delas é uma expressão pessoal e intuitiva... uma arte! (NERDS, s/d p. 5 itálicos do grupo)

Embora a definição de tradução como “teletransporte” se aproxime mais de um termo da ficção científica tão amada pelos membros do grupo NERDS do que de uma das muitas possibilidades de compreensão da atividade da tradução apresentada no Capítulo 1, a explicação dada logo a seguir nos permite uma aproximação maior dessa visão com as teorias estudadas.

Ao afirmar que é preciso “desconstruir e reconstruir” o texto de “múltiplas formas” e sempre de forma “pessoal e intuitiva” é possível traçar um paralelo com as preocupações expressas por autores como Nouss (2014, 2015) e Lefevere (1992) ao mesmo tempo em que a menção a “outra língua e cultura” se aproxima da visão da tradução como mediação cultural de Bassnett (2011).

Conforme já apresentado anteriormente, as legendas analisadas aqui foram produzidas pelo grupo N.E.R.D.S. que tem o manual de legendagem mais completo disponível no site Legendas.tv, contando com 31 páginas não só de parâmetros técnicos e tutoriais para uso do software, mas também para a apresentação de muitos exemplos de tradução e padronização segundo as regras do grupo.

Na Introdução desse guia de legendagem, o grupo justifica a criação do manual afirmando que:

diante da inexistência de um material que reúna todos os preceitos básicos da legendação, a Equipe Nerds Eager to Rock Doing Subtitles se propõe a organizar e expor sua breve experiência, extensa pesquisa e **grande disposição em praticar a filosofia da livre difusão colaborativa, motivação inerente ao trabalho de legendação voluntária**. Buscamos apresentar as informações explicando as razões que as inspiraram, suas nuances e oferecendo alternativas, por ser mais simples seguir regras quando as compreendemos. Iniciamos cada capítulo com a teoria de como deve ser feita uma tradução e sincronização de qualidade, seguida pela prática de como efetivamente gerar o arquivo. **Encorajamos a utilização, ampliação e adequação deste manual como referência**. Desejosos de que o compartilhamento de informações entre legendadores novos e experientes se expanda e que o intercâmbio de experiências entre equipes se instaure progressivamente, propulsionando evolução no universo das legendas da internet, quiçá alcançando uma unificação nos métodos e padrões de qualidade. (NERDS, s/d p. 4 grifos nossos)

Mais uma vez, como indicam o trecho destacado em negrito da citação acima, é possível ver a criação colaborativa e participativa (JENKINS, 2006; DELWICHE & HENDERSON, 2013) como o motivo principal das produções não só das legendas, mas também dos manuais de legendagem.

Embora muito criticados pela academia, os grupos de *legenders* têm a simpatia da mídia e do público, sendo possível encontrar várias entrevistas, artigos e reportagens de jornais e revistas juntamente com as diversas páginas, blogs e comunidades nas redes sociais que apresentam o *fansubbing* por um ângulo mais positivo. Todo esse material pode ser considerado epitextos (FRIAS, 2014), ou seja, material externo à obra, mas que fala tanto sobre a obra principal quanto também sobre a atividade, e não pode ser descartado, pois representa uma parte importante do processo tradutório.

Em muitas dessas entrevistas, reportagens e demais textos midiáticos, *legenders* explicam mais do seu dia a dia e do processo de traduzir e legendar. Em entrevista para o jornal “*O Globo*”, o usuário ‘Guga’, que também prefere usar um *nickname* para proteger seu nome real, conta como é a rotina de um *legender*, afirmando que as legendas podem variar em 5 e 6 horas até 1 a 7 dias para ficarem prontas e serem publicadas no site Legendas.tv, dependendo do tamanho do episódio ou filme e do número de pessoas envolvidas no processo.

Ele explica que, para as séries de maior sucesso, o processo começa antes mesmo de o episódio ir ao ar, para que todos da equipe estejam prontos assim que o vídeo for disponibilizado:

nós nos reunimos cerca de uma hora antes de sair o episódio para *download*. Assim que sai, os integrantes da equipe baixam o episódio e normalmente recebemos legenda em inglês, mas às vezes pode ocorrer também de termos de traduzir do áudio. Depois da tradução, a legenda é toda sincronizada e então passa para a revisão, onde é feita a correção gramatical, estética, da sincronia e etc, onde é feito o produto final. Nas legendas lançadas durante o dia o processo é praticamente igual, mas o prazo é maior e, consequentemente mais tranquilo. (CALAZANS, 2011)

A usuária PenelopeC (2014), também integrante do grupo Insubs, escreveu no blog do grupo falando um pouco mais do dia a dia de fãs *legenders*. Depois de assegurar que todos os membros têm suas vidas próprias como trabalho, estudo, família e amigos, ela explica que fazer legendas é um hobby que demanda tempo e dedicação. Segundo ela, em média, um trecho de 10 minutos pode levar até 2 horas para ser traduzido e sincronizado.

Depois de traduzidas e legendadas por diferentes *legenders*, as várias partes são enviadas para um revisor que fica responsável por juntar as partes e uniformizar e padronizar a legenda, verificando erros de português, de sincronia, de segmentação (*spotting*) e verificando mais uma vez a sincronia antes de liberar o arquivo final.

Se para cada 10 minutos de vídeo, *legenders* levam 2 horas para traduzir, quem revisa precisa de, pelo menos, 5 horas para terminar a etapa da revisão. Isso “levando em consideração que as partes feitas estão razoavelmente boas; se vierem muito ruins, pode colocar umas 8h fácil”, acrescenta PenelopeC (2014), que também realiza trabalhos de revisão de legendas.

Para finalmente serem postadas no site do Legendas.tv, as legendas têm que obedecer aos padrões estabelecidos pelos administradores:

Desta forma, surgiu o legendas.tv. É uma comunidade que reúne todas as pessoas que gostam de legendar, e é o lugar onde se concentra a organização da legendagem. É a partir desta comunidade que são divididas as séries (cada equipe fica com uma, para não ter problema de termos várias pessoas trabalhando na mesma série).

Então, quais são os padrões a serem seguidos para poder postar uma legenda no site do legendas.tv:

- Exposição mínima da legenda na tela de 1.3 segundos
- Exposição máximo da legenda na tela de 6 segundos
- Máximo de 23 caracteres por segundo (permite ler a legenda inteira, sem que ela fique na tela menos tempo que o necessário)
- Máximo de 32 caracteres por linha (muitos players não leem frases maiores do que essa)
- Postar a legenda em no máximo 7 dias depois que o episódio foi ao ar nos EUA (no caso de séries. Para filmes, é diferente).

Para seguirmos todos esses padrões, precisamos de tradutores e revisores em cada equipe. Os tradutores, como o nome diz, traduzem um pedacinho de cada série. Cabe ao revisor juntar tudo, ver se a tradução está bem feita, olhar a sincronia, padronizar os termos usados na série, corrigir o português... Ufa! É muita coisa. Enquanto um tradutor faz a parte dele em umas 2h (dependendo da série e do tamanho da parte dele), o revisor pode levar até 2 ou 3 dias pra dar conta de tudo e deixar a legenda perfeita e pronta para ser postada.

Figura 167– Captura de tela: padrões exigidos pelo site Legendas.tv (Disponível em: <<http://insubs.com/blog/post/como-e-o-mundo-das-legendas>> Acesso 03/01/2017)

Como os depoimentos dos *legenders* e as instruções do próprio site evidenciam, longe de ser um processo descuidado e feito às pressas, a tradução, sincronia e revisão das legendas é um trabalho intensamente colaborativo (BRESSAN, 2008; BRAZ, 2014) que faz uso das diversas habilidades individuais, a chamada inteligência coletiva (LÉVY, 2007), para a criação conjunta de um produto final.

Além desse rigoroso processo interno de controle de qualidade, os usuários das legendas também podem fazer sugestões e correções. Como mostra a imagem a seguir (Figura 17), a produção colaborativa da legenda não se encerra quando a legenda é

lançada pelo grupo no site, pois outros usuários (*legenders* ou usuários que apenas consomem as legendas) podem apontar erros e propor sugestões:

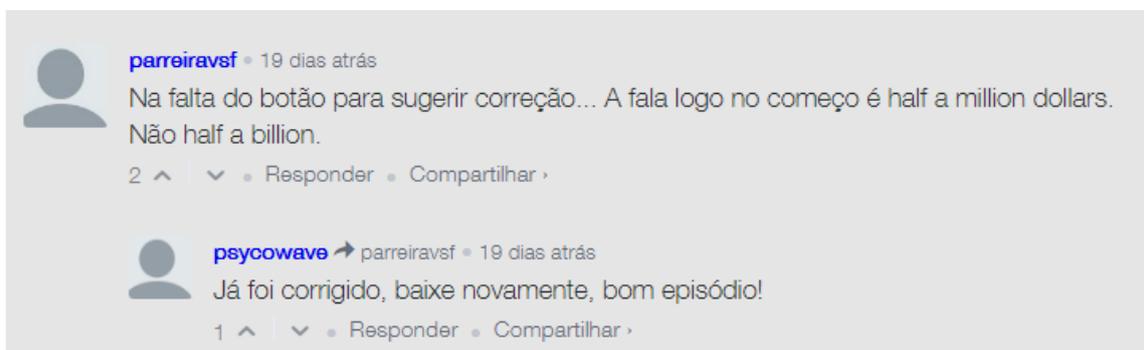


Figura 17 – Sugestão de correção da legenda (disponível em: <://legendas.tv/download/58306bda5f6e2/The_Big_Bang_Theory/The_Big_Bang_Theory_S10E09_HDTV_X264_mSD_Mobile_FUM_AFG_LOL_DIMENSION_RARBG_R2D2> Acesso em 22/10/2016)

Sempre que um erro é encontrado ou uma sugestão de tradução é aceita, o arquivo da legenda é corrigido e relançado, e esse processo pode se repetir quantas vezes forem necessárias até que fique do agrado de todos os envolvidos.

Esse esforço por parte das equipes de *legenders* não passa despercebido junto aos fãs, que demonstram seu reconhecimento e gratidão em várias plataformas. Além da publicação no *Twitter*, como a que serve de epígrafe para este capítulo, membros das comunidades se expressam nas mais variadas plataformas, desde seus blogs pessoais, nos fóruns de discussão e até nas reportagens sobre o assunto na mídia:

2 Comentários:

Arukarudo disse...

ótima entrevista e muito obrigado a equipe psicopatas pelas ótimas legendas que ajudam até mesmo aqueles que tem domínio do idioma americano =)

18 de março de 2009 13:57

Mirian disse...

poxa ela falou q tem pessoas q ã tá nem aí pra quem faz esse trabalho, mas saiba q até rezar eu rezo por vcs ,pra que nada de mal aconteça para q esteja sãos na quinta pra fazer a tradução.

sou fã.

14 de maio de 2009 06:04

Figura 19 – Captura de tela de dois comentários deixados por fãs na entrevista de Tata do grupo Psicopatas ao portal G1

Como os comentários acima ilustram, mesmo fãs que “têm um domínio do idioma” estrangeiro também fazem uso das legendas e consideram-nas de “ótima

qualidade”, e entre alguns poucos fãs que apresentam reclamações e insatisfações, a maioria demonstra um grande carinho por *legenders*.

Ainda que a maioria dos grupos afirme categoricamente que não fazem as legendas pelo status nem pelo reconhecimento, seria ingenuidade acreditar que esses elementos não são um fator de influência, uma vez que, dentro das comunidades *online*, a persona construída na interação virtual (chamada de *avatar*) tem um alto valor social para quem participa, muitas vezes suplantando até valores e interações de outras esferas sociais de interação como lugar de estudo ou trabalho.

Como foi apresentado por Lefevere (1992), todas as forças físicas, políticas, históricas ou sociais que, de alguma forma, motivam ou restringem a tradução de um texto podem ser consideradas formas de patronagem. Assim, é possível interpretar esse aberto reconhecimento e explícita gratidão de fãs nas comunidades virtuais como uma dessas formas de patronagem.

Esse incentivo e reforço positivo por parte de fãs se manifesta não só no próprio site de *downloads* do Legendas.tv ou nas notícias e reportagens sobre *fansubbing*, mas também em outras plataformas. Em muitos casos, para facilitar o acesso de fãs que não as acompanham as atualizações do site, as legendas disponíveis no site são compartilhadas também nos blogs e páginas do Facebook, onde fãs também declaram seu apoio e agradecimento.

Essas outras plataformas, como a página do Facebook a seguir (Figura 19), também acabam se tornando um espaço de múltiplas funcionalidades, em que os usuários não só compartilham as legendas e outros materiais, mas também interagem e discutem os episódios assistidos. Muitas dessas páginas criam tópicos específicos para os comentários dos episódios mais recentes, tendo o cuidado de concentrar as informações num mesmo lugar para evitar *spoilers* para quem ainda não assistiu ao episódio, por exemplo.



