A LEGENDAGEM DE TRECHOS DE EPISÓDIOS DA SÉRIE *THE OFFICE* EM LÍNGUA PORTUGUESA DO BRASIL ENCONTRADA NA INTERNET: NOVA MÍDIA, NOVOS PROCEDIMENTOS

Felipe Augusto Noronha

Felipe Augusto Noronha

A LEGENDAGEM DE TRECHOS DE EPISÓDIOS DA SÉRIE *THE OFFICE* EM LÍNGUA PORTUGUESA DO BRASIL ENCONTRADA NA INTERNET: NOVA MÍDIA, NOVOS PROCEDIMENTOS

Monografia submetida à Faculdade de Letras da Universidade Federal de Juiz Fora, como parte dos requisitos para a obtenção do grau de bacharel em Letras: Ênfase em Tradução − Inglês, elaborada sob a orientação da Prof.ª Dr.ª Maria Clara Castellões de Oliveira.

Juiz de Fora
Faculdade de Letras
Universidade Federal de Juiz de Fora
Julho de 2010

BANCA EXAMINADORA

_____

Profª. Drª. Maria Clara Castellões de Oliveira (Orientadora)

_____

Prof. Dr. Rogério de Souza Sérgio Ferreira

_____

Profª. Dra. Patrícia Fabiane Amaral da Cunha Lacerda

Data da defesa: 15/07/2010

Nota: _____

Juiz de Fora
Faculdade de Letras
Universidade Federal de Juiz de Fora
Julho de 2010

RESUMO

Esta monografia de conclusão do curso de Bacharelado em Letras: Ênfase em Tradução – Inglês da Universidade Federal de Juiz de Fora analisa as legendagens em língua portuguesa do Brasil de trechos de alguns episódios da série de TV *The Office*, produzida nos Estados Unidos da América, disponibilizadas em duas mídias diferentes – o DVD e a Internet. O objetivo é apontar para o fato de que a legendagem feita por amadores, geralmente com o auxílio da ferramenta *Subtitle Workshop*, e encontrada na Internet, vale-se de procedimentos até então pouco usuais em função das limitações de tempo e espaço que sempre caracterizaram esse tipo de tradução audiovisual, oferecendo aos espectadores um acesso mais amplo ao conteúdo linguístico e cultural veiculado em língua inglesa. Ao mesmo tempo, pretende-se chamar atenção para o fato de que tais estratégias, advindas de uma nova relação entre tempo e espaço estabelecida pelo avanço tecnológico, já começam a ser incorporadas por outras mídias.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 6

CAPÍTULO 1
O AVANÇO TÉCNICO E A ARTE DA LEGENDAGEM 10

CAPÍTULO 2
LEGENDAGEM: DEFINIÇÃO,ESPECIFICIDADES E ESTRATÉGIAS 18

CAPÍTULO 3
A INTERNET E A LEGENDAGEM DE SÉRIES DE TV 24

CONSIDERAÇÕES FINAIS 35

REFERÊNCIAS 38

INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende analisar estratégias de legendagem que vêm sendo utilizadas em traduções amadoras disponibilizadas na Internet e a maneira como as mesmas podem contribuir para uma ampliação dos procedimentos de legendagem em geral, trazendo, em função desse novo meio, opções para se lidar com aspectos linguísticos e culturais frequentemente desconsiderados por fatores tais como tempo, espaço e tipo de audiência. Para tanto, nos valeremos de exemplos extraídos da série *The Office*, produzida nos Estados Unidos da América, contrastando a legendagem em língua portuguesa do Brasil feita para duas diferentes mídias – o DVD e a Internet.

A legendagem é umas das modalidades de tradução audiovisual, sendo descrita por Mainly Ramalho em "Dublagem: um estudo da tradução audiovisual através das perspectivas logocêntrica e desconstrutivista" (2007) como "o processo de tradução pelo qual o tradutor tem função de traduzir as falas de uma produção audiovisual (filmes, seriados, desenhos etc.) considerando o tempo da duração delas versus o número de caracteres que a legenda deve ter, o texto original oral transforma-se no texto da tradução escrito" (p. 2). Outras modalidades de tradução visual são a dublagem, a *voice-over* e a narração. A dublagem é definida, também por Ramalho, como a técnica que "consiste em substituir todas as falas do filme original por enunciados traduzidos e gravados por dubladores. Na dublagem todos os sons presentes na cena devem ser traduzidos e regravados. O aspecto principal a ser levado em conta pelo tradutor deve ser a sincronia entre o movimento dos atores em cena e fala traduzida" (p. 2). *Voice-over* é a utilização do "som original em volume mais baixo ouvido junto com a dublagem − muito usado em reportagens", como define Vera Santiago.[1] A narração, por sua vez, seria a descrição das imagens ou das falas presentes no vídeo, sobreposta ao áudio original, recurso que também é bastante utilizado em documentários e

[1] Citação extraída de http://diariodonordeste.globo.com/2000/09/26/050054.htm, acessado em 26 de abril de 2010.

programas jornalísticos. Em termos gerais, portanto a tradução audiovisual é "o conjunto de práticas que envolve [...] a tradução oral e escrita de programas e filmes [...] veiculados através de diversos meios [...] tais como filmes, fitas VHS e DVDs" (CARVALHO, citada por RAMALHO, p. 2).

Como apontam Jorge Díaz Cintas e Gunilla Anderman, na introdução a *Audiovisual Translation*: Language Transfer on the Sceen (2009, cuja tradução literal é *Tradução audiovisual*: transferência linguística na tela), "todas essas formas estão disponíveis à profissão e algumas delas são mais adequadas a certos gêneros audiovisuais do que outras. A dublagem, por exemplo, é utilizada principalmente na tradução de filmes e séries de TV e *sitcoms*, enquanto a narração e a *voice-over* tendem a ser mais utilizadas no caso de documentários, entrevistas e programas sobre assuntos atuais" (p. 4).[2]

Esta monografia se dividirá em três capítulos. No primeiro, veremos como a reprodutibilidade técnica pode influenciar a forma como uma obra de arte é recebida pelo público, e como esse fator tem afetado a prática da legendagem. Para tanto, nos apoiaremos, principalmente, no ensaio "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica" (1985), de Walter Benjamin.

No segundo capítulo, abordaremos as especificidades da legendagem e as estratégias de tradução geralmente utilizadas, valendo-nos, precipuamente, dos textos "Screen Translation: an overview" (2002), de Yves Gambier; "Estratégias linguístico-culturais no processo de legendagem" (2007), de Camila dos Anjos Melo, e "Translating Cultures: An Introduction for Translators Interpreters and Mediators" (ano1999), de David Katan.

[2] Texto original: "All theses modes are available to the profession and some of them are more suited to particular audiovisual genres than other. Lip sync dubbing, for instance, is mainly used in the translation of films and TV series and sitcoms, whereas narration and voice-over tend to be more used in the case of documentaries, interviews and programmes on current affairs."