Figura 2018 – Captura de tela de dois comentários deixados por fãs na publicação do link da legenda na página do Facebook da série *Vikings*

Uma vez contextualizado o processo de produção coletiva e colaborativa dessas legendas, podemos passar agora à análise das traduções.

- Análise das traduções de fansubs de *The Big Bang Theory* e *RuPaul's Drag Race*

O site Legendas.tv registra mais de 300 séries diferentes entre as finalizadas e em andamento, assim, o critério que determinou a escolha dessas duas séries selecionadas para compor o corpus desta pesquisa foi o fato de ambas as séries:

- a) serem as séries mais assistidas e mais rentáveis dentro de seus devidos segmentos na mídia americana (*The Big Ban Theory*, pelo canal de televisão aberta CBS e *RuPaul's Drag Race* pelo canal de televisão por assinatura Logo, voltado exclusivamente para o público LGBT+) e terem também uma enorme aceitação do público brasileiro;
- b) possuírem um *fandom* muito fiel e ativo nas redes sociais que participa ativamente da produção e do consumo dessas legendas;
- c) retratarem universo bastante específico (a cultura *nerd/geek* e a cultura *drag queen*) e cheio de particularidades linguísticas e referências culturais que deixam o desafio da tradução para a legendagem ainda mais difícil.

Os critérios a) e b) apoiam a escolha das séries no que concerne à importância desses produtos culturais na indústria midiática e à força mobilizadora de seus respectivos *fandoms*, ressaltando a validade dos estudos sobre Cultura Participativa e Cultura da Convergência (DELWICHE & HENDERSON, 2013; JENKINS, 2006) apresentados no Capítulo 2 e dos tópicos apresentados anteriormente neste capítulo.

Já o critério c) é o mais relevante para as questões pertinentes à tradução feitas para essas legendas devido ao fato de ambas as séries apresentarem muitas gírias e referências específicas de suas comunidades interpretativas (FISH, 1992) apresentando vários desafios na hora de sua tradução.

- *The Big Bang Theory*

A série foi criada em 2007 e, em 2016, encontra-se em sua 10ª temporada, tendo sido renovada para pelo menos mais duas temporadas em 2017 e 2018. Trata-se de uma comédia de situação, também chamada de *sitcom*, que retrata a vida cotidiana de várias personagens imersas em diversos elementos da cultura pop americana atual. O choque cultural vivido pelas personagens, somado aos elementos de humor característicos dos *sitcoms* americanos (mistura de piadas de cunho social, cultural, linguístico e contextual), proporciona uma série de desafios para a tradução não só das piadas, mas também das referências culturais internas e externas à série.

No prefácio da reedição de *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* ([1992]2013), Jenkins cita a série como um dos *fandoms* mais participativos da atualidade. Segundo o autor,

a série se preocupa em usar as referências *geek* corretamente, antecipando que a série será assistida por pessoas que sabem o que “frak” e “grok” significam, que tem opiniões a respeito dos quadrinhos e videogames comprados pelas personagens, que possivelmente jogam “pedra, papel, tesoura, lagarto, Spock” de verdade e que se divertem com as participações especiais de Wil Wheaton, Brent Spiner, Katee Sackoff e Summer Glau⁷⁷ (JENKINS, [1992] 2013 p. 8).

⁷⁷ The show insures that it gets its geek references right, anticipating that the show is being watched by people who will know what “frak” and “grok” mean, who have opinions about the comics or videogames the characters are buying, who might actually play “rock, paper, scissors, lizard, Spock”, and who will appreciate cameo appearances by Wil Wheaton, Brent Spiner, Katee Sackoff, and Summer Glau.

Muitos fãs da série têm grande conhecimento das várias referências culturais usadas no programa, como por exemplo, sabem que ‘*frak*’ é uma palavra de baixo calão que substituía a palavra ‘*fuck*’ na série de televisão *Battlestar Gallactica* e que ‘*grok*’ é uma plataforma de desenvolvimento de *softwares* livres na qual os usuários interagem colaborativamente. Eles também jogam o xadrez 3D que aparece na série *Star Trek* e, por isso, é um dos jogos preferidos dos *nerds* de *The Big Bang Theory*, assim como a variação do jogo “Pedra, Papel e Tesoura” que inclui também os elementos “lagarto” e “Spock”. Essa conexão é parte fundamental de seu sucesso com a audiência. Porém, essas referências podem se tornar um grande problema no momento da tradução, visto que a questão cultural é de fundamental importância para o sucesso da série.

Algumas são bastante óbvias e igualmente fáceis de ser identificadas e traduzidas tanto por profissionais quanto por *legenders*, como a palavra “*muggle*”, criada pela autora J.K. Rowling para série de livros Harry Potter para designar quem não possui magia, e tem como tradução oficial, de Lia Wyler, a palavra “trouxa”. A palavra aparece em vários episódios e tanto a legendagem profissional quando o *fansubbing* sempre traduzem como ‘trouxa’. A diferença é que, no *fansubbing*, a palavra aparece em geral em itálico ou entre aspas, para destacar e diferenciar da palavra ‘trouxa’ já existente em língua portuguesa.

Tabela 1 – Exemplo analisado

Temporada 4, Episódio 18 - <i>The Prestidigitation Approximation</i> (A Aproximação da Prestidigitação) 5’08’	
Contexto: Primeira cena do episódio, Howard tenta mostrar um truque de magia para Sheldon usando cartas de baralho. Sheldon não admite ser enganado e que saber qual é o truque, afirmando que o baralho é diferente.	
Áudio Original	Sheldon: So you’re saying this is a regulation deck? Howard: I’m saying believe in magic, you muggle!
Legenda DVD	Sheldon: Tem certeza que esse é um baralho comum? Howard: Você tem que acreditar na magia, seu trouxa!
Legenda N.E.R.D.S	Sheldon: Você está dizendo que esse é um baralho normal? Howard: Tô dizendo para você acreditar em magia, seu <i>trouxa!</i>

Já outras referências têm traduções menos óbvias e exigem de quem traduz um conhecimento maior desse universo *nerd/geek*. É o caso da referência abaixo:

Tabela 2 – Exemplo analisado

Temporada 4, Episódio 8 - <i>The 21 Second Excitation</i> (A Excitação de 21 Segundos) 9”47’	
Contexto: Raj, Howard, Leonard e Sheldon vão a uma exibição especial do filme “Caçadores da Arca Perdida” com uma cena extra de 21 segundos. A fila está enorme, Sheldon está impaciente e fica mais irritado ainda quando Wil Wheaton (que ele considera seu maior inimigo) chega e corta a fila por ser uma ‘celebridade’.	
Áudio Original	Sheldon: Well, if it isn’t Wil Wheaton, the Jar Jar Binks of the Star Trek universe.
Legenda DVD	Sheldon: Veja só, se não é Wil Wheaton, o personagem mais insignificante de Jornada nas Estrelas.
Legenda N.E.R.D.S	Sheldon: Bem, olha lá se não é Wil Wheaton, o Jar Jar Binks do universo de Star Trek.

No trecho acima, a referência necessária para entender o “insulto” de Sheldon a Wil Wheaton é o desgosto generalizado de fãs de *Star Wars* pela personagem Jar Jar Binks. Introduzido no universo de *Star Wars* no filme *Episódio I: A Ameaça Fantasma* (1999), Jar Jar Binks é considerado a personagem mais irritante e insignificante de toda a saga e motivo de muitas piadas.

Assim, ao trocar o nome Jar Jar Binks por “o personagem mais insignificante” e traduzir o nome da saga para “Jornada nas Estrelas”, a legendagem do DVD visa garantir a compreensão da situação como um todo, ou seja: indicar que Sheldon está insultando Wil e que Wil é um ator famoso, pois as duas informações são necessárias para entender a cena.

Na adaptação das referências o para garantir a compreensão de um público-alvo mais generalizado e abrangente, podemos facilmente identificar a questão da reescrita e manipulação apresentadas por Lefevere (1992), bem como a estratégia de domesticação de Venuti (1995), na tradução do nome da série de *Star Trek* por *Jornada nas Estrelas*.

Temos também a questão da lealdade ao propósito do texto traduzido apresentada por Nord (2006), uma vez que, segundo os manuais de estilo da maioria das empresas de legendagem, referências culturais muito específicas devem ser explicadas ou generalizadas. Esses manuais podem ser entendidos, então, como o *briefing* (VERMEER, 2000; NORD; 2005) que apresenta as instruções de como a tradução deve ser feita.

Já a tradução feita pelo grupo de *fansubbing* apoia-se no conhecimento compartilhado pela comunidade interpretativa (FISH, 1992), uma vez que tem como público-alvo o *fandom*, que sabe: a) quem é Jar Jar Binks; b) que Jar Jar Binks é a

personagem mais odiada da saga *Star Wars*; c) que Wil Wheaton é um ator que participou da série de televisão *Star Trek*; d) que Sheldon odeia Wil Wheaton profundamente. Levando em consideração todas essas informações implícitas, não é necessário “explicar” na legenda que Sheldon está insultando Wil da pior maneira possível.

Podemos dizer que mesmo o princípio de lealdade da teoria funcionalista de Nord (2006) também se aplica à legenda de *fansubbing*, pois, segundo a autora, é possível que um mesmo texto-fonte passe por processos tradutórios diferentes, tendo objetivos diferentes, dando origem a traduções diferentes e consideradas, mesmo assim, boas e leais. Da mesma forma, Jar Jar Binks e *Star Trek* refletem a estratégia de estrangeirização, definida por Venuti (1995) em oposição à domesticação verificada na legenda profissional.

Apesar das diferenças, a estratégia usada pela legendagem profissional não precisa ser considerada melhor ou pior em relação à estratégia usada pela equipe de *fansubbing*. São estratégias diferentes que visam criar em seus respectivos públicos-alvo efeitos diferentes. E esse tipo de estratégia é a mais recorrente nos episódios da série sempre que uma referência mais específica do universo *nerd/geek* aparece. Para agradar o *fandom*, a equipe de *fansubbing* mantém as referências e a maioria dos nomes como no original; para facilitar a compreensão do público em geral, a legendagem profissional explica ou simplifica a referência para que a compreensão da cena como um todo não seja prejudicada.

Além das referências culturais, outra questão que aparece bastante nas legendas de séries de humor como *The Big Bang Theory* e se apresenta como um grande desafio para a tradução é a presença de jogos de palavras. A maioria desses trocadilhos não pode ser traduzida literalmente, então, é bastante interessante ver como as diferentes traduções lidaram com esse desafio. No caso da legenda a seguir, o áudio original traz uma brincadeira com as palavras “*dick*” e “*dictator*”, no qual a primeira é um termo bastante ofensivo para dizer “idiota” e, para (supostamente) amenizá-lo, Raj acrescenta o final “tator”, transformando a palavra em “ditador”, para também se referir às atitudes autoritárias de Sheldon durante o estudo.

Tabela 3 – Exemplo analisado

Temporada 3, Episódio 1 - <i>The Electric Can Opener Fluctuation</i> (O Abridor Elétrico da Lata Flutuante) 4'50'	
Contexto: Raj e Howard explicam para Sheldon que eles alteraram os dados da pesquisa de Sheldon para evitar que ele ficasse muito frustrado e desconfiasse nos colegas.	
Áudio Original	Raj: (...) you were acting like an obnoxious giant <u>dictator</u> ? Howard: I thought we were going to be gentle with him. Raj: That's why I added the " <u>tator</u> ".
Legenda DVD	Raj: (...) você estava agindo como um <u>imbecilzinho</u> . Howard: Achei que íamos pegar leve com ele. Raj: Por isso que eu disse " <u>inho</u> ".
Legenda N.E.R.D.S	Raj (...) estava agindo como um <u>ditador</u> insuportável? Howard: Achei que seríamos gentis com ele. Raj: Por isso acrescentei o " <u>tador</u> ".

Na legenda para o DVD, há uma adaptação: o termo “imbecilzinho”, indicando que o diminutivo foi a maneira encontrada por Raj de amenizar o xingamento. Na tradução de *fansubbing*, a tradução literal de “ditador” e “tador” diminui o sentido humorístico do jogo de palavras, embora preserve o sentido de crítica às atitudes de Sheldon. Esse exemplo representa uma série de outras ocorrências em que o núcleo da piada ou referência é um aspecto linguístico não necessariamente ligado ao universo *nerd/geek*. As escolhas da tradução profissional buscam, em geral, igualar a estratégia linguística utilizada no áudio original: é o caso de trocadilhos, jogos de palavras, ditados populares, etc. Nesses casos, as soluções encontradas por profissionais – provavelmente pessoas com mais experiência linguística, mostram-se mais interessantes que as escolhas de *legenders*.

Já no episódio seguinte, na Tabela 3, a piada tem como base uma referência mais próxima ao universo *nerd/geek* – uma metáfora que envolve tecnologia e elementos da computação para satirizar o nervosismo de Leonard e o possível problema em relação a seu desempenho sexual depois do primeiro encontro com Penny:

Tabela 4 – Exemplo analisado

Temporada 3, Episódio 2 - <i>The Jiminy Conjecture</i> (A Conjectura do Grilo) 1'10'	
Contexto: Na loja de quadrinhos, Raj especula a razão pela qual Leonard não passou a noite com Penny depois do primeiro encontro do casal, resgatando as apostas feitas pelos colegas: quanto tempo duraria o relacionamento entre Leonard e Penny e qual seria a razão do término da relação.	
Aúdio Original	Raj: who had 'Leonard gets a <u>floppy disk</u> '?
Legenda DVD	Raj: quem apostou que o Leonard <u>não ia dar no couro</u> ?
Legenda N.E.R.D.S	Raj: quem apostou que o <u>disco do Leonard não é rígido</u> ?

Dentre as opções apresentadas, tanto a legenda do DVD quanto a do *fansubbing* tentam apresentar o mesmo significado da mensagem (algum tipo de disfunção sexual), mas apenas a legenda do *fansubbing* conseguiu trazer um trocadilho mantendo o jogo metafórico com a expressão *floppy disk* (a tradução equivalente seria “disquete”, mas a palavra *floppy* também quer dizer “mole” ou “macio”). Ao trocar o termo por “disco rígido”, a tradução da legenda de *fansubbing* manteve não só a conotação sexual da mensagem original, mas também apresentou um trocadilho fazendo uso de um termo tecnológico e ligado à área de computadores, como foi feito no áudio original.

Entender que ambas as traduções são possíveis e aceitáveis dentro de seus contextos e situações comunicativas, sem julgá-las ou confrontá-las com base em um mesmo conjunto de critérios avaliativos, remete-nos à ideia da tradução no limiar de Nouss (2012). A tradução, em ambos os casos, é uma passagem, entendida aqui como um espaço de movimentação, sem ser o movimento propriamente dito. É o convite a entrar e acolher o outro e sua cultura da melhor maneira possível (e nenhuma maneira escapa a certo etnocentrismo), entender o interlocutor como uma pessoa com ou sem o conhecimento prévio necessário para realizar as inferências, e sem menosprezar também a figura de quem traduz e participa ativamente do processo de compreensão e interpretação da obra.

- RuPaul's Drag Race

O programa, que foi criado em 2009 e atualmente está prestes a começar a sua 9ª temporada (2017), consiste em uma competição de *drag queens* em busca do título de “Próxima *Drag Superestrela da América*” (em inglês, *America's Next Drag Superstar*), além de outros prêmios como dinheiro, maquiagem, viagens e contratos profissionais.

Num modelo similar a outros *reality shows*, as competidoras se apresentam semanalmente em diferentes desafios que põem à prova as características da merecedora do título de *Drag Superstar*. Depois das apresentações – criar roupas com determinados objetos, desfilar fantasias dentro de uma temática específica, atuar, dublar, cantar, etc. –, as candidatas são julgadas por RuPaul com a ajuda de um painel de outros jurados, alguns fixos e outros convidados.

Ao final das avaliações, uma candidata é escolhida vencedora do desafio da semana, enquanto as duas candidatas com os piores desempenhos vão para uma espécie

de repescagem. Nessa prova final, as duas piores candidatas devem então dublar uma música pré-selecionada e previamente ensaiada numa última tentativa de impressionar RuPaul – que tem a palavra final em todas as etapas do programa – e evitar a própria eliminação. Ao final de cada episódio, uma candidata é eliminada da competição e mandada para casa.

Contudo, nenhuma parte da fria descrição acima é capaz de realmente explicar o *porquê* do sucesso do programa, que segue com índices recordes de audiência no canal LogoTV (emissora de TV a cabo americana especializada no público LGBT), e que possui uma das maiores comunidades de fãs nas mídias sociais. E, principalmente, o enorme sucesso entre o público brasileiro, considerando que nem todas as temporadas do programa estão disponíveis legalmente pelo sistema de *streaming* Netflix⁷⁸ ou ilegalmente por meio de downloads de sites piratas e transferência de arquivos por meio de *torrents*.

Um dos fatores para tentar explicar tal sucesso pode ser o fato de RuPaul já ser uma marca de sucesso por si só. Nascido⁷⁹ RuPaul Andre Charles, em 17 de novembro de 1960, RuPaul conquistou a fama como *drag queen* nos anos 90 e, desde então, só ampliou seus horizontes, ultrapassando as barreiras do mundo LGBT+ e das boates onde costumava se apresentar.

Hoje, RuPaul é uma marca que inclui uma longa lista de participações em filmes e séries, a idealização, produção e apresentação de vários programas de TV, mais de 10 álbuns que tiveram várias músicas nos topos das paradas musicais internacionais, videoclipes extremamente bem produzidos e considerados muito inovadores dentro da indústria fonográfica, além de também explorar o mercado literário com dois livros (uma autobiografia e um guia de estilo), cosméticos com uma linha de maquiagem e perfume, e *merchandising* com diversos itens como canecas, capas para celulares, camisetas e até bonecos e bibelôs.

Outro possível fator é a mistura de um formato já bem conhecido dos telespectadores (o *reality show* de competição com jurados, adaptado nas mais diversas

⁷⁸ O canal de TV por assinatura Multishow adquiriu os direitos de transmitir o *reality show* a partir de setembro de 2015, mas apresentou apenas a 7ª temporada e não deu continuidade ao programa em 2016 devido à baixa audiência. Especularemos sobre possíveis razões para o fraco desempenho do programa na televisão por assinatura brasileira mais adiante neste capítulo.

⁷⁹ Respeitando a preferência de RuPaul por não se identificar exclusivamente com nenhum dos pronomes de gêneros definidos, seja “ele” ou “ela”, conforme afirmado em sua autobiografia (RUPAUL, 1995), neste trabalho o uso dos pronomes será alternado entre o masculino e o feminino, bem como as flexões de adjetivos e qualquer outra palavra que, devido às normas da língua portuguesa, exijam a flexão de gênero.

versões, desde shows de talentos musicais, modelos em busca de contratos com agências famosas e até competições culinárias), mas com um conteúdo bastante inusitado.

Afinal não é todo dia que se vê um programa que traz um grupo de homens vestidos de mulher, usando salto alto, maquiagem e nomes femininos de maneira tão natural e não-sexualizada. Especialmente se levado em conta o fato de que, por muito tempo, a comunidade das *drag queens* era excluída até mesmo no mundo LGBTQ+ e, muitas vezes, diretamente associada à promiscuidade e à prostituição.

Entre os elementos da cultura LGBTQ+ e *drag queen* mais explorados pelo programa, a linguagem *queer*⁸⁰ é uma marca forte da identidade LGBTQ+. Os bordões repetidos por RuPaul em todos os episódios e as gírias e expressões idiomáticas específicas da cultura *drag queen* têm se tornado cada vez mais comuns entre os fãs do programa.

Contudo, esse vocabulário é ainda mais específico e limitado a um *fandom* mais particular ainda. Dessa forma, o foco desta parte da análise será a explicação dos exemplos retirados das legendas de fãs e não a comparação com a legendagem profissional oferecida no Netflix. Todos os exemplos são da 7ª temporada – essa escolha justifica-se adiante.

Foram selecionados exemplos da tradução proposta pelo grupo independente *fansubbing*, ou seja, não ligado ao site Legendas.tv, uma vez que é na 7ª temporada que os exemplos de gírias e expressões brasileiras são utilizados para a tradução da linguagem *queer* pela primeira vez. Na época (2015), nem as legendas da Netflix, nem as legendas do grupo InSubs (grupo responsável pela série dentro do site Legendas.tv) traziam essas estratégias de tradução.

Consideramos que os exemplos abaixo representam fortemente alguns dos pontos discutidos no Capítulo 1 sobre a tradução e sua relação com língua, poder, sociedade e, principalmente, cultura. A escolha de opções altamente domesticadoras (VENUTI, 1995) para as referências culturais e gírias da comunidade LGBTQ+ pelo grupo de *fansubbing* estabelece uma mediação cultural (BASSNETT, 2011) e apresenta como propósito da tradução (NORD, 2006) não apenas recuperar referências do áudio original, mas realmente reescrever e manipular (LEFEVERE, 1992) tais referências para aproximá-las do público brasileiro.

⁸⁰ A teoria *queer* teve início nos anos 90, principalmente a partir dos estudos de Judith Butler e hoje se constitui uma ampla e abrangente área de estudo que inclui, entre muitos outros aspectos, estudos sobre as práticas linguísticas de indivíduos da comunidade LGBTQ+. Neste trabalho, consideramos a palavra ‘queer’ como um termo guarda-chuva que remete à comunidade LGBTQ+ e suas particularidades identitárias, sociais e linguísticas.

Tabela 5 – Exemplo analisado

Temporada 7, Episódio 1 - Born Naked 4”26’	
Contexto: É a entrada de cada uma das participantes, na qual todas tentam falar uma frase de efeito que ajude a estabelecer suas personalidades. Esta é a fala de Trixie Mattel.	
Aúdio Original	Is this the Maury Povich show?
Legenda AllRuPaul	Aqui é o De Frente com Gabi?

A referência ao programa Maury Povich tem a intenção de indicar um programa no qual as celebridades dão entrevistas polêmicas; esse apresentador tem fama de ser um entrevistador direto e objetivo, e que não foge de assuntos polêmicos ou sensíveis. Assim, a opção foi trocar por “De Frente com Gabi”, um programa brasileiro com um formato similar, no qual várias entrevistas polêmicas já aconteceram e, em especial, devido a franqueza e objetividade com que a apresentadora Marília Gabriela se dirige aos seus convidados.

No decorrer da temporada, outros exemplos como esse também aparecem, mencionando desde os produtos de *merchandising* mais conhecidos da televisão brasileira, como a “Iogurteira Top Therm”, até mesmo situações famosas com celebridades brasileiras, como o caso da modelo Cicarelli e seu namorado na praia.

Além das referências culturais, temos também exemplos de traduções para as gírias usadas pelas participantes:

Tabela 6 – Exemplo analisado

Temporada 7, Episódio 1 - Born Naked 8”27’	
Contexto: RuPaul está no estúdio acabando de dar instruções para as competidoras sobre o primeiro mini-desafio que elas deverão enfrentar. Para encorajá-las a seguir em frente ele diz que espera que todas estejam bem preparadas.	
Aúdio Original	I hope you’re tucked tight and ready.
Legenda AllRuPaul	Espero que estejam bem aquendadas e prontas.

O desafio para a compreensão do trecho acima está na gíria *tuck*, que significa “guardar/esconder o pênis de forma para criar a ilusão de uma genitália feminina”⁸¹. Por

⁸¹ (Cf. <<http://www.thedailybeast.com/articles/2011/04/24/rupauls-drag-race-slang-tuck-sickening-and-more-drag-terms.html>>) Acesso em 20/06/2015.

se tratar de um ato comum para as *drags* tanto americanas quanto brasileiras, é possível achar no pajubá⁸² um termo equivalente, que é o verbo “aquendar”. Contudo, “aquendar” é uma palavra bastante polissêmica e pode ter vários outros significados como “usar”, “pegar”, “segurar”, “guardar” ou mesmo “esconder” e “fugir”, por isso, quando se trata especificamente do ato de “esconder o pênis” antes de uma apresentação, diz-se “aquendar a neca”, uma vez que “neca” é a palavra que designa “pênis”. Pode-se também, em outros contextos, perfeitamente, “aquendar dinheiro”, no sentido de “guardar/economizar”, por exemplo, e tanto as palavras “aquendar” quanto “neca” são bons exemplos das gírias que vieram diretamente das línguas africanas que deram origem ao pajubá.

Tabela 7 – Exemplo analisado

Temporada 7, Episódio 1 - Born Naked 17'22'	
Contexto: Depois do primeiro mini-desafio, as competidoras voltam para o estúdio e começam a tirar as maquiagens e roupas femininas. Katya faz comentários sobre a visível diferença entre as concorrentes com e sem maquiagem.	
Aúdio Original	I walked back into the workroom and, OMG!
Legenda AllRuPaul	Voltamos para o estúdio e, AIMELDELS!