No terceiro capítulo, faremos uma comparação entre legendas feitas para o DVD e para a Internet de *The Office*, focalizando a forma como elas lidaram com questões de ordens linguística e cultural e, desse modo, refutando algumas das colocações presentes em "Amateur Subtitling on the Internet" (2009), de Lukasz Bogucki. Além disso, mostraremos que algumas das estratégias encontradas na legendagem dessa série já vêm sendo incorporadas em alguns DVDs de comercialização recente.

CAPÍTULO 1

O avanço técnico e a arte da legendagem

Em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” (1985), Walter Benjamin discute como que o surgimento de uma técnica pode influenciar a forma como uma obra de arte é recebida. Escrito na década de 1930, o texto dá destaque a uma técnica que ganhava cada vez mais notoriedade naquele início de século: o cinema.

De acordo com Benjamin, durante séculos, houve uma separação rígida entre um pequeno número de escritores e um grande número de leitores. No entanto, o advento e a ampliação da imprensa, responsáveis pela grande quantidade de material publicado nas mais diferentes áreas, condicionaram o surgimento de um número cada vez maior de pessoas que passaram a escrever, rompendo o suposto limite entre escritor e público. Como Benjamin aponta, seria difícil, já nos tempos em que o artigo foi escrito, encontrar um europeu adulto que nunca tenha publicado algo.

O advento do cinema**,** na passagem do século XIX para o século XX**,** trouxe novos aspectos tanto para a forma como uma obra pode ser feita, quanto para como ela pode ser recebida pelo público. Segundo Benjamin, uma grande distinção entre o cinema e outras formas de arte anteriores é o quanto ele pode ser lapidado e manipulado, ao contrário de, por exemplo, uma peça de teatro. Até mesmo as atuações tomam forma diferente, graças a cortes, *closes*, e sobreposições. Como ele mesmo diz, “é uma intervenção desse tipo que determina, em grande parte, o processo de produção cinematográfica. Como se sabe, muitos trechos são filmados em múltiplas variantes. Um grito de socorro, por exemplo, pode ser registrado em várias versões. O montador procede então à seleção, escolhendo uma delas como quem proclama um recorde” (BENJAMIN, 1985, p. 178). Ou seja, cada cena pode ser filmada o número de vezes que for necessário, e, na sala de montagem, todos esses rolos de filme serão cortados e manipulados de forma a criar o melhor resultado possível dentre todas as opções que o material disponibiliza.

Benjamin traça um paralelo com a Grécia, em uma época em que havia apenas dois processos para a reprodução das obras de arte, fazendo com que moedas e terracotas fossem as únicas obras fabricadas em massa, e todas as outras fossem únicas, sem espaço para o aperfeiçoamento, tendo como exemplo maior as esculturas, feitas a partir de um único bloco. Algo que tivesse sido feito nem sequer poderia ser desfeito sem que se começasse a obra do princípio novamente. Como o próprio Benjamin coloca, "nunca as obras de arte foram reprodutíveis tecnicamente, em tal escala e amplitude, como em nossos dias [anos 1930]. O filme é uma forma cujo caráter artístico é em grande parte determinado por sua reprodutibilidade. [...] Com o cinema, a obra de arte adquiriu um atributo decisivo, que os gregos ou não aceitariam ou considerariam o menos essencial de todos: a perfectibilidade" (p. 175).

Benjamin aponta que a forma como uma obra de arte é mostrada ao público muda as reações que ela recebe. O cinema, por exemplo, que surgiu como objeto de recepção coletiva, contrasta totalmente com uma pintura, que dificilmente será analisada por várias pessoas simultaneamente. Essa distinção cria uma separação na forma como o público reagirá às obras. Como Benjamin diz, "por mais que se tentasse confrontar a pintura com a massa do público, nas galerias e salões, esse público não podia de modo algum, na recepção das obras, organizar-se e controlar-se. Teria que recorrer ao escândalo para manifestar abertamente o seu julgamento" (p. 188). Esse comportamento é diametralmente oposto ao dos espectadores em uma sala de cinema, rindo juntos, chorando, ou gritando de susto.

Segundo consta no *Guinness Book of Records* (1980), o primeiro filme do qual se tem registros, com o título de *Roundhay Garden Scene* (literalmente, *Cena do jardim Roundhay*), foi criado em 1888, por Louis Le Prince, no Reino Unido, e tinha apenas 2 segundos. Foi, no entanto, apenas no século seguinte que o cinema amadureceu como

arte, durante o período que ficou conhecido como a “era muda”. Um filme se constituía quase que puramente em imagens, com pequenas adições de textos em cartões na tela. As situações retratadas nas telas, as emoções nos rostos dos atores, eram todas transmitidas sem quaisquer palavras, sem necessidade de intervenção para que o filme chegasse à audiência. Isso mudou drasticamente com a chegada do som ao cinema.

No fim da década de 1920, uma nova técnica prometia revolucionar o cinema: a sincronização de áudio com imagem. Com esse advento, era possível então adicionar falas, música e efeitos sonoros sincronizados ao filme para ajudar a contar a história. Surgia o cinema falado. E, apesar de todas as possibilidades que gerava, apresentou também uma questão inevitável: como manter a universalidade dos filmes agora que o entendimento dos diálogos em inglês era essencial para a compreensão da história? A criação das legendas se deu a partir da necessidade de exibir, simultaneamente às imagens, a tradução dos diálogos da obra audiovisual.

A moviola, criada em 1924 por Iwan Serrurier, foi a primeira máquina desenvolvida para a edição cinematográfica. Foi também a principal ferramenta de tradução no século XX. Era um equipamento caro e “indispensável a um tradutor cinematográfico”, como define Virna Coutinho, em sua monografia intitulada “Tradução cinematográfica” (1990, p. 40). Como descreve Coutinho, “a moviola é basicamente composta de dois pratos giratórios de alumínio ou plástico, onde os rolos de filme simples (10 minutos) ou duplos (20 minutos) se adaptam. Os pratos são acionados manualmente por duas manivelas ou movidos eletricamente” (p. 40). O equipamento inclui também uma tela que indica em pés e quadros o tamanho do filme, “dando condições ao tradutor de saber o início e o fim da fala” (p. 40).

O tempo da moviola, no entanto, já passou. Hoje em dia é possível legendar um filme em casa, utilizando apenas um computador e um *software* gratuito chamado

Subtitle Workshop (literalmente, *Oficina de Legendas*). Com o auxílio desse programa, pode-se criar legendas e sincronizá-las ao filme de forma simples, sem qualquer treinamento específico ou experiência na área de legendagem. Muitas vezes, não é necessário sequer fazer a sincronização, bastando conseguir um *template* do filme que se pretende traduzir, ou seja, um arquivo, disponibilizado na Internet, já com as marcações de entrada e saída de cada legenda. Com isso feito, resta traduzir cada linha de texto e digitá-las nos espaços correspondentes. Embora existam pessoas que façam traduções tendo como referência apenas o áudio do filme, sem qualquer tipo de roteiro, o mais comum é utilizar como base as legendas em inglês, na maioria das vezes as *closed captions* do filme. Assim, tendo como ponto de partida a transcrição do texto do vídeo, que já está sincronizado, o único trabalho do legendador será apagar o texto em inglês e digitar a tradução na língua-alvo. Da mesma forma com que um documento de texto do *Word* pode ser modificado e salvo a qualquer momento, o mesmo pode ser feito com as legendas de um filme. Se, por algum motivo, alguma legenda seja considerada insatisfatória, pode-se simplesmente abrir o arquivo no *Subtitle Workshop* e fazer as adaptações desejadas. Uma vez findo o trabalho, esses filmes e/ou essas diferentes legendas podem ser disponibilizadas em bancos de dados *online* para acesso livre.