Embora os exemplos das Tabelas 7 e 8 tenham acontecido em sequência, eles apresentam dois fenômenos diferentes, bem interessantes, e que, portanto, merecem ser analisados separadamente. No exemplo 7, temos uma das expressões mais disseminadas da língua inglesa e definitivamente não apenas restrita à linguagem *queer*: “*Oh My God*” que muitas vezes é abreviada, e até mesmo soletrada, em OMG.

A extensão do uso e do alcance dessa gíria americana ultrapassa várias questões etárias, de gênero, de orientação sexual e de classe social, dependendo, claro, da ênfase e entonação usadas. Ela poderia muito bem ser expressada pela interjeição “Ai meu Deus!” em língua portuguesa. Contudo, nas redes sociais, onde as regras da ortografia têm pouca influência e a sonoridade e expressividade mais relevância, é muito comum

⁸² Em algumas regiões do país também chamado de bajubá, o pajubá é o nome do socioleto da comunidade LBGT+ brasileira. O pajubá é a expressão da identidade linguística característica de pessoas homossexuais no Brasil e, em especial, da comunidade *trans*, que empresta termos das línguas africanas Yorubá e Nagó e os mescla com outros vocábulos da língua portuguesa, a fim de ressignificá-los entre falantes dessas gírias (OLIVEIRA,2013).

encontrar outra grafia, bem mais informal e, digamos, mais extravagante para a interjeição: “Ai meldels”.

Essa grafia é muito comum aos *memes* (imagens e frases usadas nas redes sociais altamente popularizadas, atingindo o status de “viral”) na internet. Abaixo, alguns exemplos desses *memes* retirados do site de buscas Google Imagens com a ‘palavra-chave’ “meldels”:



Figura 19 – Três exemplos de memes com “meldels”

Assim, com o acréscimo das letras maiúsculas na legenda, dá-se ainda mais ênfase ao espanto que a candidata Katya demonstrou ao voltar para o estúdio e ver todas as suas concorrentes tirando suas maquiagens e acessórios, indicando a enorme diferença entre as *drags* ‘montadas’ e suas respectivas versões masculinas.

O último exemplo é um dos mais visíveis e engraçados, e, particularmente, um dos melhores exemplos da familiaridade do grupo de *fansubbing* com a linguagem *queer*:

Tabela 8 – Exemplo analisado

Temporada 7, Episódio 1 - Born Naked 17”22’	
Contexto: Depois do primeiro mini-desafio, as competidoras voltam para o estúdio e começam a tirar as maquiagens e roupas femininas. Katya faz comentários sobre a visível diferença entre as concorrentes com e sem maquiagem.	
Aúdio Original	Everybody is taking of their drag and I’m like: (...) Pearl. Trade!
Legenda AllRuPaul	Todas estão se desmontando e eu fiquei: (...) Pearl. Boy Magia!

A gíria “*trade*” não é muito comum no mundo LGBT+ e é mais reservada à comunidade *drag*, pois significa uma *drag queen* que surpreende ao se “desmontar”, ou seja, tirar toda a maquiagem e roupas de mulher, e se apresentar como um homem muito

atraente. A origem do termo é incerta, mas também já foi usado para indivíduos homossexuais com poucas características demarcadas, ou seja, que se “parecem” com homens heterossexuais.

De acordo com o site de gírias urbanas *Urban Dictionary*⁸³, quando utilizado por um indivíduo heterossexual para designar um gay ou alguém que “aparenta” ser gay, pode trazer uma conotação pejorativa ao indicar uma “troca” de favores sexuais com uma compensação financeira, que beira então a prostituição. Contudo, dentro do contexto do episódio, e sendo tanto Katya quanto Pearl pertencentes ao mundo das *drag queens*, além do apoio visual que alterna imagens de Pearl “montada” e “desmontada” para ressaltar a diferença, fica fácil compreender que a gíria foi utilizada como um elogio à beleza de Pearl mesmo sem maquiagem, ao contrário de concorrentes anteriores que Katya havia criticado pela aparência pouco atrativa sem maquiagem.

Com os exemplos analisados aqui, pretendeu-se mostrar como os grupos de *fansubbing* têm estratégias diferentes de tradução não só no que diz respeito às traduções das legendagens profissionais, mas também entre os diferentes grupos que legendam diferentes produtos midiáticos para atender a demandas de diferentes *fandoms*. Com tanta diversidade, nossa intenção foi mostrar que a tradução de *fansubbing* é altamente criativa e flexível e não deve ser avaliada e julgada segundo os mesmos parâmetros da legendagem profissional.

- Assinatura dos grupos de *legenders* e a questão da (in)visibilidade

Outra grande diferença entre as traduções disponíveis no DVD da série (legendas e dublagem) e as legendas de *fansubbing* é exatamente uma das questões mais discutidas dos Estudos da Tradução: o conceito de invisibilidade do tradutor de Venuti (1995). Em nenhum lugar da capa ou caixa do DVD, nem em qualquer um dos menus internos, pode-se encontrar o nome da equipe de tradução audiovisual responsável pela legendagem e dublagem dos episódios.

Com algumas exceções, o mesmo acontece com os episódios exibidos pelos canais de televisão por assinatura, ainda que, ultimamente, alguns canais estejam exibindo os créditos da dublagem ao final dos episódios em cumprimento ao inciso VII

⁸³ Site Urban Dictionary é uma compilação online e colaborativa de gírias, definições, termos e expressões idiomáticas. Disponível em <<http://pt.urbandictionary.com/define.php?term=Trade>>. Acesso em: 03/07/2015.

incluído em 2009 no 2º parágrafo da Lei de Direito Autoral de 1998 que prevê os créditos não só da tradução, mas também da atuação por meio da dublagem.

Quanto às legendas de *fansubbing*, que declaram não haver qualquer retorno financeiro e disponibilizam as legendas gratuitamente na internet, subentende-se que o reconhecimento e agradecimentos do *fandom* acaba sendo a única recompensa pela dedicação e trabalho do grupo. Assim, é comum que os créditos do grupo de *fansubbing* apareçam tanto no início quanto no final dos episódios, além da forte presença nas diversas esferas das comunidades virtuais, não só das séries propriamente ditas como também dos grupos de *legenders*.

No Brasil, como já explicamos anteriormente, o site com maior concentração de *legenders* individuais e de grupos de *fansubbing* é o Legendas.tv. Além de ser responsável pela distribuição das legendas, o site também controla e monitora os grupos para que a velocidade e a qualidade das legendas estejam de acordo com os parâmetros impostos pelo site. A página inicial do Legendas.tv traz com destaque especial algumas das séries mais populares, dando visibilidade e promovendo não só a série, mas também o grupo ou *legender* independente responsável pelas legendas.

Nela, as abas de navegação no topo da página possibilitam a busca por “Todos os Destaques”, “Séries TV”, “Filmes” ou “Cartoons”, para que os usuários possam não só encontrar as séries que procuram, mas também ter contato com outras séries que possam a ser de seu interesse:

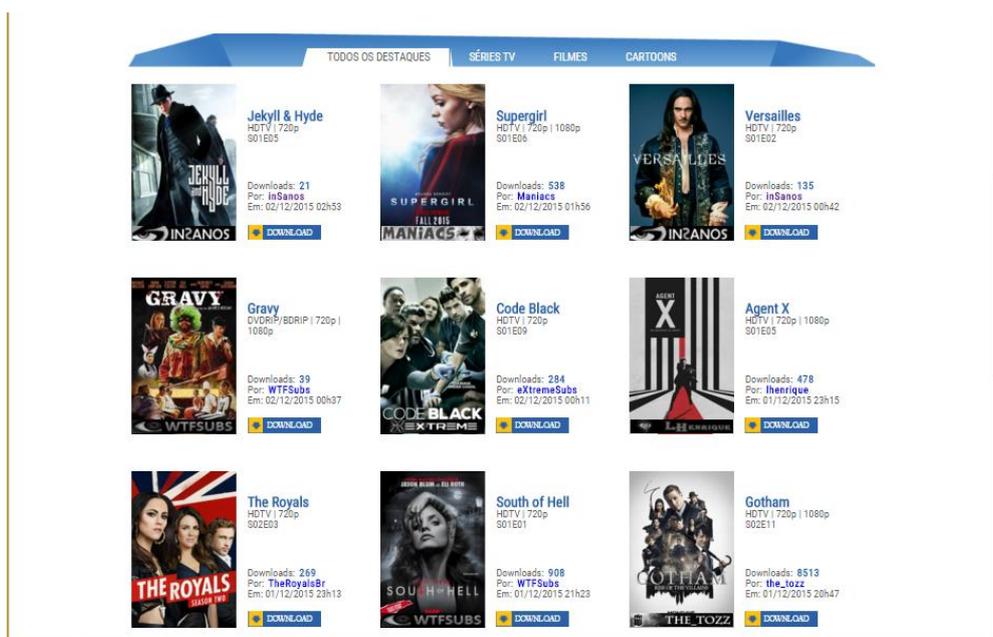


Figura 202 – Captura de tela do site Legendas.tv (disponível em <www.legendas.tv/destaques> Acesso em 02/12/2015)

Dessa forma, um usuário que entra no site para fazer o *download* da legenda para, por exemplo, a série *The Walking Dead* (que, em 2017, está na 7ª temporada e é uma das mais assistidas), pode acabar decidindo dar uma chance para séries iniciantes como *Supergirl*, que está apenas na segunda temporada, simplesmente porque o grupo de *legenders* que faz as legendas das duas séries é o mesmo. Assim, o fato de determinado grupo de renome decidir investir seu tempo e dedicação para legendar essa ou aquela série passa a ser um “voto de confiança” na série nova e atrai muitos fãs de uma série para a outra.

Embora alguns grupos como o *United 4ever*, InSubs e InSanos sejam responsáveis por um grande número das séries mais populares, uma busca simples na página com o “catálogo” de todos os *legenders* individuais e grupos de *legenders* do site Legendas.tv mostra que existem mais de 200 entradas disponíveis responsáveis por uma ou mais séries.

Ao clicar no nome ou banner de *legenders* ou de um grupo de *legenders*, o usuário é direcionado para a página especial contendo todas as legendas feitas por aquele indivíduo ou grupo, além de contar também com *links* que podem redirecionar o usuário para as páginas próprias dos grupos que se encontram fora desse site, como é o caso dos perfis nas redes sociais ou os blogs próprios:



Figura 21 – Captura de tela do site Legendas.tv (disponível em www.legendas.tv/usuario/insubs Acesso em 01/12/2015)

Além das páginas dentro e fora do site Legendas.tv e de outros sites de disponibilização de legendas como o *OpenSubtitles.org*, a maior marca de visibilidade

dos grupos de *legenders* é, sem dúvida, a assinatura que aparece nos créditos iniciais e finais dos episódios como um lembrete constante da presença dos tradutores.

Na figura abaixo, a assinatura da parceria entre os grupos *United 4ever* e *SubsHeaven* presente encontrada nos créditos iniciais na série *Falling Skies*:

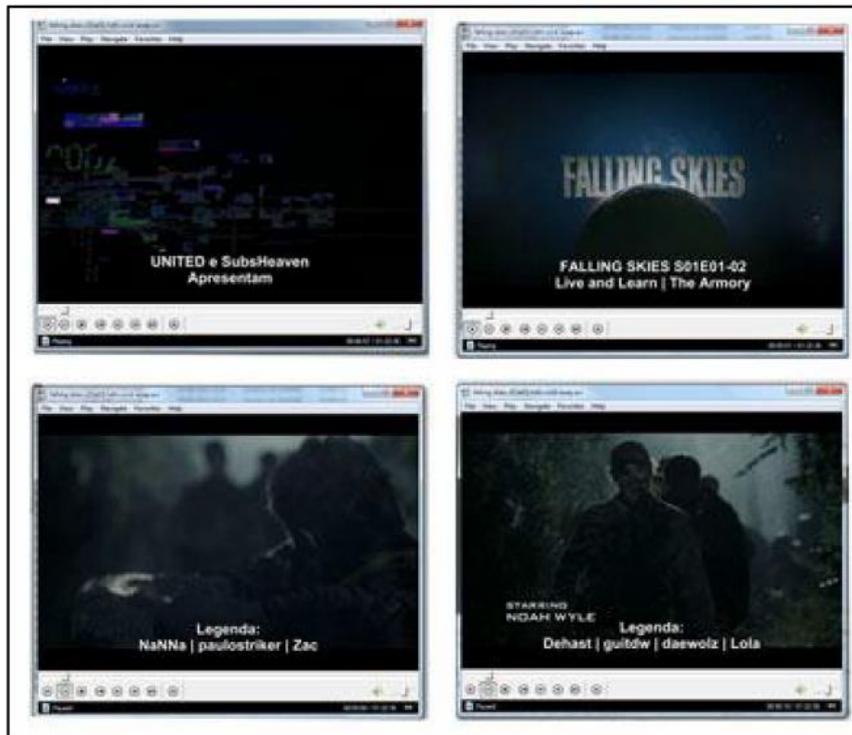


Figura 22 – Captura de telas do início da série *Falling Skies*. (MENDONÇA, 2012 p. 4)

Como Mendonça (2012) destaca, nos quatro quadros acima podemos notar uma maneira padrão da apresentação dos créditos:

- 1- o nome do grupo, *legender* ou da parceria que fez as legendas;
- 2- o nome da série, o número da temporada e do episódio, e o título do episódio sendo exibido;
- 3- em caso de legenda feita por apenas alguns membros da equipe e não pelo grupo todo, créditos individuais para *legenders* responsáveis pela tradução, revisão e sincronia serão dados usando o nome do usuário, ou *nickname* para preservar a identidade, mas ao mesmo tempo conferir-lhe uma identificação possível dentro da comunidade.