As novas ferramentas de legendagem possibilitam que as legendas sejam criadas para o respectivo vídeo conforme a necessidade e a intenção do espectador, o que faz com que as legendas de um filme não sejam definitivas. Ao contrário do que acontecia na década de 1980, quando as legendas vinham obrigatoriamente gravadas no vídeo em um VHS (*Video Home System*, literalmente, Sistema Caseiro de Vídeo), hoje em dia, surgem cada vez mais opções. Assim como é possível atualmente optar por desligar as legendas apertando um simples botão no controle remoto, é possível escolher dentre as

várias versões de legendas disponíveis na língua escolhida quando se trata de vídeos baixados da Internet, pois o sistema permite que sejam disponibilizadas tantas legendas quanto tiverem sido feitas de um mesmo material. E, se por qualquer motivo se achar que essa legenda poderia ser melhorada, o próprio espectador pode simplesmente fazê-lo, editando-a, e aperfeiçoando-a, usando os recursos a favor da perfectibilidade. Assim, a legendagem através do computador e os novos recursos trazidos pela Internet, como o *download* de filmes e séries, transformaram em tradutores pessoas que até então eram meramente espectadores. Hoje em dia, fãs de uma determinada série de TV podem legendá-la e assisti-la antes mesmo de a mesma ser oficialmente lançada no Brasil, ou podem também criar uma nova tradução se julgarem que as anteriores, oficiais ou não, não atendem às suas expectativas.

Desse modo, o avanço tecnológico influencia diretamente a forma como o público passa a receber as obras, e a forma como se relaciona com elas, possibilitando a tomada de uma postura mais ativa com relação à obra, e enfraquecendo a linha que separaria os tradutores do público que recebe a tradução.

É possível notar essa mudança de comportamento se compararmos a relação de um público com a TV e a relação desse mesmo público com o DVD (*Digital Video Disc* ou *Digital Versatile Disc*, literalmente Disco de Vídeo Digital ou Disco Versátil Digital), ou mesmo com o antigo VHS. Quando um filme é exibido na TV, o espectador tem apenas a opção de assisti-lo no horário em que a emissora decidiu exibi-lo. É relativamente comum alguém perder o início do filme, dormir antes do fim, ou mesmo perder algum trecho devido a algum imprevisto, como, por exemplo, atender ao telefone. Deve-se lembrar que o filme exigia também um tipo diferenciado de atenção, considerando que qualquer informação perdida não poderia ser recuperada. Com o advento do VHS e, posteriormente, com o DVD, o espectador ganhou mais autonomia.

Ele agora pode decidir quando vai assistir ao filme, fazer uma pausa, sempre que precisar realizar outra atividade, e, caso alguma parte não fique clara, até mesmo voltar o filme e assistir o trecho novamente. O DVD trouxe também as opções de áudio e legenda, possibilitando a escolha de assistir um filme dublado, legendado, ou mesmo com as legendas no idioma original, para os que queiram treinar a língua estrangeira. Hoje em dia, existem também as *closed captions*, termo que se refere aos sistemas desenvolvidos para exibir, na tela, a transcrição do áudio presente no vídeo sendo assistido. Essa opção popularizou-se bastante devido à possibilidade de inclusão que trouxe para os deficientes auditivos. No entanto, seu uso é mais amplo, abrangendo o ensino de línguas estrangeiras, além de ser muito comum em ambientes públicos, onde o barulho pode prejudicar a compreensão do áudio. Novamente, as *closed captions* podem ser acionadas ou desligadas a qualquer momento, de acordo com a intenção do espectador. O número cada vez maior de opções e a facilidade de acessá-las tornam o espectador menos dependente e mais ativo no processo.

Da mesma forma, assistir a filmes no computador pode estar contribuindo para uma mudança na forma como o público se relaciona com eles. Boa parte do público atual acostumou-se a todas as possibilidades de interação da *web 2.0*, o modelo de Internet que permite que os usuários interajam e contribuam na construção do conteúdo que é disponibilizado *online*. Hoje em dia, os próprios usuários constroem *sites* sobre seus artistas favoritos, divulgam notícias em seus *blogs*, postam seus vídeos favoritos em *sites* de compartilhamento e participam na construção de enciclopédias virtuais. Como hobby, e geralmente de acordo com suas áreas de maior interesse, essas pessoas se dedicam a funções que há até pouco tempo eram realizadas apenas por profissionais das dadas áreas. Da mesma forma, os espectadores, assistindo a filmes em seus computadores, passaram a assumir uma atitude muito mais ativa se comparada à

passividade de um espectador que apenas recebe o que está sendo oferecido. As legendas de um filme não são vistas como algo definitivo, mas sim como algo que pode ser aprimorado.

CAPÍTULO 2

LEGENDAGEM: DEFINIÇÃO, ESPECIFICIDADES E ESTRATÉGIAS

A legendagem é, como vimos anteriormente, a exibição, na tela, de textos sintéticos em sincronia com os diálogos ou a narração de um vídeo, como define a tradutora Carolina Alfaro de Carvalho, em "As práticas do mercado de tradução multimídia".[3] Como aponta Henrik Gottlieb (1998, p. 224-248), em "Subtitling" (literalmente, "Legendagem"), esse tipo de tradução possui limitações técnicas que precisam ser compreendidas para que seja possível analisar a prática. Essas limitações dizem respeito ao tempo de exibição das legendas e ao tamanho do texto traduzido.

Uma vez que o tempo necessário para ler uma fala é geralmente maior do que o tempo que se leva para pronunciá-la, é necessária uma sintetização do texto, que pode apresentar apenas um resumo da idéia principal, reforçando para muitos o caráter metonímico da tradução. Para possibilitar a leitura, as legendas possuem um máximo de duas linhas de 35 caracteres, que permanecem na tela durante 5-6 segundos, como aponta Camila dos Anjos Melo, na monografia intitulada "Estratégias lingüístico-culturais no processo de legendagem" (2007).

Yves Gambier, no entanto, contesta que não há dados suficientes para se comprovar quais seriam as condições ideais de leitura. Em "Screen Translation: an overview" (literalmente, "Tradução para a tela: uma visão geral"), Gambier afirma: "Se fossemos estudar a recepção da legendagem, ao menos para checar a validade das regras comuns de 1½-6 segundos e 35 caracteres em cada linha, teríamos que levar em conta o tipo de audiência [...]" (2002, p. 101, minha tradução).[4] Ele traça uma comparação entre frequentadores de cinema, em grande parte jovens, escolarizados, que cresceram com a TV e o computador, e os espectadores de TV, um público mais heterogêneo, que pode incluir desde executivos a crianças aprendendo a ler ou idosos com problemas de vista.

[3] Extraído do site http://www.sintra.org.br, acessado em 15/10/2009.
[4] Texto original: If we were to study reception of subtitling, at least in order to check the validaty of the common rules of the 1½-6 seconds and 35 characters on each line, we would have to take into account the type of audience […]"

A tradução voltada para o primeiro grupo seria, obviamente, diferente da tradução voltada para o segundo grupo. Há também o fato de que as traduções para o português, por características da própria língua, tendem a ficar maiores do que os textos originais em inglês. Como disse Kovacic (1994): "Reduções [...] são ditadas pelas exigências extralinguísticas da mídia: a redução depende não apenas da velocidade do diálogo, mas, acima de tudo, das similaridades e diferenças sistemáticas entre a língua de partida e a língua alvo" (KOVACIC citado por FERNANDES, 1995, p. 257).[5]

Da mesma forma, como aponta Monika Pecegueiro do Amaral, no artigo *online* "Qualidade na tradução de cinema para o Brasil", o público que procura por séries em DVD é um tipo específico que, já familiarizado com a série, tem uma maior facilidade em ler as legendas e compreender o contexto do episódio. Além disso, o público fiel de uma série, ou mesmo de um determinado gênero, já espera um tipo específico de tradução, ou uma terminologia específica que caracterize a obra. Essa percepção é semelhante à de Gambier, que aponta que, "quando assiste um canal de história, esportes, desenhos animados, ou finanças, o espectador espera ouvir um certo registro e terminologia, um certo estilo e retórica" (p. 99, minha tradução).[6] Em uma tradução feita para o cinema ou para a TV não há a possibilidade de voltar caso alguma informação seja perdida, portanto, o conteúdo da legenda deve ser compreendido imediatamente. Como é sabido, nos DVDs, no entanto, essa questão apontada por Amaral não é tão problemática, considerando que o espectador pode voltar o vídeo sempre que sentir necessidade.

Em sua monografia, Melo se valeu de estratégias tradutórias descritas por David Katan para avaliar as legendas feitas para exibição em DVD e em canal de TV por

[5] Texto original: "Reductions […] are dictated by the extralinguistic requirements of the media: reduction depends not only on the speed of the dialogue, but above all on the systematic similarities and differences between source and target language"

[6] Texto original: "[…] when watching a channel on history, sports, cartoons, or finance, the viewer expects to hear a certain register and terminology, a certain style and rethoric."

assinatura de um episódio da série *Friends*, intitulado “The one with the cooking class”. Essas estratégias, encontradas em “Translating Cultures: An Introduction for Translators Interpreters and Mediators” (KATAN, 1999) são a adição, omissão, distorção e generalização. A adição consiste em explicitar informações que estejam implícitas na estrutura do texto. Pode se dar através de acréscimo de informações no corpo do texto, notas de rodapé, glossários ou aposto explicativo. A omissão diz respeito à supressão de itens lexicais. A distorção, por sua vez, é uma forma de direcionar o destinatário àquilo que é o mais importante, colocando o foco em um determinado aspecto. A generalização, chamada por Katan de “chunking up”, consiste em passar um termo específico para um mais genérico, movimentando-se da parte para o todo.

Melo, em suas análises, constata não ter havido qualquer exemplo de adição, o que é compreensível em função das especificidades técnicas do tipo de mídia. Segundo ela, a omissão e generalização foram as estratégias mais utilizadas. Alguns exemplos da aplicação das mesmas, extraídos de seu trabalho, encontram-se a seguir.

Exemplo de omissão:

Original	DVD
<u>Yes, when</u> I first met you, you were like, <u>“Blah, blah, blah.” I was like, shhh!</u>	Quando te conheci você ficou… E eu…

As porções grifadas foram omitidas por, supostamente, não prejudicarem a compreensão do trecho. No que diz respeito a “Blah, blah, blah” e “shhh”, pode-se afirmar que um espectador mais atento talvez consiga completar as legendas com as informações apresentadas no canal visual e no auditivo.

Exemplo de generalização:

Original	DVD
No. He teaches a course on food criticism at the New School, so before we go to the movies I wanna go there and make him try my bouillabaisse again […].	Não. Ele leciona culinária aqui perto e, antes de irmos ao cinema, quero passar lá pra ele provar meu peixe ensopado de novo.

A utilização da generalização, uma prática redutora que vem sendo utilizada na mídia audiovisual, fica clara no trecho acima, como tentativa do tradutor de aproximar o contexto cultural dos personagens ao dos espectadores. Ao invés de manter o termo francês "bouillabaisse", que significa uma sopa ou guisado preparado à base de peixes brancos sortidos, filetes de peixe, vegetais e ervas aromáticas, o termo é substituído por "peixe ensopado", que perde a conotação de um prato mais sofisticado, e soa até estranho para um prato que será apresentado ao professor de culinária.

Exemplo de distorção:

Original	DVD
Everything else in this production of Our Town was simply terrible. Joey Tribbiani was abysmal.	Tudo na peça estava horrível. Joey Tribbiani estava abismal.

No exemplo acima, a distorção se dá na opção do tradutor de não mencionar o nome da peça "Our Town", utilizando simplesmente a palavra "peça", direcionando a atenção do espectador para o humor da segunda frase. Em casos como esse, em que o tamanho da legenda pode ser diminuído para propiciar maior conforto ao espectador (a fala original contém 80 caracteres e, geralmente, a tradução do inglês para o português é sempre maior), é tomada uma decisão sobre o que destacar, ao invés de manter a tradução mais próxima ao original.

Como dito, a adição é dificilmente empregável, visto as limitações técnicas do meio. O que pretendo neste trabalho é mostrar que essa estratégia, além de outras que ampliam a carga significativa – tanto linguística quanto cultural – pode ser utilizada

com eficácia na legendagem, principalmente quando se trata de aspectos de ordem cultural, que, em vez de serem eliminados ou reduzidos, passam a ser explicitados.

Nesse sentido, vale lembrar que, a partir de Roger T. Bell, Katan aborda outras possibilidades de se lidar com aspectos culturais na tradução. Além da generalização (*chunking up*), ele menciona os processos de *chunking down* e *chunking sideways*, para os quais ofereço as seguintes e respectivas traduções: especificação e ramificação.

A especificação consiste em "partir de um conceito mais geral para um mais específico" (KATAN, 1999, p. 148), ou seja, em encontrar hipônimos que podem gerar informações valiosas sobre as lacunas que precisam ser preenchidas na tradução. Segundo Katan, "se se fosse dizer 'Tomei café da manhã', então o que está incluído no superordenado café (inglês) será claramente muito diferente do de um no Continente. O texto virtual do tradutor proverá informação sobre quais lacunas devem ser preenchidas quando traduzindo para qualquer outra língua, por exemplo, com café 'inglês', 'cozido' ou simplesmente 'bom'. (KATAN, 1999, p. 148, minha tradução).[7]

Segundo Katan, a ramificação implica em "se direcionar para os lados ou lateralmente, de forma muito próxima à de *Lateral Thinking* [*O pensamento lateral*] (1970), de Edward de Bono" (KATAN, 1999, p. 148).[8] Esse procedimento se refere à tentativa de encontrar alternativas na língua de chegada que possam melhor acessar as ideias presentes no texto original. Um exemplo seria substituir poltrona por cadeira ou sofá, que são outros exemplos de mobília utilizados para sentar-se, possibilitando o leitor compreender o que está sendo dito através dessa mediação cultural.