Além dessa estrutura inicial padronizada, muitos grupos de *fansubbing* incluem também ‘créditos finais’ para estabelecer uma forma de ‘interlocução’ ou ‘conversa’ com as comunidades de fãs, incentivando as discussões sobre o episódio em questão por meio de perguntas ou comentários.



Figura 23 – Captura de tela de três trechos da série *The Flash* com comentários nos créditos finais

Muitos dos nomes dos grupos de *fansubbing* apresentam alguma forma de grafia específica que ajuda na identificação do grupo e das legendas feitas por eles, tornando-se uma forma de ‘assinatura’. Em alguns casos, os grupos inserem essas assinaturas tanto nos créditos iniciais e finais como dentro das legendas do episódio, como uma forma de marcar sua presença e existência e de lembrar os usuários do trabalho voluntário e não remunerado feito por *legenders*.

Um exemplo dessa assinatura pode ser visto no sexto episódio da terceira temporada da série *The Big Bang Theory*, no qual, apesar da tradução entre a legenda do DVD e a legenda de *fansubbing* usarem a mesma palavra para traduzir o termo em inglês “*poindexter*”, na legenda de *fansubbing*, a palavra “*nerd*” é trocada por “N.E.R.D.S”, que é o nome do grupo de *fansubbing*:

Tabela 9 – Exemplo analisado

Temporada 3, Episódio 6 - <i>The Cornhusker Vortex</i> (O Vórtice Cornhusker) 10”02’	
Contexto: Sheldon concorda em ensinar as regras de futebol americano para Leonard, para que Leonard possa assistir aos jogos com Penny e os amigos dela sem ficar perdido. Sheldon usa a mesma frase que seu pai usava quando eles assistiam futebol juntos quando Sheldon era pequeno.	
Aúdio Original	Alright, Poindexter. Sit down, shut up and listen.
Legenda DVD	Tudo bem, seu nerd, senta, cala a boca e escuta.
Legenda N.E.R.D.S	Ok, seus N.E.R.D.S., sentem, calem a boca e escutem!

É interessante notar que para que a assinatura “N.E.R.D.S” pudesse ser usada, a frase foi passada para o plural, como se Sheldon estivesse falando com Leonard e Raj, que também estava na sala, e chamando ambos de “nerds”, e não apenas Leonard. A mudança não causa qualquer problema para a compreensão da legenda, nem da situação, além de contribuir para a visibilidade do tradutor e do grupo de *fansubbing*.

Processo semelhante acontece com o grupo InSanos, que aproveita qualquer oportunidade no meio das legendas para incluir as palavras InSano, InSana, InSanos, InSanas ou InSanidade com a grafia da letra “S” maiúscula no meio da palavra como assinatura do grupo, mesmo que a frase dita no original vá além das palavras pertencentes ao campo semântico de “insane” e “insanity”, mas também relacionados a “crazy”, “nuts”, “mad” e etc.



Figura 24 – Capturas de tela das séries *Vikings* e *Once Upon A Time* com legendas feitas pelo grupo InSanos

Assim, não só no momento de visitar o site Legendas.tv e baixar a legenda produzida por fãs, mas também durante o episódio – nos créditos iniciais e finais, e/ou inserção da assinatura no meio das legendas –, o fã que faz uso das legendas baixadas é lembrado de que aquele produto só está disponível para ele porque um legendador ou um grupo de *legenders* fez aquele trabalho.

Não raro, esse “lembrete” faz que os usuários das legendas interajam com os *legenders* e com os grupos, tanto elogiando e criticando, quanto sugerindo alterações e participando ativamente da construção do sentido e da produção da legenda, que pode ser modificada, refeita e alterada sempre que necessário.

- Mas é ou não pirataria?

Um detalhe interessante levantado por Mendonça (2012) é que justamente essas marcas deixadas por *legenders* e grupos de *fansubbing* possibilitaram que os usuários de

legendas da internet reconhecessem o trabalho de outros fãs sendo usado em canais pagos. Mais precisamente em 2009, os grupos do Legendas.tv compilaram uma série de capturas de telas e gravações de séries exibidas pelos canais pagos que traziam legendas com as assinaturas de *legenders* e grupos de *fansubbing*. Na época, um banner repudiando a atitude e chamando atenção para a hipocrisia do fato circulou pela internet entre os sites de legendas e páginas dos grupos de *fansubbing*:



Figura 25 – Captura de tela banner de pirataria Legendas.tv (MENDONÇA, 2012 p. 12)

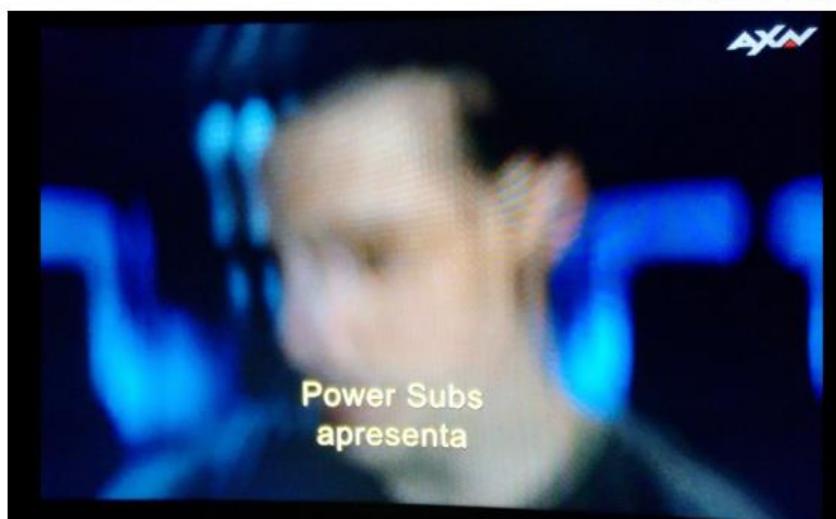
Acusações semelhantes foram feitas em relação ao serviço de *streaming* Netflix que, de acordo com o levantamento de alguns internautas usuários tanto das legendas de fãs quanto da Netflix, revelaram a presença das ‘assinaturas’ dos grupos de *fansubbing* nos créditos iniciais e finais, bem como no meio das legendas como ilustrado anteriormente⁸⁴. A Netflix comentou o assunto dizendo que terceiriza os serviços de legendagem para agências de tradução que, por sua vez, contratam profissionais *freelancers*. Presume-se, então, que foram tais profissionais *freelancers* que se apropriaram das legendas.

A prática, porém, não se restringe a profissionais que trabalham para a Netflix. Também o canal de televisão por assinatura AXN foi acusado de usar legendas de grupos de *fansubbing*. E, mais uma vez, foi a presença da “assinatura” do grupo Power Subs que indicou a procedência da legenda:

⁸⁴ “Netflix está usando legendas da internet em seus vídeos?” por Felipe Ventura, publicado no blog Gizmodo Brasil em 20 de janeiro de 2012, e “Netflix baixando legendas da internet?” publicado no blog Lançamentos Netflix Blog em 22 de setembro de 2012.

AXN transmite episódio de American Crime com legendas de Internet

Por Bruno Carvalho



Espectadores do canal AXN [se surpreenderam](#) com um episódio da série *American Crime*. A legenda em tela indicava que a tradução foi feita pelo grupo "Power Subs", famoso por legendas amadoras de títulos na Internet através de sites populares como o Legendas.TV. Assim, começaram a circular prints "denunciando" o ocorrido: um canal de TV estaria utilizando do trabalho voluntário dos tradutores online, exibindo-o como oficial. O episódio em si é o 2x04, e

Figura 26 – Reportagem que apresenta o episódio em que foram usadas as legendas do grupo de *fansubbing* no canal de televisão por assinatura

Não é interesse desta pesquisa entrar na polêmica sobre a (i)legalidade tanto da produção das legendas de fãs quanto de seu uso por outros veículos midiáticos. Contudo, é necessário ressaltar que, por muitos anos, os grupos de *fansubbing* foram não só pressionados pelas autoridades e condenados por grande parte do mercado de profissionais da tradução audiovisual, mas também sistematicamente atacados e criticados tanto pela prática em si quanto pela qualidade de suas legendas. Assim, quando a situação se inverte dessa maneira, é mais do que esperado que os grupos de *fansubbing* se mobilizem.

Atualmente, o site Legendas.tv considera as legendas ali publicadas “conteúdo produzido sob a licença *Creative Commons*”, conforme apresentado no Capítulo 2 por O’Hagan (2009) e Lima & Santini (2008):



Figura 27 – Captura de tela do Aviso Legal do site Legendas.tv (disponível em http://legendastv.freshdesk.com/support/solutions/articles/1000150679-aviso-legal-legal-notice Acesso em 29/11/2016)

Em teoria, isso possibilitaria que os canais de televisão ou outras plataformas que viessem a usar suas legendas sem permissão pudessem ser processados. Ao mesmo tempo, ao explicitar que “não disponibilizam para download ARQUIVOS ou *LINKS* de séries e filmes ou qualquer outro conteúdo protegido por direitos autorais”, o site busca se isentar da responsabilidade da infração dos direitos autorais por meio do *download* dos vídeos.

Na prática, o site Legendas.tv continua sob constante ameaça das autoridades brasileiras, tendo que manter seu domínio e servidores em *hosts* estrangeiros para driblar a fiscalização, enquanto casos de empresas e profissionais que fazem uso indevido das legendas de *fansubbing* continuam sem ser tratados como problema pelas instâncias competentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS –

*Parece que o jogo virou,
não é mesmo, queridinha?*
(frase do meme da revanche)

Apesar de sabermos que uma pesquisa acadêmica deve manter-se o mais imparcial possível, seria ilusório (e hipócrita) fingir que esta pesquisa buscou apresentar completa neutralidade e total objetividade. A começar pela escolha do tema da pesquisa e dos autores para a fundamentação teórica, até a escolha e delimitação do corpus (em especial, o fato de não poder incluir tudo o que gostaríamos), a experiência de desenvolver essa pesquisa foi uma batalha constante entre “ser fã” e “ser pesquisadora”.

Como bem colocado por Grossberg (1992) e Jenkins (1992), ser fã é dedicar-se inteiramente ao objeto de adoração. Porém, no percurso deste estudo, descobrimos que ser pesquisadora exige igual envolvimento e dedicação. Entre as muitas semelhanças, podemos citar, além da paixão por séries e pelo *fandom*, também as madrugadas passadas trabalhando e o orgulho de finalmente ver o trabalho completo.

Dedicamos, portanto, as Considerações Finais desta pesquisa a reforçar a nossa opinião de que, ainda que conte com muito prestígio dentro dos *fandoms* e um bom reconhecimento da mídia em geral, a prática de *fansubbing* tem sido tratada de forma injusta pela academia e pelo mercado de trabalho.

Assim, quem sabe, da mesma forma que a prática de *fansubbing* tem deixado claras marcas no mercado profissional de legendagem, esperamos que os próximos estudos sobre o assunto possam ajudar a continuar desconstruindo esse estigma tanto sobre os estudos de fãs e suas produções de forma geral, quanto da modalidade de tradução apresentada aqui.

- Consequências do *fansubbing* no mercado da legendagem profissional

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, foi possível constatar várias consequências do *fansubbing* influenciando diretamente as práticas do mercado de legendagem profissional. Uma dessas importantes mudanças pode ser notada já no início da prática do *fansubbing* no país, com o primeiro grupo brasileiro, o Psicopatas, e a série *Lost*.