[7] Texto original: "if one were to say 'I had breakfast,' then what is included in the superordinate (English) breakfast will clearly be very different from that on the Continent. The translator's virtual text will provide information on what gaps need to be filled when translating into any other language, e.g. with 'English', 'cooked' or simply 'good' breakfast.".

[8] Texto original: "stepping sideways or laterally in much the same way as Edward De Bono's Lateral Thinking (1970).

CAPÍTULO 3

A INTERNET E A LEGENDAGEM DE SÉRIES DE TV

A legendagem feita para a Internet, embora bastante popular atualmente, é algo que começou a ganhar atenção há pouco tempo e, ainda, há pouco material sobre o assunto. Lukasz Bogucki escreveu o artigo "Amateur Subtitling on the Internet" (literalmente, "Legendagem amadora na Internet"), que foi publicado em *Audiovisual Translation* – Language Transfer on Screen (2009). Bogucki opta por se referir aos tradutores como "produtores de legenda amadora",[9] ao invés de "tradutor" ou "legendador", "uma vez que o produto em discussão não se qualifica como legendagem plenamente desenvolvida" (p. 49).[10] O autor afirma ainda que os "produtores de legenda amadora" não têm acesso ao roteiro do filme e que fazem a tradução a partir do áudio original, sem o auxílio do texto. Essa é uma informação equivocada, pois, como já vimos, legendas contendo todo o texto original do filme são facilmente encontradas na Internet, e geralmente utilizadas como ponto de partida para as traduções. Bogucki deixa de mencionar também que, embora haja um número de traduções "amadoras" feitas sem o auxílio do roteiro, o mesmo também acontece em diversas traduções oficiais.

Vera Santiago, quando indagada se o processo de tradução é bem organizado, fez a seguinte declaração: "Não, pelo contrário. Muitas vezes o filme já está anunciado e a tradução não foi feita. É um trabalho que muitas vezes as pessoas têm que fazer em 48 horas, sem o roteiro original, em muitas ocasiões sem o TCR [Time Code Reading, literalmente leitura do código de tempo, que é utilizado para a sincronização do vídeo com as legendas] e até mesmo sem a legenda fechada".[11] O texto de Bogucki falha justamente em perceber que os problemas apontados em legendas feitas para a Internet são também encontrados em diversas legendas oficiais.

[9] Texto original: Amateur subtitle producers
[10] Texto original: as the product under discussion
[11] Extraído do site http://diariodonordeste.globo.com/2000/09/26/050054.htm, acessado em 26/04/2010

O autor analisa um único exemplo de legenda feita para a Internet, uma tradução do inglês para o polonês do filme *The Lord of the Rings*: The Fellowship of the Ring *(O senhor dos anéis*: a sociedade do anel, na versão brasileira), feita sem o auxílio do roteiro por um internauta com conhecimento limitado da língua original. Bogucki tem como objetivo ilustrar a falta de qualidade das mesmas, ignorando o fato de que aquela única legendagem não representa todas as legendagens feitas para a Internet, assim como uma legendagem de má qualidade feita para DVD não tira o mérito de todas as legendagens feitas para DVD.

Ele ignora também que, enquanto uma legendagem feita para a Internet está sempre suscetível a aperfeiçoamento, uma legendagem de má qualidade feita para o DVD é, na maioria das vezes, definitiva. Segundo Bogucki:

> Se a legendagem amadora deixar de ser 'amadora', em outras palavras, se o texto de partida não for extraído de uma gravação de baixa qualidade, mas disponibilizado ao produtor da legenda antes da produção das legendas, o texto de chegada resultante pode estar sujeito à avaliação da qualidade de tradução e ser comparado a legendagem de cinema profissional. Então – e apenas então – pode ser estudada por acadêmicos e estudiosos. (p. 56-57).[12]

No entanto, como vimos, grande parte das traduções feitas para a Internet já preenchem esses requisitos estabelecidos por Bogucki, e estão, portanto, aptas a serem submetidas à comparação que será feita nesse trabalho.

Como apontado anteriormente, a omissão e a generalização, por razões de ordem técnica, são as duas estratégias de tradução mais utilizadas na legendagem, ainda que, muitas vezes, não sejam opções plenamente satisfatórias. O objetivo deste capítulo é analisar de que forma as traduções amadoras disponibilizadas na Internet podem sugerir novas estratégias de legendagem, ampliando o acesso do espectador às particularidades

[12] Texto original: If amateur subtitling ceases to be 'amateur', in other words if the source text is not taken down from a poor quality recording but made available to the subtitle producer prior to producing the subtitles, te resulting target text can e subject to translation quality assessment and compared to professional cinema subtitling. Then – and only then – can it be studied by academics and scholars.

linguísticas e culturais da obra visualizada. Para a análise, foram retirados exemplos da *sitcom* (comédia de situações) *The Office*, produzida nos Estados Unidos da América. Primeiramente, apresentaremos trechos dessa série em que foram encontradas questões de ordem cultural ou linguísticas que dificultem, ou até mesmo prejudiquem, a tradução para o português. Em seguida, analisaremos como as traduções feitas para o DVD e para a Internet lidaram com essas questões, contrastando as opções utilizadas por cada uma.

The Office surgiu na Inglaterra e foi adaptada para o público dos EUA pelo produtor-executivo Greg Daniels, estreou na National Broadcasting Company (NBC) em 2005, e desde então vem sendo considerada pela crítica "um dos programas mais afiados, mais engraçados da TV".[13] Além disso, ela figura em listas das melhores séries da história da TV americana e recebeu mais de 20 prêmios. *The Office* é um mocumentário, do inglês *mockumentary*, na medida em que utiliza elementos de documentário para retratar, jocosamente (do inglês *mockingly*), o cotidiano de uma companhia de fornecimento de papel, geralmente focando no tédio inerente ao trabalho ou na dificuldade de relacionamento entre os colegas de escritório. Os seus personagens principais são Michael Scott, Dwight Schrute, Jim Halpert, Pam Beesly e Ryan Howard, representados respectivamente por Steve Carell, Rainn Wilson, John Krasinski, Jenna Fischer e B.J. Novak. No Brasil, essa série é transmitida pela TV por assinatura no canal FX e está, atualmente, na sexta temporada. O DVD da primeira temporada foi lançado pela distribuidora Universal em 2007 e, desde então, as temporadas seguintes vêm sendo lançadas em um intervalo aproximado de um ano. Não foi possível encontrar nesse DVD informações sobre os realizadores das traduções das legendas dos episódios da série. Devido ao sucesso da mesma, ela tem sido disponibilizada *online* por uma variedade de *sites* nacionais e estrangeiros, sendo que, em muitos deles, é possível

[13] Texto original: one of TV's funniest, sharpest shows. Extraído do site http://www.avclub.com/articles/inventory-eight-surefire-fiascoes-that-unexpectedl,1532/, Acessado em 05/05/2010.

encontrar a mesma legendada por amadores para diferentes línguas, que, para tanto, fazem uso da ferramenta *Subtitle Workshop*. As legendas das quais retiramos os exemplos que ilustram este trabalho estão disponibilizados no *site* <http://legendas.tv>. Os tradutores desses episódios são reconhecidos por apelidos, que mencionaremos em cada um dos exemplos.