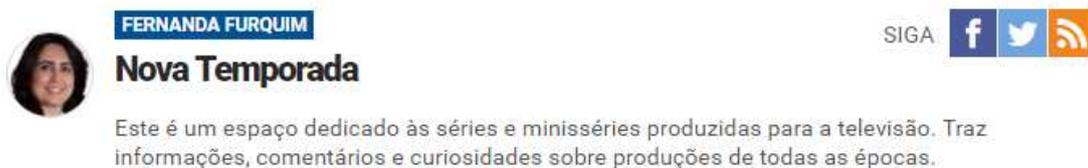
Lembrando que a motivação principal para a criação do grupo Psicopatas em 2004 foi a demora de, pelo menos, três semanas para a liberação do episódio no Brasil em relação ao lançamento do episódio nos EUA. Em 2010, quando a série *Lost* se

encerrou, o último capítulo foi exibido no país com apenas dois dias de diferença, mostrando que o processo de produção de legendas do canal por assinatura foi acelerado para suprir a demanda pela liberação mais rápida do episódio para o público brasileiro:

Tata elogia a postura do canal a cabo AXN, que exibirá o fim de “*Lost*” no Brasil com dois dias de atraso em relação aos EUA. De acordo com ela, tal decisão é uma resposta à atividade das legendas que existem na internet. Mas isso não a estimula a abandonar os *downloads*. Em nota, o Grupo Sony (do qual a AXN faz parte) esclarece que a decisão é do canal ABC - que exibe o programa nos EUA -, a fim de que nada sobre o episódio final seja divulgado antes. Para se ter ideia, a emissora é quem fará as legendas em português e espanhol e as distribuirá depois para a América Latina. (G1, 2010)

Atualmente, nem mesmo essa demora de ‘apenas’ dois dias acontece. As séries que contam com as maiores audiências e, principalmente, as que apresentam enredos com mistérios e muitas reviravoltas, como *Game of Thrones* e *The Walking Dead*, por exemplo, lançam seus episódios inéditos simultaneamente no Brasil e nos Estados Unidos, algo que não acontece nem mesmo em relação a países europeus.

O canal HBO foi o pioneiro em trazer suas séries de maior sucesso simultaneamente para o Brasil ainda em 2010, com o episódio final das séries *True Blood* e *Hung*, ainda que a estreia dessas mesmas temporadas tivesse ocorrido com duas semanas de diferença em maio do mesmo ano.



FERNANDA FURQUIM

SIGA   

Nova Temporada

Este é um espaço dedicado às séries e minisséries produzidas para a televisão. Traz informações, comentários e curiosidades sobre produções de todas as épocas.

HBO Brasil Prepara Transmissão Simultânea de True Blood e Hung

A HBO Brasil promete exibir simultaneamente com os EUA o último episódio da terceira temporada de “True Blood”, no próximo dia 12 de setembro, domingo. A estreia da temporada da série no Brasil ocorreu com duas semanas de diferença da dos EUA, que costuma reprisar episódios. No domingo passado, foi reprisado na TV americana o [...]

Figura 28 – Captura de tela da reportagem da Veja.com (disponível em <<http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/hbo-brasil-prepara-transmissao-simultanea-de-true-blood-e-hung/>> Acesso em 28/01/2017)

Além da diminuição do tempo de exibição nos Estados Unidos e no Brasil, outro fator de influência da prática de *fansubbing* é a popularização de seriados que não fazem parte do catálogo de séries dos canais de televisão por assinatura, mas que, mesmo assim, possuem um *fandom* bastante ativo e envolvido no Brasil. Esse é o caso, entre outras séries, de *RuPaul's Drag Race*.

Ao contrário de muitos outros programas de TV americanos que fizeram e/ou ainda fazem sucesso no Brasil, o *reality show RuPaul's Drag Race* não ficou famoso depois de ter sido comprado por uma grande emissora de canal aberto ou por assinatura e, portanto, não teve o tratamento midiático de legendagem e dublagem comumente aplicado a produtos internacionais. Contudo, no Brasil, o programa atingiu um público bastante amplo e que vai muito além do circuito LGBT+ mesmo sem contar com a transmissão em TV convencional, seja TV aberta ou por assinatura. Assim, para os brasileiros que não são fluentes em língua inglesa, havia apenas duas opções de acesso ao conteúdo do programa: a legenda da Netflix, para os que acessam o conteúdo de forma legal, ou as legendas de fãs distribuídas na internet para os que obtinham os episódios em sites de *download*.

Indícios apontam também que o aumento da popularidade da série no país entre 2014 e 2015 tenha despertado o interesse do canal Multishow que comprou, em agosto de 2015, os direitos de exibir justamente a sétima temporada do programa e, contrariando a abordagem padrão dos canais de televisão por assinatura, investiu também numa equipe de tradução e de consultoria com conhecimentos aprofundados no conteúdo da série e da linguagem LGBT+ brasileira para também apresentar a tradução das gírias e referências.

Infelizmente, a iniciativa de tentar traduzir as gírias usadas no programa por gírias brasileiras não foi bem recebida pelo público em geral, reforçando a nossa hipótese de que o público-alvo que consome as legendas na televisão não é o mesmo que o público-alvo das legendas de fãs.

ilustrada grade de tv | livros | cinema | artes cênicas | televisão | artes plásticas | música | moda

Gírias de drag queens de RuPaul serão traduzidas

CHICO FELITTI
DE SÃO PAULO

12/07/2015 @ 02h08

f Compartilhar t g+ in < 2,5 mil OUVIR O TEXTO + Mais opções

"Shantay", vocês ficam: poucas expressões criadas por RuPaul, a drag queen mais famosa do mundo, como a que abre esta frase.

"Sashay", vocês vão embora: gírias em inglês que competidoras usam no reality show "RuPaul's Drag Race" e que serão substituídas por equivalentes em português na versão exibida no Brasil.

O programa estreia aqui na sétima temporada em 3 de agosto às 23h30 no Multishow. Mas já tem muitos fãs que o viram em serviços como o Netflix ou o baixaram na pirataria. E são fluentes no dialeto saído de guetos de San Francisco e Nova York.

PUBLICIDADE



Figura 29 – Captura de tela de matéria veiculada no jornal Folha de S. Paulo (disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/07/1654241-girias-de-drag-queens-de-rupaul-serao-traduzidas.shtml>> Acesso em 30/01/2017).

A nosso ver, quem costuma assistir a séries na televisão com as legendas profissionais têm em mente (ainda que de forma internalizada) os padrões de estilo e linguagem simplificada e generalista que sempre foram impostas pelas agências de legendagem. Por isso, as legendas e a dublagem exibidas pelo Multishow, embora elogiadas pela crítica e por fãs do programa, não conquistou o público em geral e teve índices de audiência tão baixos que o canal desistiu de exibir a temporada seguinte. Com base nas reações ao processo tradutório que se propunha inovador, pressupomos que ainda pode levar algum tempo para que legendas feitas de forma mais criativas (profissionais ou de *fansubs*) sejam aceitas pelo público brasileiro em geral. Enquanto isso, fãs com menor sensibilidade a linguagem agressiva e palavrões e com mais curiosidade sobre as referências culturais das séries terão que continuar dependendo do *fansubbing*.

Temos a influência do *fansubbing* na prática de profissionais de legendagem que abertamente assumem usar as legendas de fãs como “base” para desenvolver suas legendas profissionais, e também o caso de *legenders* que saem do amadorismo e investem profissionalmente na carreira de legendagem, migrando para o mercado de trabalho e usando a experiência como *lengender* para se inserir as agências de tradução.

"A gente usa [como base], sim. Já tá pronto e geralmente a qualidade é boa. Basicamente a gente revisa, corrige alguns erros e coloca dentro dos padrões de tempo em tela e extensão que são exigidos pelas TVs. Em outros casos a gente não usa, ou porque está muito ruim ou muito fora do padrão."

Outro profissional, que já trabalhou legendando títulos de forma amadora para a Internet como hobby, confirmou:

"Eles traduzem 'de ouvido'. No geral é pouca coisa que a gente precisa mudar, a maioria é alguma coisa específica que a gente tem no roteiro, uma expressão idiomática ou coisa assim. Mas a gente usa, quando dá."

Figura 30 – Captura de tela da publicação sobre *fansubbing* e legendagem profissional (Disponível em < <http://www.ligadoemserie.com.br/2016/09/axn-transmite-episodio-de-american-crime-com-legendas-de-internet/#.WEmlmrIrLIV> > Acesso em 16/02/2017)

Em outros casos ainda, os próprios grupos de legendagem são contratados diretamente pelas empresas para desenvolver o trabalho de legendagem de forma profissional:

Reconhecimento do trabalho

Apesar de traduzir as séries e filmes por hobby, muitos acabam tornando isso uma fonte de renda. "Nessa área de legendagem amadora tem muitos olheiros que veem nosso trabalho, por isso muitos acabam convidados para fazer uma legendagem séria e com remuneração", disse Adriano.

A Subsreak, por exemplo, teve um reconhecimento no mercado e hoje, além de legendar séries de televisão por puro prazer, realiza trabalhos remunerados para diversas empresas. São deles, por exemplo, as legendas de vídeos para o canal da **TAM** no YouTube, para que portadores de deficiência auditiva possam ler as mensagens, e também a tradução de vídeos para a **IBM**, **CultClassic** e alguns curtas-metragens.

O trabalho pode não ser bem visto por diversas pessoas que pregam contra a pirataria, porém, Adriano ressalta que a atividade dos legendadores abre muitas portas e ajuda no aprendizado, tanto de outras línguas quanto no aprimoramento do próprio português.

Figura 31 – Captura de tela da publicação no Blog CanalTech sobre *fansubbing* (disponível em < <https://canaltech.com.br/materia/curiosidades/Afinal-quem-faz-as-legendas-que-encontramos-na-web/> > Acesso em 16/02/2017)

Mais do que apenas reconhecer a qualidade e a importância do trabalho de *legenders* e grupos de *fansubbing*, consideramos necessário apresentar todos esses dados para abrir espaço para o curioso paradoxo que se instaura entre a ideia do amadorismo *versus* o profissionalismo na área da legendagem.

Enquanto os grupos de *fansubbing* operam dentro do suposto amadorismo, é notável a preparação, o treinamento, o controle de qualidade e o 'código de ética' presentes em sua prática. Do outro lado, proliferam entre profissionais as reclamações quanto a qualidades das legendas, não só em relação à tradução, mas também a

parâmetros técnicos de formatação e sincronia. Além, é claro, da postura pouco ética de usar o material de *fansubbing* disponibilizado na internet para proveito próprio.

Da mesma forma que o mercado ainda tem muito a evoluir em sua relação com o *fansubbing*, também a academia, embora já tenha caminhado significativamente nessa direção, ainda tem espaço para explorar novas perspectivas.

- Os estudos acadêmicos sobre *fansubbing* no Brasil

O desenvolvimento desta pesquisa incluiu um considerável levantamento de vários estudos anteriores feitos a respeito de legendagem e, mais especificamente, de legendas de fãs. As buscas nos bancos de dados foram de cunho classificatório e qualitativo, não necessariamente quantitativo, e incluíram os termos “legendagem amadora”, “legenda de fãs”, “legendagem de fãs”, “legendas produzidas por fãs”, “legendas piratas”, “*fansubs*”, “*fansubbing*” e outras combinações e derivações.

Como resultados principais, destacamos que foram encontrados estudos referentes a vários níveis acadêmicos: graduação, projetos de iniciação científica e monografias de conclusão de curso, e trabalhos de pós-graduação como monografias de conclusão de curso de especialização *lato sensu*, dissertações de mestrado e teses de doutorado. Até o encerramento desta pesquisa, não tinham sido encontradas pesquisas de pós-doutoramento na área⁸⁵.

No que diz respeito ao conteúdo, conforme o levantamento de Bold (2011), as pesquisas sobre *fansubbing* apresentam-se em três eixos: sobre a atividade; sobre o produto; e sobre os produtores. Ainda que, em maior ou menor grau, todas as pesquisas toquem na esfera da descrição da atividade de *fansubbing*, as primeiras pesquisas acadêmicas (principalmente entre 2005 e 2008) focavam-se estritamente em descrever o surgimento do *fansubbing* dentro das comunidades de animes e especificar os *softwares* e outras tecnologias usadas para as produções de legenda.

Ainda segundo Bold (2011), depois desse período inicial de pesquisas focadas na descrição da atividade, surgiram pesquisas centradas no produto, ou seja, aquelas que de

⁸⁵ Devido ao fato de estudos de pós-doc não culminarem obrigatoriamente em um trabalho final como a dissertação de mestrado ou tese de doutorado, e de a maioria das universidades não manterem bancos de dados atualizados sobre pesquisadores de pós-doc e suas linhas de pesquisa (como acontece com outros níveis da pós-graduação), não é possível afirmar com certeza que, realmente, não haja pesquisas desse nível sobre o assunto. Se essas pesquisas existem no país, não foi possível encontrá-las, apesar de todos os nossos esforços.

fato analisam as legendas produzidas por fãs. Tais estudos trazem corpora de *fansubs* produzidas para animes, e também para séries e filmes.