O primeiro exemplo foi retirado do terceiro episódio da quarta temporada da série, intitulado “Launch Party”. A tradução para a Internet foi feita por uma equipe conhecida como The Office Brasil, composta por Guga, Schmitt, Lucas e Paulo Henrique.

ORIGINAL	TRADUÇÃO PARA O DVD	TRADUÇÃO PARA A INTERNET
— Isn't 7:00 P.M. a little late for a lunch party?	**— 19h não é um pouco tarde para um almoço?**	**— 19h não é um pouco tarde pra uma 'Lunch Party'? (Festa de Almoço)**
— Lunch party? It's supposed to say launch party. What is wrong with you?	**— Para um almoço? Deveria ser uma festa de lançamento.** Qual é o seu problema?	**— 'Lunch Party'? Era pra ser 'Launch Party'. (Festa de Lançamento)** Qual seu problema?
— Angela is worse than usual lately, and we have a party to throw. So I googled "how to deal with difficult people,"and I got all of this. So we're gonna try out some new things today. How do you feel about the fact that the banner says "lunch"?	— Ângela tem estado pior que o normal... e temos uma festa para dar. Procurei no Google ‘como lidar com pessoas difíceis’... e encontrei tudo isso. Então, vamos tentar algumas coisas novas hoje. Como se sente pelo cartaz dizer ‘almoço’?	— Ângela está pior que o normal ultimamente. E temos uma festa para fazer. Então pesquisei no Google "Como lidar com pessoas difíceis". E achei tudo isso. Então vamos experimentar coisas novas hoje. Como se sente com o fato de estar escrito "almoço" no cartaz?
— I feel angry. Angry at you. Angry at you for doing something stupid. Angry at me for believing you could do something not stupid.	— Me sinto com raiva. Com raiva de você. Com raiva de você por fazer algo estúpido. E com raiva de mim por achar que faria algo certo.	— Estou com raiva. Com raiva de você. Com raiva de você por ter feito algo estúpido. Com raiva de mim por acreditar que você poderia fazer algo não estúpido.
— I'm so sorry to hear that. That must be awful.	— Sinto muito por isso. Deve ser horrível.	— Sinto muito ouvir isso, deve ser horrível.
— It is awful. You've made this day awful.	— É horrível. Você tornou esse dia horrível.	— Isso é horrível. Você tornou esse dia horrível.
— Maybe you could just	**— Coloca ‘Almoço para a**	**— Talvez dê pra trocar o 'U' por**

change the "u" into an "a". — Then it would say "lanch" party, Kevin. Would it be better if it said "lanch" party? — Lunch party. — It's supposed to say "launch."	**Festa de Lançamento'.** — Mas não teremos almoço, Kevin. Isso não vai resolver o problema, vai? — Eba, almoço. — É uma festa de lançamento.	**um 'A'.** — Aí ficaria 'Lanch Party', Kevin. Seria melhor se fosse uma 'Lanch Party'? — Oh, Festa de Almoço. — Era pra ser "Lançamento".

Na tradução feita para o DVD, optou-se por apenas traduzir os termos “lunch” e “launch”, mesmo que as palavras “almoço” e “lançamento” não tenham qualquer semelhança em português, o que torna o erro ortográfico da personagem um tanto inverossímil. Na tradução para Internet os termos são inicialmente mantidos em inglês, e as traduções aparecem entre parênteses, de forma que fica claro para o espectador que houve apenas um pequeno erro ortográfico na faixa. É importante que isso fique claro na tradução, pois parte da comicidade da cena reside justamente na reação exagerada da personagem a um erro banal. Já a troca de “lançamento” por “almoço”, duas palavras completamente distintas, implicaria na idéia de que realmente foi um grande erro e de que a raiva era, portanto, justificável. O uso dos parênteses é, portanto, uma forma simples de apresentar os termos no idioma original e na língua de chegada, possibilitando o entendimento do significado e a percepção do trocadilho. Esse acréscimo é definido por Katan, como vimos anteriormente, como adição, uma estratégia muito pouco utilizada na legendagem, por questões de espaço e tempo, mas que se mostrou eficiente no exemplo acima.

Também é necessário levar em consideração de que, durante a cena, há uma faixa na parede que diz “Lunch party”. Enquanto a tradução para o DVD a ignora, a tradução amadora explicita a mensagem da faixa, tornando a associação entre as duas grafias mais fácil para o espectador, justamente por fazer uso do que ele está recebendo visualmente.

Segundo Gottlieb (1998, p. 245), na tradução audiovisual há quatro canais simultâneos que o tradutor precisa considerar:

a – O canal auditivo verbal, que inclui diálogos, narração e letras de música;

b – O canal auditivo não-verbal, que inclui músicas e efeitos sonoros;

c – O canal visual verbal, que inclui títulos e sinais escritos sobrepostos que aparecem na tela;

d – O canal visual não-verbal: composição de imagem e fluência.

Nesse primeiro exemplo foi necessário considerar o canal visual verbal. No entanto, o canal que requer atenção especial na maior parte das *sitcoms* é o canal auditivo não-verbal, mais especificamente as risadas enlatadas. Quando se assiste a uma série de comédia, praticamente todas as piadas estão marcadas pela faixa de risadas. Cada vez que a risada enlatada aparece sobre uma piada que ficou perdida na tradução, fica perceptível para o espectador que há algo de errado com a tradução, ou pode até mesmo criar a impressão de falta de qualidade da série original.

O segundo exemplo foi retirado do vigésimo-segundo episódio da segunda temporada da série, “Casino Night”:

ORIGINAL	TRADUÇÃO PARA O DVD	TRADUÇÃO PARA A INTERNET
Kobe Bryant has a foundation and he is so hot. And he gave his wife the biggest diamond ring. **I know he didn't do it. Maybe he did it.**	Kobe Bryant tem uma fundação e ele é uma graça. E deu à esposa um baita anel de diamante. **Eu sei que não foi ele. Talvez tenha sido.**	Kobe Bryant tem uma fundação, e ele é tão gostosão. E ele deu para a mulher dele um anel de diamantes gigante. **Sei que ele não fez aquilo. (Foi acusado de estupro) Talvez ele tenha feito.**