Em geral, a análise dessas pesquisas se dá por meio da comparação das legendas de fãs com as legendas comerciais ou profissionais, buscando verificar o uso dos parâmetros técnicos, da correção gramatical e ortográfica, ou ainda as opções de traduções usadas para produtos midiáticos com um vocabulário específico (como, por exemplo, a terminologia da área médica e jurídica ou o uso de palavrões e gírias específicas).

O eixo centrado na análise do produto, ou seja, das legendas, é o mais produtivo das pesquisas acadêmicas encontradas. Entre elas, destacamos especialmente a tese de doutorado de Marcos Pereira Feitosa intitulada “Legendagem comercial e legendagem pirata: um estudo comparado”, defendida em 2009 no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais.

A tese de Feitosa (2009) é considerada o trabalho pioneiro na área no Brasil e investigou, por meio da linguística de corpus, os parâmetros técnicos da legendagem e também o uso de vocabulário específico em filmes de terror com classificação etária “para maiores de 16 anos”.

Com um longo e abrangente capítulo sobre a metodologia empregada na produção das *fansubs*, Feitosa (2009) abriu o caminho para outros estudos. Porém, da mesma forma como os vários estudos que se seguiram, os resultados obtidos apresentavam o *fansubbing* em uma perspectiva bastante negativa e, como o título da tese já indica, a denominação “legendagem pirata” comprova que o autor considera a prática ilícita e inferior à legendagem profissional. O pesquisador apresenta as *fansubs* como uma alternativa ruim para as legendas profissionais e baseia-se em critérios de avaliação que levam em conta apenas os parâmetros técnicos e a correção gramatical e ortográfica. Contudo, é válido ressaltar que os problemas encontrados pelo autor relacionados a esses aspectos justificam, em parte, sua crítica.

Como a pesquisa de Feitosa foi desenvolvida entre os anos de 2005 a 2009, não é surpresa que o pesquisador tenha encontrado tantos problemas nas *fansubs*, pois o cenário da legendagem amadora no país tinha recém-começado a caminhar em direção à organização e às padronizações apresentadas hoje.

Nos anos seguintes, muitos trabalhos surgiram com escopos semelhantes, abordando os diferentes exemplos de *fansubbing* dentro de séries e filmes, salientando a visível melhora da qualidade tanto dos parâmetros técnicos quanto da tradução das

fansubs. Atualmente, como mostramos aqui, as legendas de *fansubbing* deixam muito pouco a desejar no quesito dos parâmetros técnicos e, em muitos casos, chegam a apresentar opções de traduções igualmente interessantes para as legendas.

O terceiro eixo definido por Bold (2011) representa muito da atual pesquisa sobre *fansubbing*, em que o interesse se voltou para tentar investigar quem são as pessoas que produzem essas legendas de fãs. Dentro dessa categoria, destacamos a monografia de Liara Rodrigues de Brito, intitulada “Investigando o perfil do tradutor-fã de legendas no Brasil” (2014), que apresentou um completo estudo sobre a formação demográfica de vários grupos considerando aspectos como faixa etária, formação escolar, atividade profissional, estado civil e localização geográfica.

Outros estudos dessa categoria também tentam mapear a composição dos grupos e a forma como a divisão de tarefas e o treinamento acontecem. Ainda que muitos desses dados sejam interessantes e mereçam ser discutidos, não foi possível incluí-los na análise apresentada nesta dissertação por questões de relevância e escopo junto ao objetivo da pesquisa e ao objeto de estudo delimitado.

Além da divisão de Bold (2011) para o conteúdo das pesquisas, descobrimos também que os diversos trabalhos encontrados se dividiam basicamente em duas grandes áreas principais: a) de estudiosos da tradução, em que o *fansubbing* é visto como uma subdivisão da tradução audiovisual, ligada à modalidade da legendagem e b) de estudiosos da área da comunicação, que abordam o aspecto da produção colaborativa e do *fansubbing* como uma das práticas do *fandom*, ao lado de *fanfics*, *fanarts*, *fanvideos*, etc.

Pesquisas em ambas as áreas preocupam-se tanto em descrever detalhadamente o processo técnico de produção das legendas – com as etapas de captação de vídeo, tradução, sincronia, revisão e lançamento – quanto em apresentar os parâmetros técnicos de limitação de caracteres por linha, linhas por legenda e caracteres por segundo.

No entanto, praticamente todos estudos encontrados na área de tradução, embora mencionem *en passant* que a tradução é dividida entre várias pessoas, esse fator não parece ser levado em conta como um aspecto importante e que afete o produto final da tradução⁸⁶. De forma semelhante, os estudos dentro da área de comunicação

⁸⁶ O único trabalho encontrado que, assim como a pesquisa aqui desenvolvida, tentava trazer tanto questões da tradução quanto da interação das comunidades de fãs, foi a comunicação oral da mestrande Bruna Queiroz Assunção, do programa de pós-graduação da Universidade de Brasília (PosTRAD), no XII Encontro Nacional de Tradutores (ENTRAD 2016). Na época, a pós-graduanda estava em seu primeiro ano de mestrado e ainda não tinha desenvolvido substancialmente sua pesquisa, mas foi a partir de indicações de leitura obtidas na referida apresentação que o Capítulo 2 desta dissertação começou a tomar forma, em especial com a adição dos aspectos relevantes para a Cultura da Convergência.

descrevem os processos de interação dentro do *fandom*, a importância da Cultura Participativa e da Cultura da Convergência, mas sequer mencionam questões de tradução interlinguística.

As pesquisas nas duas áreas parecem avançar paralelamente, mas sem estabelecerem o contato que consideramos crucial nas duas abordagens para entender o *fansubbing* não apenas como uma modalidade de tradução ou um fenômeno cultural, mas como um “fenômeno cultural da tradução”. Esperamos ter conseguido mostrar nesta dissertação as vantagens dessa abordagem híbrida e como pesquisas futuras (tanto na área de tradução quanto na área de comunicação) têm muito a ganhar com a aproximação entre as áreas.

- Futuros encaminhamentos da pesquisa

A pesquisa desenvolvida para a elaboração dessa dissertação investigou também outros aspectos que, por questões de recorte e seleção do objeto de estudo, acabaram ficando de fora dessa versão final. Contudo, pretendeu-se mostrar aqui como a área da TAV é rica em possibilidades de pesquisa e como o *fansubbing* ainda está longe de se esgotar como objeto de estudo a ser pesquisado, tanto dentro da área de tradução como fora dela e, preferivelmente, em consonância entre a área de tradução com outras áreas de estudo.

Assim, a continuidade das pesquisas em TAV e análise dos aspectos particulares do *fansubbing* continuarão a ser incentivados e desenvolvidos na tentativa de divulgar cada vez mais a área e o objeto de estudo, ajudando a consolidar ambos como elementos dignos de atenção e dedicação por meio da comunidade acadêmica.

REFERÊNCIAS

ALEGRIA, J. Dinâmica da produção colaborativa de conteúdos audiovisuais. In: MINISTÉRIO DA CULTURA. **2º Prêmio Cultura Viva: cultura, educação e comunidade**. São Paulo: CENPEC, 2008 p. 62-73. Disponível em: <http://semanaculturaviva.cultura.gov.br/linhadotempo/pdf/publicacoes/SPPC/2ed_Premio_Cultura_Viva_Educacao_Comunidade_2008.pdf>. Acesso em: 10/02/2017.

ANDREEVA, N. ‘The Big Bang Theory’ Closing In On 2-Year Renewal As Original Cast Nears New Deals. **Deadline Hollywood**. Los Angeles. *Online*. 15, fev. 2017. Disponível em: <<http://deadline.com/2017/02/the-big-bang-theory-renewal-two-years-cast-deals-1201912314/>>. Acesso em: 16 fev. 2017.

ANÔNIMO. **Netflix baixando legendas da internet?** In: *blog Lançamentos Netflix Blog*, 22 set. 2012. Disponível em: <<http://blog.lancamentosnetflix.com.br/2012/09/netflix-baixando-legendas-da-internet.html>>. Acesso em: 03/07/2015.

AMARAL, A.; SOUZA, R. V.; MONTEIRO, C. “De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”: Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 29, p. 141-154, jun. 2015. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/20250/16750>>. Acesso em: 04/01/2017.

AUBERT, F. H. Modalidades de tradução: teoria e resultados. **TradTerm**, v.5, n.1. São Paulo, 1998. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49775>>.

BARBOSA, H. G. **Procedimentos técnicos da tradução**: Uma nova proposta. Campinas: Pontes, 1990.

BARBOSA, E. **A origem da palavras**. São Paulo: Rg, 2010.

BARROS, F. Produção e edição colaborativa na internet: o caso do Overmundo. **Ciberlegenda**, v. 9, n. 19, 2007. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/171/68>>. Acesso em: 03/02/2017.

BASSNETT, S. Translator as cross-cultural mediator. In: Malmkjær, K.; Windle, K. **The Oxford Handbook of Translation Studies**. Oxford University Press, 2011. Disponível em: <http://www.pierre-legrand.com/04_bassnett_2011.pdf> Acesso em: 20/03/2017

BRAZ, S. C. F. **A produção colaborativa de conteúdos**: elementos indicadores de confiabilidade de informação na *Wikipédia, a Enciclopédia Livre*. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

BRESSAN, R. T. Dilemas da Rede: Web 2.0, conceitos tecnologias e modificações. **Anagrama**, ano 1, n. 2, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/viewFile/6247/566>>. Acesso em: 06/02/2017.

BUGOCKI, L. Amateur Subtitling on the Internet. In: DIAZ-CINTAS, J.; ANDERMAN, G. (Org). **Audiovisual translation: language transfer on the screen**. Londres: Palgrave Macmillan. UK, p. 49-57, 2009.

CALAZANS, R. Um fã conta como é a rotina de uma equipe de 'legenders'. **O Globo**. Rio de Janeiro, 01 nov. 2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/um-fa-conta-como-a-rotina-de-uma-equipe-de-legenders-3011115>>. Acesso em: 03 fev. 2017.

CAROLL, M; IVARSSON, J. **Code of Good Subtitling Practice**. 1998. Disponível em: <<http://www.esist.org/wp-content/uploads/2016/06/Code-of-Good-Subtitling-Practice.PDF.pdf>>. Acesso em: 23/11/2016.

CARVALHO, C. A. **A tradução para legendas: dos polissistemas à singularidade do tradutor**. Dissertação PUC-Rio, 2005. Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=6613@1>. Acesso em: 10/10/2016.

CHIN, B; MORIMOTO, L. H. Towards a theory of transcultural fandom. **Participations: Journal of Audience and Reception Studies**. v. 10, n.1, maio 2013, p. 92-108. Disponível em: <<http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/7%20Chin%20&%20Morimoto%2010.1.pdf>>. Acesso em: 10/02/2017.

CHO, S. E. **Basic Concepts in the Theory of Audiovisual Translation**. Hankuk University of Foreign Studies, 2012. Disponível em: <<http://builder.hufs.ac.kr/user/ibas/No31/15.pdf>> Acesso em 20/03/2017

COELHO, M. C. A condição do fã: idolatria e indústria cultural. **Interseções. Revista de estudos Interdisciplinares**, v. 3, 2003.

COMIC-CON EXPERIENCE. **História das comic-cons**. Disponível em: <<http://www.ccxp.com.br/historia-das-comic-cons/>>. Acesso em: 10/01/2017.

DELWICHE, A.; HENDERSON, J. J. What is Participatory Culture. In: DELWICHE, A; HENDERSON, J. J. (Org.). **The Participatory Cultures Handbook**. New York: Routledge, 2013, p. 3-9. Disponível em: <<http://williamwolff.org/wp-content/uploads/2013/09/delwiche-2013.pdf>>. Acesso em: 10/01/2017.

DESILETS, A. Translation Wikified: How will Massive Online Collaboration Impact the World of Translation? In: **Translating and the Computer 29**, Nov 29-30, 2007, London, UK. Disponível em: <<http://www.mt-archive.info/Aslib-2007-Desilets.pdf>>. Acesso em: 02/02/2017.

DIAZ-CINTAS, J.; REMAEL-ROUTLEDGE, A. **Audiovisual Translation, Subtitling: Translation Practices Explained**. Nova Iorque: Routledge, 2007.

DIAZ CINTAS, J. & NEVES, J. Taking Stock of Audiovisual Translation. In DIAZ CINTAS, J. & NEVES, J. **Audiovisual Translation Taking Stock**. 2015. Disponível em: <<http://www.cambridgescholars.com/download/sample/62424>>.

DIAZ CINTAS, J; SANCHEZ, P. M. Fansubs: audiovisual Translation in an Amateur Translation. In: **The Journal of Specialised Translation Issue**. 6 – jul. 2006.

DUFFETT, M. Introduction: a brief history of fandom. In: DUFFETT, M. **Understanding Fandom: An Introduction to the study of media and fan culture**. New York/London: Bloombury Academic, 2013.

EVEN-ZOHAR, I. “*The Position of Translated Literature within the Literary Polysystem*.”. **Poetics Today** 11:1. p. 45-51, 1990. Disponível em: <http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic84298.files/Required_Readings/Even_Zohar.pdf>. Acesso em: 28/11/2016.

_____. Teoria dos Polissistemas. **Translatio**. Porto Alegre, n. 5, p.01-21, 2013. Disponível em: <http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/books/Even-Zohar_1990--Polysystem%20studies.pdf>.

FERNANDES, N. **How ‘nerds’ created a billion-dollar industry**. New York Post, 9 jul. 2015. Disponível em: <<http://nypost.com/2015/07/09/how-nerds-created-a-billion-dollar-industry/>>. Acesso 10/01/2017.

FISH, S. "Is there a text in this class?". Trad. Rafael Eugênio Hoyos. **Alfa**, v. 36 São Paulo, 1992, p. 189-206.

FOUCAULT, M. *O que é um autor?*. Trad. Inês Autran Dourado Barbosa. In: MOTTA, M. B. (Org.). **Ditos e Escritos: Estética – literatura e pintura, música e cinema III**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. p. 264-298. Disponível em: <<http://acervo.novacartografiasocial.com.br:8088/xmlui/bitstream/handle/738738/1772/FOUCAULT,%20Michel.%20O%20que%20%E9%20o%20autor.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 06/02/2017.

FRANCO, E. C. P.; ARAUJO, V. S. Questões Terminológico-conceituais no campo da tradução audiovisual. **Tradução em Revista**. n.11, 2011. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/18884/18884.PDFXXvmi=>>>. Acesso em 25/11/2016

FRIAS, Y. Paratextualidade e tradução: a paratradução da literatura infantil e juvenil. Tradução de Gisele Tyba Mayrink Orgado. **Cad. Trad.**, Florianópolis, n° 34, p. 009-060, jul./dez. 2014.

GAMBIER, Y. **(Multi) Media Translation: concepts, practices and research**. Philadelphia, PA, USA: John Benjamins Publishing Company, 2001.

_____. La traduction audiovisuelle: un genre en expansion. **Meta: journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal**, vol. 49, n° 1, 2004, p. 1-11. Disponível em: <<http://www.erudit.org/revue/meta/2004/v49/n1/009015ar.pdf>>

GENTZLER, E. (2001). *Contemporary Translation Theories*. London & New York: Routledge

GROSSBERG, L. Is there a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom. In: LEWIS, L. (ed.) **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. London: Routledge, 1992. Disponível em: <<https://eng110celebrityculture.files.wordpress.com/2014/08/grossberg-is-there-a-fan-in-the-house.pdf>>

HATCHER, J. S. **Of Otakus and Fansubs: A Critical Look at Anime Online in Light of Current Issues in Copyright law**. In: Annual Conference of British & Irish Law, Education and Technology Association. Hertfordshire, 16-17 abr. 2007. Disponível em:

<<http://bileta.nsdesign7.net/content/files/conference%20papers/2007/Of%20Otakus%20and%20Fansubs%20-%20A%20Critical%20Look%20at%20Anime%20Online%20in%20Light%20of%20Current%20Issues%20in%20Copyright%20law.pdf>>. Acesso em: 30/01/2017.

JABIR, J. K. Skopos theory: basic principles and deficiencies. **Journal of the College of Arts**. University of Basrah, n.41, 2006.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. 22.ed. Tradução de Izidoro Blikstein; José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 2010.

JENKINS, H. **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture**. New York: Routledge, 1992. Disponível em: <http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA165/%CE%B8%CE%B5%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B5%CF%82%20%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%BF%CE%B1%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85-audience%20research-%CF%84%CF%83%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%B7/Textual_Poachers__Television_Fans_and_Participatory_Culture__Studies_in_Culture_and_Communication_.pdf>. Acesso em: 02/02/2017.

_____. Textual Poachers, Twenty Years Later: a conversation between Henry Jenkins and Suzanne Scott. In: JENKINS, H. **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture**. New York: Routledge, 2013 (1a ed. 1992).

_____. **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century**. 2006.

JORDAO, F. O que é spoiler? **Blog Tecmundo**. 22 jul. 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/youtube/2459-o-que-e-spoiler-.htm>>. Acesso em: 18/02/2017.

KARAMITROGLOU, F. A proposed set of subtitling standards in Europe. **Translator's Journal**, 1998. Disponível em: <<http://translationjournal.net/journal/04stndrd.htm>>.

KOGLIN, A.; OLIVEIRA, S. M. Variações terminológicas no campo Tradução Audiovisual: análise dos termos legendação, legendagem e tradução de/para legendas. **TradTerm**. São Paulo, v. 22, p. 259-279, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/69131/71588>>.

LEFEVERE, A. **Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame**. London/New York: Routledge, 1992.

LEFEVERE, A. & BASSNETT, S. **Translation, History and Culture: a sourcebook**. London/New York: Routledge, 1990.

LÉVY, P. **Inteligência coletiva: Para uma antropologia do ciberespaço**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 5ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

LIMA, C. & SANTINI, R. Creative Commons e produção cultural colaborativa no Brasil. **Observatorio para la cibernsiedad**, 2008. Disponível em: <http://www.cibernsiedad.net/public/k3_arxius_gts/4103_136_3ljegifx_arx_gts.pdf>. Acesso em: 10/02/2017.

LIU, L. Cultural Turn of Translation Studies and Its Future Development. **Journal of Language Teaching and Research**, v. 1, n. 1, p. 94-96, jan 2010.

LUKEG. O assunto de hoje é treinamento. **Blog Equipe Insubs**. 14 novembro 2016. Disponível em: <<http://insubs.com/blog/post/o-assunto-de-hoje-e-treinamento?hl=treinamento>> Acesso em 25/03/2017.

MALMKJÆR & WINDLE. **The Oxford Handbook of Translation Studies**. Oxford: Oxford University Press, 2011.

MENDONÇA, B. H. M. **Fansubs, Grupos de Legendas e a Questão da Legalidade do Conteúdo Produzido pelo Consumidor**. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Chapecó – SC, 2012.

_____. **Afeto como fator de ligação dos grupos de legendas e fansubs**. VI Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação. Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

MUNDAY, J. **Introducing Translation Studies**. London/New York: Routledge, 2001.

NAVES, S. B.; MAUCH, C. ALVES, S. F.; ARAÚJO, V. L. S. (Org.). **Guia Para Produções Audiovisuais Acessíveis**. Brasília: Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, 2016.

NORD, C. Translating as a purposeful activity: a prospective approach. **TradTerm**, 11, p. 15-28, 2005.

_____. Loyalty and Fidelity in specialized translation. **Confluências** – Revista de Tradução Científica e Técnica. n. 4, Rio de Janeiro: UGF. p. 29-41. 2006. Disponível em: <http://web.letras.up.pt/egalvao/TTCIP_Nord%20loyalty%20and%20fidelity.pdf>. Acesso em: 28/11/2016.

NOUSS, A. A tradução: no limiar. **Alea**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 12-34, June 2012 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-106X2012000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 25/03/2017

_____. Translation as ethics. In: GLANERT, S. **Comparative Law: Engaging Translation**. London: Routledge, 2014.

O'HAGAN, M. Evolution of User-generated Translation: *Fansubs*, Translation Hacking and Crowdsourcing. **The Journal of Internationalisation and Localisation**, v.1, 2009. Disponível em: <https://www.academia.edu/4462788/Evolution_of_User-generated_Translation_Fansubs_Translation_Hacking_and_Crowdsourcing>. Acesso em: 05/02/2017.

OLIVEIRA, F. A. A influência da linguagem do candomblé no falar dos homossexuais: a língua como resistência. In: **Revista eletrônica do netlli**, v. 2, n. 3, set-dez 2013.

ORERO, P. **Topics on Audiovisual Translation**. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2004. Disponível em: <http://npu.edu.ua!/e-book/book/djvu/A/iif_kgpm_Orero%20P..pdf>.

PENELOPEC. O dia a dia de um *legender* (estudante, trabalhador, integrante de família...). **Blog Equipe Insubs**. 18 maio 2014. Disponível em: <<http://insubs.com/blog/post/o-dia-a-dia-de-um-legender-estudante-trabalhador-integrante-de-familia>>. Acesso em: 05 fev. 2017.

PINERO, R. B. & DIAZ-CINTAS, J. Introduction. In: PINERO, R. B. & DIAZ-CINTAS, J. **Audiovisual Translation in Global Context: Mapping an ever-changing landscape**. London: Palgrave Macmillan UK, 2015. Disponível em: <https://www.academia.edu/31944767/2015_-_Audiovisual_Translation_in_a_Global_Context> Acesso em 26/03/2017.

REISS, K. Type, kind and Individuality of Text: Decision Making in Translation. In: VENUTI, L. **The translation studies reader**. London/New York: Routledge, 2000. pp.168-179 Disponível em: <<http://core.roehampton.ac.uk/repository2/content2/subs/d.steedman/d.steedman2060/R>>

eiss%20(2004)%20Type%20Kind%20and%20Individuality.pdf.> Acesso em 26/03/2017.

RIDINGS, C. M.; GEFEN, D. Virtual Communities Attraction: why people hang out online. **Journal of computer-mediated communication**, v. 10, n.1, nov. 2004. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x/full>>. Acesso em: 04/01/2017.

ROMERO-FRESCO, P. Accessible filmmaking: Joining the dots between audiovisual translation, accessibility and filmmaking. **The Journal of Specialized Translation**. Issue 20, 2013. Disponível em: <http://www.jostrans.org/issue20/art_romero.php>.

RUPAUL. **Lettin' It All Hang Out: An Autobiography**. Nova York: Hyperion Books, 1995.

RYAN, T. New series gives Hawaii 3 TV shows in production: ABC approves 'Lost', a castaway drama, for 11 episodes. **Star Bulletin. Online**. Honolulu. 17 maio 2004. Disponível em: <<http://archives.starbulletin.com/2004/05/17/news/story7.html>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

SCHLEIERMACHER, F.E.D. *Sobre os diferentes métodos de traduzir*. Trad.Celso Braidá. **Princípios**, Natal, v. 14, n. 21, p. 233-265, jan.-jun. 2007.

SIDONI, M. G. "I really have no idea what non-fandom people do with their lives": a multimodal and corpus-based analysis of fanfiction. **Lingue e Linguaggi**, v.13, p. 277-300. Lecce, Itália: Università de Salento, 2015.

SNELL-HORNBY, M. *The Turns of Translation Studies: new paradigms or shifting viewpoints?* Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2006.

_____. A estrangeirização de Venuti. Trad. Tinka Reichmann e Marcelo Moreira. **Pandaemonium**, São Paulo, v. 15, n. 19, p. 185-212, jul. 2012.

TRIVEDI, H. T. **Translating Culture vs Cultural Translation**. 2005. Disponível em: <<https://iwp.uiowa.edu/91st/vol4-num1/translating-culture-vs-cultural-translation>>.

VAN TONDER, L. C. **Fansubbing and Creative Subtitling – How Amateur Approaches can Help Improve Professional Products**. In: South African Translators' Institute - Second Triennial Conference: The Changing Face of Translation and Interpreting. Kempton Park: South African Translators' Institute, p. 59-68, 2015. Disponível em: <https://www.academia.edu/16564660/Fansubbing_and_Creative_Subtitling_How_Amateur_Approaches_can_Help_Improve_Professional_Products>. Acesso em: 29/01/2017.

VENTURA, F. **Netflix está usando legendas da internet em seus vídeos?** In: *Gizmodo Brasil*, 20/01/2015. Disponível em: <<http://gizmodo.uol.com.br/netflix-esta-usando-legendas-da-internet-em-seus-videos/>>. Acesso em: 03/07/2015.

VENUTI, L. A invisibilidade do tradutor. Trad. Carolina Alfaro. **PaLavra 3**, p. 111-134, 1995. Tradução de The Translator's Invisibility. *Criticism*, Wayne State UP, v. XXVIII, n. 2, p. 179-212, Spring, 1986.

VERMEER, H. J. "Skopos and Commission in Translational Action" In: VENUTI, Lawrence. **The translation studies reader**, Oxon: Routledge, 2000. p. 227-238,