O trecho destacado é, basicamente, uma piada que envolve o jogador de basquete Kobe Bryant, acusado de estupro em 2003. Para que o espectador possa compreender esse trecho é essencial que conheça a pessoa que está sendo mencionada e a polêmica na qual esteve envolvida. Embora esse seja um conhecimento partilhado

pelo público dos Estados Unidos, Bryant não é uma figura tão conhecida no Brasil, o que acaba ocasionando a perda da piada, e até mesmo do sentido do que está sendo dito, se analisarmos a tradução feita para o DVD. Quando vemos a personagem se questionando sobre Bryant ter ou não feito algo, não é possível, para o espectador, determinar sobre o que ela está falando. Ou até mesmo, após ler "E deu à esposa um baita anel de diamante. Eu sei que não foi ele", o espectador fique com a impressão de que ela está se questionando sobre a possibilidade de não ter sido o jogador quem deu o anel para a esposa. O trecho, além de pecar pela falta de clareza, perde a comicidade pretendida. E, sendo essa uma obra audiovisual, há pistas no vídeo de que havia uma piada presente, como, por exemplo, um pequeno silêncio após a fala da personagem, recurso cômico conhecido como em inglês como "pregnant pause", que é, basicamente, uma pausa técnica utilizada para acentuar um elemento cômico, geralmente usada no fim de uma declaração comicamente embaraçosa. Quando o espectador assiste a versão traduzida para o DVD, ele nota as pistas de que aquela era uma cena cômica, e, no entanto, a comicidade não está presente na tradução, o que evidencia a existência de algum problema. A tradução feita apara a Internet opta por lidar com essa referência cultural de outra forma. É feita uma adição, entre parênteses, da informação relevante para a compreensão da piada. A atenção do espectador é trazida para esse aspecto da vida do jogador, em uma estratégia definida por Katan como distorção. O trecho é também uma generalização, passando do mais específico (Kobe Bryant) para o mais geral (foi acusado de estupro). Essas estratégias tornam clara a mensagem da cena, trazendo à tona a comicidade pretendida. O trecho é também parte importante do desenvolvimento da personagem, caracterizando-a como alguém superficial, que dá mais valor à aparência do jogador e ao seu dinheiro do que ao crime que cometeu.

O terceiro exemplo foi retirado do nono episódio da segunda temporada: “E-mail Surveillance”.

ORIGINAL	TRADUÇÃO PARA O DVD	TRADUÇÃO PARA A INTERNET
— The story about me getting into improv was, that I was walking down the street, and a race car pulls up. And the guy says: "Hey, you're funny, you're the funniest guy I've ever seen. **Or my name is not Dale Earnhardt."** And that was an improv.	— O que aconteceu para eu entrar para o curso... foi que eu estava andando pela rua... um carro de corrida parou, e o sujeito disse... “Você é engraçado. É o cara mais engraçado que já vi... **ou meu nome não é Dale Earnhardt”**. E isso foi uma improvisação.	— A história do meu começo com a improvisação foi... que eu estava andando por uma rua e um carro de corrida parou... E o cara disse... "Ei, você é engraçado, você é o cara mais engraçado que eu já vi... **ou o meu nome não é Dale Earnhardt" (Piloto lendário da NASCAR).** E isso foi uma improvisação.

No trecho acima, saber quem é Dale Earnhart é essencial para a compreensão da piada, que reside na improbabilidade da improvisação que o personagem faz. Na tradução feita para a Internet, é fornecida uma informação parentética sobre essa pessoa, que, através da ramificação, permite o entendimento da situação.

O quarto e último exemplo foi retirado do décimo-sétimo episódio da segunda temporada: “Dwight's Speech”.

ORIGINAL	TRADUÇÃO PARA O DVD	TRADUÇÃO PARA A INTERNET
— I always set it at 69.	— Sempre deixo em 18 graus.	— Eu sempre coloco em "69". (Fahrenheit, 20,5º Celsius)

Nessa cena vemos os funcionários sentindo frio no escritório e, em seguida, um dos personagens confessa para a câmera, como um depoimento para o documentário, que sempre deixa o ar-condicionado em 69 graus [Farenheit]. A comicidade reside justamente em um personagem fazendo brincadeiras com referência sexual, típicas de adolescentes, enquanto deveria estar trabalhando, e também no quão frio ele deixa o

ambiente em que seus colegas estão, pelo puro trocadilho. Para o espectador ter uma ideia de como fica frio o ambiente, é essencial que a temperatura seja traduzida de Farenheit para Celsius, e é aí que surge o problema, uma vez que a ambiguidade do número 69 será perdida na nova medida. Na tradução feita para o DVD, a única informação a qual o espectador tem acesso é a de que o personagem deixa o termostato em 18 graus (embora 69 graus Farenheit, na verdade, equivalham a 20,5 Celsius), sem haver, portanto, qualquer indicativo do porquê de o personagem fazê-lo. Na tradução para a Internet, é explicitado o fato de que o personagem deixa o termostato em 69 graus Farenheit, e, entre parênteses, é feita uma adição, com a conversão da medida para graus Celsius, possibilitando ao espectador compreender a motivação do personagem. Esse tipo de adição, feita entre parênteses em mídia audiovisual, é conhecido em inglês pela expressão "culture note" (literalmente, nota de cultura).[14] Esse tipo de estratégia é utilizado justamente em situações nas quais as traduções de questões de ordem cultural ou linguística revelam-se problemáticas.

Procedimentos como os recém-mencionados, adotados em legendas de séries e filmes feitas com o uso da ferramenta *Subtitle Workshop* e disponibilizadas *online*, já começam a aparecer em traduções feitas para DVD. A Criterion Collection, uma das distribuidoras mais conceituadas do mercado nos Estados Unidos da América, lançou mão da estratégia no filme *The Third Man* (*O terceiro homem*, na versão brasileira), de Carol Reed, no qual a nota é utilizada em um dos materiais extras relacionados ao filme. Os realizadores comentam sobre a trilha sonora do filme, toda composta através de uma cítara (em alemão, *zither*), e explicam que o diretor queria um músico não profissional para tocá-la. O trecho aparece nas legendas como "The joke was: Find someone who

[14] Definição extraído de http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_note, acessado em 18 de maio de 2010.

‘zittert’ (trembles) while playing”. A estratégia usada na tradução explicita o trocadilho entre os termos *zither* e *zittert*

Essa estratégia já vem sendo utilizada também em DVDs nacionais. Em Junebug (*Retratos de família*, na versão brasileira*),* do diretor Phil Morrison, uma das personagens principais é uma jovem grávida, ingênua e infantil. Quando indagada sobre qual será o nome do bebê ela responde: “Junebug”. Nas legendas do DVD, o trecho foi traduzido como: “Junebug (joaninha em inglês)”.

Na edição nacional do *blu-ray* do filme *The Full Monty* (*Ou tudo ou nada*, na versão brasileira*),* de Peter Cattaneo, a nota é utilizada para explicitar o trocadilho presente em uma das piadas. Um dos personagens, fazendo uma audição para participar de um grupo de *striptease* masculino, se apresenta como Horse. O nome logo gera inquietude entre os outros homens, e um deles diz: “Pergunte pra ele por que se chama ‘The Horse’ (cavalo)”.

Até o presente momento, não encontramos em legendas feitas para DVD ocorrências de especificações e ramificações, como as mencionadas em relação a episódios da séria *The Office*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As limitações técnicas da tradução audiovisual, que incluem tempo e espaço reduzidos, têm feito os tradutores optarem, na maioria das vezes, por estratégias como a omissão e a generalização, dando pouca ou nenhuma atenção para as questões de ordem linguística ou cultural que podem ser essenciais para a apreciação o mais ampla possível da obra. Assim como muda a forma pela qual o público recebe uma obra de arte através do tempo, é necessário repensar também a forma como essa obra será disponibilizada ao espectador. A busca dos internautas por legendas mais literais e que dêem conta das questões discutidas é um claro sinal das expectativas que esse público nutre em relação à tradução. As ferramentas disponíveis atualmente e a facilidade técnica para se fazer ou refazer uma legendagem hoje em dia possibilitam que essas questões sejam levadas em consideração, lançando mão não de procedimentos redutores, mas de outros que permitem um acesso mais amplo ao sentido dos enunciados a um público cada vez mais consciente de outras culturas. Assim, como foi mostrado neste trabalho, a *culture note* é uma estratégia que pode ser usada para possibilitar ao espectador uma apreciação e compreensão da obra mais próxima da que teria um espectador proficiente na língua do original e conhecedor de sua cultura.

Como Benjamin aponta, a reprodutibilidade técnica afeta diretamente a forma como uma obra de arte é recebida pelo público e é possível perceber isso através da observação de como as novas formas de se assistir filmes, além das ferramentas de legendagem mais avançadas, estão modificando as expectativas dos espectadores com relação às traduções.

A omissão e a generalização, as duas estratégias de tradução mais facilmente encontradas na legendagem, estão abrindo espaço para outras estratégias, como a adição, a ramificação e a especificação, como definidas por Katan.

As legendas da série *The Office* disponibilizadas na Internet se mostram bem próximas ao texto original, dando atenção a questões linguísticas e culturais que são frequentemente omitidas nas traduções atualmente comercializadas, que, no entanto, começam a incorporar a *culture note*, como mostramos. Ao contrário do que Bogucki sugere, as traduções feitas para a Internet são muitas vezes feitas em condições semelhantes aos outros tipos de legendagem, e podem apresentar resultados igualmente satisfatórios, não havendo, portanto, motivos para não estudá-las e compará-las às legendagens feitas para outras mídias. Esse tipo de tradução é um reflexo do nosso tempo e é necessário compreendê-la para continuar atendendo às necessidades de um público que está em constante mutação.

Como vimos, também, estratégias popularizadas pelas traduções feitas para a Internet, como a adição que se dá através da culture note, já vêm sendo adotadas por algumas traduções para outras mídias, como o DVD. Tal fato pode ser visto como uma boa aceitação dos procedimentos, além da percepção, por parte dos tradutores profissionais, das necessidades e expectativas do público, e a importância de encontrar formas de supri-las.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mariana Mininel de. Legendagem: Por um Diálogo entre a Tradução Audiovisual e a "Fidelidade" do Tradutor. Disponível em http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/CCL/projeto_todasasletras/inicie/MarianaMininel.pdf. Acesso em 22 abr. 2010.

Amaral, Monika Pecegueiro do. Qualidade na Tradução de Cinema no Brasil. Disponível em http://www.abrates.com.br/abreartigo.asp?onde=Cinema%20no%20Brasil.abr. Acesso em 17 out. 2009.

BANNON, D. *The Elements of Subtitles*: A Pratical Guide to the Art of Dialogue, Character, Context, Tone and Style in Subtitling. Lexington: 2009. p. 1-84.

BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. In: --- *Obras escolhidas*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 165-196. v. 1.

BOGUCKI, Lukasz. Amateur Subtitling on the Internet. In: CINTAS, Jorge Díaz; ANDERMAN, Gunilla (Org.). *Audiovisual Translation*: Language Transfer on the Screen. Great Britain: Palgrave Macmillan, 2009.

CAIMI, Annamaria. Subtitling: Language Learners' Needs vs. Audiovisual Market Needs. In: CINTAS, Jorge Díaz; ANDERMAN, Gunilla (Org.). *Audiovisual Translation*: Language Transfer on the Screen. Great Britain: Palgrave Macmillan, 2009. p. xx-xx.

CARVALHO, Carolina Alfaro de. As práticas do mercado de tradução de multimídia. Disponível em http://www.sintra.org.br/site/index.php?p=c&id=38&codcat=23. Acesso em 15 out. 2009.

COUTINHO, Virna Lúcia. Tradução cinematográfica. Juiz de Fora: Departamento de Letras Estrangeiras Modernas da UFJF, 1990. Monografia de conclusão do Bacharelado em Letras: Ênfase em Tradução − Inglês.

FERNANDES, Lincoln P. Tim Burton's the Nightmare Before Christmas vs. O estranho Mundo de Jack: A Systemiotic Perspective on the Study of Subtitling. In: *Cadernos de Tradução Vol. 1, No 3*. Florianópolis: UFSC, 1998. p. 255-287.

GAMBIER, Yves. Screen Translation: An Overview. *Tradução & Comunicação* – Revista Brasileira de Tradutores. São Paulo, n.11, p. 3-103, Mai., 2002.

GEORGAKOPOULOU, Panayota. Subtitling for the DVD Industry. In: CINTAS, Jorge Díaz; ANDERMAN, Gunilla (Org.). *Audiovisual Translation*: Language Transfer on the Screen. Great Britain: Palgrave Macmillan, 2009. p. xx-xx.

KATAN, David. *Translating Cultures*: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators. Manchester: St. Jerome, 1999. p. 123-157.

LANZETTI, Rafael. O processo de legendagem de filmes e documentários em DVD. Disponível em <http://www.filologia.org.br/xcnlf/2/11.htm>. Acesso em 28 abr. 2010.

MELO, Camila dos Anjos. Estratégias linguístico-culturais no processo de legendagem. Juiz de Fora: Faculdade de Letras da UFJF, 2007. Monografia de conclusão do Bacharelado em Letras: Ênfase em Tradução − Inglês.

RAMALHO, Mainly Reinhardt Vieira dos Santos. Dublagem: Um estudo da tradução audiovisual através das perspectivas logocêntrica e desconstrutivista. Disponível em < http://www.mackenzie.br/fileadmin/Graduacao/CCL/projeto_todasasletras/inicie/Mainly.pdf>. Acesso em 25 abr. 2010.

Sites consultados:

<http://www.avclub.com/articles/inventory-eight-surefire-fiascoes-that-unexpectedl,1532>. Acesso em 7 mai. 2010.

<http://diariodonordeste.globo.com/2000/09/26/050054.htm>. Acesso em 26 abr. 2010.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Comic_timing>. Acesso em 24 mai. 2010.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_note>. Acesso em 19 mai. 2010.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Moviola>. Acesso em 19 mai. 2010.

<http://www.filmsite.org/20sintro.html>. Acesso em 15 mar. 2010.

<http://www.imdb.com/title/tt0386676/awards>. Acesso em 5 mai. 2010.

<http://www.nbc.com/The_Office/about/>. Acesso em 5 mai. 2010.

<http://www.time.com/time/specials/2007/article/0,28804,1651341_1659196_1652621,00.html>. Acesso em 5 mai. 2010.